

Universidad de Sevilla  
Facultad de Comunicación



GRADO EN PERIODISMO CURSO ACADÉMICO 2020-2021  
MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

**Los ‘todoterrenos’ de la información**  
**Perfil, rutinas y autonomía de los periodistas de televisiones locales en Andalucía**

**TUTOR:**  
Maritza Sobrados-León

**COTUTOR:**  
Manuel García Borrego

**ALUMNA:** Piedad Vázquez Ochoa

# Índice

1. <i>Introducción</i> .....	4
1.1. Justificación del tema.....	6
1.2. Reportaje como género periodístico.....	7
1.3. Objetivos.....	8
1.4. Estado de la cuestión .....	9
1.4.1. Inicio del periodismo local en España.....	9
1.4.2. Inicio de la televisión en Andalucía.....	11
2. <i>Metodología</i> .....	13
2.1. Selección de muestra y recolección de datos .....	13
2.3. Cuestionario.....	17
2.3.1. Perfil sociodemográfico .....	18
2.3.2. Condiciones laborales.....	18
2.3.3. Rutina diaria .....	19
2.3.4. Fuentes.....	19
2.3.5. Grado de autonomía en la redacción.....	19
2.3.6. Experiencia en la profesión.....	19
3. <i>Resultados</i> .....	20
3.1. Perfil Sociodemográfico .....	20
3.2. Condiciones laborales .....	20
3.3. Rutina diaria.....	22
3.4. Experiencia profesional .....	22
4. <i>Conclusiones</i> .....	24
5. <i>Referencias bibliográficas</i> .....	27
6. <i>Reportaje</i> .....	30



# 1. Introducción

Se puede utilizar esta frase de Sobrados-León (2020) que define a la perfección el momento que se encuentra el periodismo en la actualidad: “La empresa ha buscado la rentabilidad, ha invertido en equipos, mientras la precarización del periodista se ha hecho permanente”.

El periodismo llega a ser definido por algunos autores como el cuarto poder. Genera una opinión pública y propia a los ciudadanos sobre los hechos que se producen día a día en el mundo que les rodea. Como declara Tamarit (2005), esto se hace aún más evidente en el periodismo local ya que las informaciones que en estos medios se dan son más cercanas a los ciudadanos y les afecta directamente. Cantalapiedra (1997) recalca la importancia de este periodismo diciendo que “la información local se configura en la actualidad como una de las bases sobre la que se asientan numerosos medios de comunicación local y como una de las estrategias de penetración en un mercado concreto adoptada por muchos otros de ámbito de difusión superior”.

En Andalucía existen, aproximadamente, unas 180 televisiones locales, aunque no se llega a saber el número exacto de periodistas que trabajan en ellas. Estos son los que día a día luchan por la supervivencia en esta especialización periodística en la que, en muchas ocasiones, la labor como periodista no es suficiente. A esto se suma que los objetivos que se persiguen con la creación del medio, en la mayoría de los casos, están más centrados en la rentabilidad económica que en la labor social propia de la profesión. Ruiz Acosta (2011), cita a Almuiña (1995: 29), cuando este reflexiona sobre la prensa provincial: “se mueve dentro de marcos estrechos en donde los sistemas de relaciones en escasísima medida son objetivables, puesto que están sometidas a toda una compleja trama de relaciones personales y de intereses concretos”. No se sabe claramente cuáles son los intereses ni las relaciones que mueven a los empresarios de medios locales, pero sí son muy importantes para entender la forma de trabajo y cómo lo viven sus empleados.

Ya en los orígenes de las televisiones locales se puede ver el interés que tenían sus creadores. Estas comenzaron siendo vídeos comunitarios de barrio o de pueblo, crecían gracias a las

inversiones de promotores que veían posibilidad de éxito en ellas. Otras aparecieron directamente por gobiernos municipales y empresarios que vieron la repercusión que tenían y la posible rentabilidad económica y política (Navarro, 1999). Esto puede llevar a que los directores solo quieran sobrevivir y encontrar beneficios a costa de todo.

Se debe tener en cuenta qué supone el mantenimiento de una televisión: costes de producción caros, necesidad de programas de edición de buena calidad, equipos que aporten una buena resolución de imagen, necesidad de más de dos personas para poder cubrir una información, necesidad de tener imágenes teniendo que desplazarse al lugar de los hechos... todo esto encarece el producto final. Si los empresarios buscan ese beneficio económico y no el social, por el que siempre se ha caracterizado el periodismo, el problema llega para los trabajadores: contratos precarios, mucho trabajo para pocos trabajadores, trabajar a contrarreloj, poco tiempo para tratar la información, material de baja calidad, fuentes públicas o agencias, informaciones no propias, no contrastadas, ganar audiencia con temas sensacionalistas, evitar informaciones negativas de quienes se publicitan o “colaboran” con el medio, y un largo etcétera de acontecimientos que acaba convirtiendo el trabajo de estos profesionales en algo precario.

Es un hecho que la digitalización ha cambiado la forma de trabajar en las redacciones. Actualidad y rapidez son características esenciales que juegan en contra de los profesionales de la información. Marzal y Casero Ripollés (2021: 11) señalan que “ya no es posible seguir con las mismas rutinas productivas, el mismo ritmo informativo, la misma forma de dirigirse a la audiencia, las mismas estructuras industriales, el mismo lenguaje y los mismos contenidos”, pero ¿alguien está pensando en los periodistas cuando se realizan estos cambios?

Se tiene el error de pensar que al ser medios que abarcan un pequeño ámbito geográfico no tienen mucho trabajo o no necesitan contratar a muchos profesionales. Para el ahorro de muchos de estos costes se ve como buena decisión contratar a un periodista que sepa “un poco de todo”. Con ello se acaba perdiendo la función real del comunicador convirtiéndolo en cámara, diseñador, editor, fotógrafo, locutor, redactor, técnico de sonido, *community manager* y un largo etcétera de funciones que los propios periodistas locales pueden mencionar. Con esta forma de

trabajar se destruye, por supuesto, al periodista, que acaba saturado y desconcentrado por tener tanto campo de trabajo; y a la información, que con esa falta de tiempo y con la carga de trabajo no se le da el trato que realmente necesita para ser de calidad.

Quienes mejor van a aclarar cómo es esta realidad son los periodistas que trabajan actualmente en estas redacciones.

## 1.1. Justificación del tema

Este trabajo no se realiza a partir de un tema de actualidad. Esto puede que no provoque interés a los lectores o, muchos de ellos, ni siquiera se han planteado dicho tema. Tras el aumento del consumo del periodismo local en los momentos actuales de pandemia, la intencionalidad de este trabajo es mostrar una parte muy importante de este periodismo que nadie ve.

Detrás de la programación de una televisión existe mucho trabajo. En los medios locales, ese volumen de trabajo es realizado por un número más escaso de personas que son los encargados de la producción diaria en sus medios. Sobre los periodistas locales y las televisiones locales existen varios estudios, pero ninguno habla sobre las condiciones en las que trabajan los periodistas de televisiones locales de Andalucía.

Los medios locales trabajan para ofrecer la información que las televisiones nacionales o regionales no dan a sus vecinos y que ellos merecen saber. Para conocer cómo se realizan las noticias más próximas es importante que quienes están detrás de ellas cuenten cómo es su día a día. Con este trabajo se pretende conseguir que el público valore a estos profesionales y, denunciar las posibles condiciones que hacen del periodismo local en televisión una tarea complicada.

## 1.2. Reportaje como género periodístico

Como mejor puede conocerse el tema a tratar es a partir de las propias experiencias y testimonios de protagonistas que, en este caso, trabajan en medios locales. Esto nos aportará información sobre el periodismo local en las diferentes provincias andaluzas. Pero es otro el género que se utilizará para la redacción final del trabajo.

Las entrevistas juegan un papel muy importante para la obtención de información y datos. Tras ello, todo lo recabado será redactado como reportaje. La elección de este género periodístico se ha realizado debido a que el reportaje es un género periodístico que nos cuenta cómo funciona una cosa, como se hace algo, como se desarrolla algo, qué consecuencias tiene, para qué o por qué se hace una cosa, etc. Es un artículo extenso de tema libre acompañado de fotografías, entrevistas, descripciones del ambiente, de los personajes, de sus emociones, entre otras características. Su extensión es más amplia que la noticia y permite una mayor libertad expresiva (Miguel Bobo, 2017). Su estilo es más personal y atractivo, al tiempo que abundan las figuras retóricas y las expresiones valorativas. “A diferencia de la información pura y dura el reportaje indaga, describe, explica, relata interpreta y compara”. (José Javier Muñoz, 1989)

La estructura es como la de la noticia, pero las posibilidades expresivas y combinatorias son mayores. Debido a su extensión son frecuentes los ladillos con entradillas para facilitar la lectura y el despiece o utilización de bloques informativos. Con las características de este trabajo, el tipo de reportaje que se va a realizar será interpretativo. Álex Grijelmo (2014) lo define como un tipo de reportaje propio de las publicaciones semanales. Trata sobre hechos acaecidos en diferentes momentos, tiene testimonios de actores, los cuales son protagonistas de los hechos.

No contiene opinión, muestra y explica los hechos. El lector tras su lectura valorará si está de acuerdo o no con lo que se narra. Es muy conveniente dar una alternativa a voces discrepantes, siempre que estén bien argumentadas, para que el lector forme su opinión de forma independiente.

### 1.3. Objetivos

A lo largo de esta memoria hemos mencionado la intencionalidad con la que se realiza el estudio. Para poder conocer las rutinas de trabajo de los periodistas de televisiones locales en Andalucía se deben perseguir diferentes objetivos que, mediante la investigación y realización de las entrevistas, nos llevarán a adentrarnos en el día a día de los protagonistas y llegar a las conclusiones de cómo es el trabajo de estos. Por ello, los objetivos a perseguir son los siguientes:

- O1. Conocer cómo es el día a día de los periodistas.
- O2. Estudiar cómo es la rutina de trabajo en las redacciones de las televisiones locales andaluzas.
- O3. Definir el concepto de periodista ‘todoterreno’ o ‘multitarea’
- O4. Analizar las condiciones laborales en las que se encuentran estos profesionales de la información y cómo les afecta.

Para llegar a estos cuatro objetivos, es importante preguntarles acerca de otros aspectos de su trabajo que ayudarán a analizar más en profundidad sus situaciones:

OE1. Estudiar el perfil sociodemográfico a través de entrevistas personales. Con ello se pretende deducir la edad de los que trabajan y con ello sabes si estos solo buscan un poco de experiencia, o puede ser un trabajo para toda la vida. También se estudiará si es cierto que dan una mayor oportunidad a los recién graduados sin experiencia.

OE2. Medir el tipo de informaciones que llegan a ser noticiosas en las redacciones. Para ello se preguntará por el tipo de fuentes que se utilizan y el número de informaciones propias. Con esto se podrá ver si los periodistas le dedican ese tiempo a producir noticias, realizarlas y contrastarlas o si las informaciones son publicadas de la misma forma que les vienen dadas por falta de tiempo.



OE3. Analizar el grado de autonomía que los periodistas tienen en la redacción. Averiguar si existe algunos temas que no pueden tratarse o cómo es el tratamiento que se le da a las informaciones que llegan sobre empresas o administraciones que invierten dinero en el medio.

## 1.4. Estado de la cuestión

Es muy importante saber el origen del periodismo local, sobre todo el de televisión. Saber sobre sus inicios ayudará a entender y a contextualizar mejor el momento actual. Se hará un repaso por la historia de este, desde su nacimiento hasta la actualidad y se verá cómo ha cambiado y qué ha sufrido durante este tiempo.

### 1.4.1. Inicio del periodismo local en España

El periodismo local cobra más importancia, es lo que se mostraba en los resultados del *Mapa de los cibermedios de España en 2018: análisis cuantitativo*. Este tipo de periodismo es el que más ha crecido en la última década. Sumado a la crisis del Coronavirus, como podemos ver en el estudio realizado por *Comscore* en abril de 2020: los medios locales de España son los que más crecen de toda Europa en un 158%. La sociedad, en una pandemia, ha elegido consumir periodismo de proximidad y estar informada de la situación en la que se encuentra su zona, sumado a las numerosas restricciones que cambian cada semanas y que son diferentes según la provincia o la Comunidad Autónoma.

A pesar de todo lo sucedido en la actualidad, es importante que se conozcan los inicios del periodismo local y, lo que más importa en este estudio, cómo ha cambiado con ello el trabajo del periodista. Todos saben los importantes cambios que ha sufrido el periodismo en España con la digitalización, algo que también le ha traído numerosas novedades al tipo de periodismo del que hablamos. En el siglo XIX es cuando se empieza a observar periodismo local en España. Con los cambios históricos producidos, el periodismo pasó de ser informativo a estar en manos de las élites con el objetivo de adoctrinar a la población. Tras ello, y viendo el poder que tenía, las

empresas tomaron las riendas de la información para dejar de ser doctrinal y convertirse en informativa. Estas empresas acaban convirtiendo el periodismo en un negocio, sacando rentabilidad de estas publicaciones e implantando, como objetivo principal, la obtención de beneficios.

Durante el siglo XX España sufrió muchos cambios políticos que tuvieron mucho que ver con el desarrollo del periodismo local. Durante el mandato de Primo de Rivera, comenzaron a crearse publicaciones en barrios, estas estaban llenas de reivindicación y eran creadas por asociaciones de vecinos (Caldevilla, 2013). Con la llegada de Francisco Franco, las informaciones locales cayeron duramente con la creación de RNE o la agencia EFE, en 1939. Por la unidad del país y el monopolio informativo (Baldovi, 2013), las informaciones locales no eran contadas y el periodismo en ese momento contaba noticias, que ellos creían, relevantes para todo el ámbito nacional.

Con la llegada de la democracia y la división de España en Comunidades Autónomas comenzamos a disfrutar de un amplio abanico de medios locales y autonómicos. En 1994 comenzaron las publicaciones digitales en España y no fue inaugurado por un medio de tirada nacional, sino por la revista local *El Temps* de Valencia.

Alejandro Mejías (2016), en su estudio, habla sobre la creencia de que las informaciones locales caerían con la llegada de la globalización, pero no ha sido así. Mejías cita a diferentes estudiosos que reafirman este hecho, como Navarro (1999:15). Este afirma que la creación y, posteriormente, crecimiento de las televisiones locales, viene dado por el “fracaso de los ‘macromedios’ para satisfacer la demanda de las pequeñas comunidades”. Igualmente, Pere Iborra reafirma lo anteriormente citado diciendo que “la televisión local surge de la necesidad cada vez más imperiosa de recuperar tradiciones perdidas, acontecimientos ignorados por las grandes cadenas de televisión obsesionadas en superproducciones transnacionales y engañosas”.

### 1.4.2. Inicio de la televisión en Andalucía

Centrándose en el ámbito local andaluz, “cualquier acercamiento a la prensa provincial ha sido tradicionalmente desechado” como se ve escrito por Huerta (1998: 376, 377) en los textos de Ruiz Acosta (2011), que también cuenta que hasta bien entrado el pasado siglo no se inician estudios serios que pongan a conocer la evolución de los medios locales, asegurando que estos han influido profundamente en el contexto en el que se insertaban. En los inicios de la prensa local en Andalucía destacó Sevilla. En esta ciudad, a la misma vez que se publicaba en la capital española ‘La Gaceta de Madrid’ nacía de manos de Juan Gómez de Blas, en 1661, ‘La Gazeta Nueva’. Tras esta serán muchos los impresos que comienzan a incorporarse a lo largo de los años.

Desde el siglo XVII que comenzamos a ver prensa escrita, pasarían tres siglos hasta la primera retransmisión televisiva. La primera televisión local que comenzó a emitir con regularidad recibiendo apoyo económico popular en España sería en la localidad de Cardedeu (Barcelona), RTV Cardedeu (López Cantos, 2005). No sería hasta 1961, concretamente, el 1 de octubre, en la localidad sevillana de Guadalcanal, cuando llegaría la televisión a esta comunidad. Dos años duró la implantación de la televisión en todo el territorio. Juan Francisco Gutiérrez (2014) asegura que Andalucía vivía una situación de atraso, no solo económico, sino también social. La llegada de este medio cambió la forma de vida de los andaluces, incluso, el rol de las mujeres. Ver la televisión en bares, tabernas o clubes sociales se convirtió en una forma de pasar el tiempo.

En 1995 se legisla la televisión local en España. No se tiene un cálculo seguro, pero se cree que puede existir más de un millar de canales locales donde, Andalucía, es de las comunidades con mayor número de televisiones de este tipo (Navarro, 1999). Se puede leer en el trabajo de Mejías (2016), citando a Reig y Langa (2011), una causa de este fenómeno puede ser que RTVA aún no ha logrado cubrir todos los intereses informativos y de entretenimiento de los ciudadanos andaluces.

Si a lo largo de la historia se puede comprobar cómo el periodismo cambiaba a través de guerras, acontecimientos sociales y culturales, en la actualidad, la crisis económica de 2008 y la llegada de la Televisión Digital Terrestre (TDT) no han ayudado mucho a la consolidación de las televisiones locales.

La crisis económica sufrida en 2008 trajo consigo una caída en la financiación de los medios tanto públicos como privados. Fueron muchos los medios locales que cerraron sus emisiones debido a los bajos ingresos que obtenían. A esto, se suma la llegada de la TDT. Los comienzos de los medios locales no eran fáciles, ya que no existía una legislación concreta. Poco a poco fueron regulando su existencia con distintas leyes desde 1995 hasta la última en 2005. Cuando la convivencia de ellas se hacía más estable llegó la TDT, algo nuevo para estos empresarios que se les hacía muy complicado la adaptación de sus medios a la regulación que se implantaba desde la UE. Por ello, estos pidieron el retraso del conocido como apagón analógico. Este proceso que comenzó en 2004 acabó llevándose a cabo en el segundo trimestre de 2010.

Con estos acontecimientos se puede explicar el porqué de la decadencia de estos medios. La falta de financiación y la búsqueda de ingresos, de alguna manera, ha llevado a las televisiones locales a conseguir dinero a toda costa para intentar seguir viviendo en la actualidad. Esto conlleva a que el principal objetivo de los empresarios sea sobrevivir. Es culpa de esto que el periodismo local se haya convertido, en ocasiones, en un trabajo precario: tienen que seguir actualizándose y cumpliendo con las necesidades de su audiencia, pero con menos dinero.

Con estas crisis económicas y las que propiamente está sufriendo el periodismo llevan a que esta profesión esté en decadencia: sueldos bajos, niveles de trabajos altos, falta de empleo y seguridad en ellos, falta de pluralidad y veracidad, periodistas ‘multitarea’... Maritza Sobrados-León (2019) confirma que “la crisis económica ha afectado de lleno a un sector que ya vivía una crisis por la transformación de la tradicional forma de comunicar. Han sido avances imparables, una auténtica revolución en el proceso de producción de la información.”.

## 2. Metodología

Para realizar este reportaje ha sido muy importante la parte de investigación y documentación. Con ello ha podido observarse que no existía ningún estudio que hablara sobre la rutina de trabajo de los periodistas de televisiones locales en la Comunidad Autónoma de Andalucía. Sí existen en otras autonomías españolas, pero no dedicadas a la televisión.

La documentación se ha realizado a través de libros, trabajos académicos, noticias y artículos. La principal base de datos utilizada ha sido *Google Académico*. En ella se han encontrado todo tipo de artículos y trabajos relacionados con el tema. En esta también se han encontrado libros con contenido interesante, todos ellos, escritos por profesores de la Universidad de Sevilla. La Biblioteca de la Universidad de Sevilla dispone de todos estos ejemplares, haciendo así que la obtención de estos haya sido fácil y rápida.

El siguiente paso fue la creación del cuestionario y una vez finalizado, se realizó un estudio de los medios locales que existen en Andalucía.

Con las entrevistas realizadas, se analiza las respuestas de los dieciséis periodistas. Ha sido muy importante estudiar las respuestas de las 30 preguntas, ver las coincidencias y diferencias y, muy importante, intentar darle voz a todos los colaboradores de una manera u otra. Con las conclusiones recogidas se comienza a redactar el reportaje.

### 2.1. Selección de muestra y recolección de datos

El ámbito que se quería estudiar era toda la Comunidad Autónoma de Andalucía. Para ello, desde la página web de la Junta de Andalucía, junto al propio conocimiento del investigador, se obtuvieron las televisiones locales inscritas en la comunidad en el Concurso TDT Local 2016 de la Junta de Andalucía<sup>1</sup>. El número de entrevistados fue elegido de forma que se tuviera varias opiniones dentro del mismo ámbito geográfico. Todos los entrevistados, un total de dieciséis, son

<sup>1</sup> <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/presidenciaadministracionpublicaeinterior/areas/comunicacion-social/radiodifusion-television/paginas/tdt.html>

profesionales de la comunicación, trabajadores activos que se encuentran realizando las funciones del periodismo en televisiones locales andaluzas. El sexo o la edad no han intervenido a la elección de los entrevistados. Estas son algunas de las televisiones locales registradas en Andalucía:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCALES EN ANDALUCÍA						
Almería	Interalmería TV	Canal Almería TV	Índalo TV	8TV Ejido	Levante TV	
Cádiz	Onda Cádiz TV	Jerez TV	Chiclana TV	7 TV	8 TV	Onda Algeciras TV
Córdoba	PTV Córdoba	OndaMezquita TV	TV Municipal de Córdoba	Priego TV	7TV	
Granada	7 TV	TV Municipal Granada	PTV Granada			
Huelva	Condavisión	Canal Costa	MASTV	TeleOnuba	TeleAracena	
Jaén	9LaLoma TV	7 TV	10 TV	Santana TV		
Málaga	7 TV	RTV Fuengirola	Canal Málaga RTV	Onda Azul TV	PTV Málaga	Charry TV Ronda
Sevilla	Doce Media	El Correo TV	7 TV	Telepalacios	Sevilla FC TV	Betis TV

De estas, se escogieron dos de cada provincia. La forma de elección de las televisiones vino dada, principalmente, por el ámbito geográfico en el que se encontraban. La mayor preferencia fue que estuvieran ubicadas en pueblos pequeños para que el concepto de “local” fuera más real.

Sabiendo la situación en la que se trabaja en algunos de estos medios y lo que podrían llegar a contar los entrevistados, se vio de vital importancia asegurar el anonimato de quienes han

formado parte. Con ello, se quería asegurar que las preguntas serían respondidas de la forma más sincera posible mostrando esta realidad. En este trabajo no aparecerán ni los nombres de las televisiones donde trabajan ni los de ellos mismos, para que así no tengan miedo a cualquier tipo de represalia o a mostrar una mala imagen del lugar en el que actualmente trabajan.

La mayor dificultad de este trabajo ha sido contactar con los periodistas. La falta de tiempo de ellos y la pandemia provocada por la Covid-19 han hecho que realizar las entrevistas de forma presencial haya sido imposible. Las entrevistas comenzaron con periodistas conocidos por el investigador y la Red Social *LinkedIn* ha ayudado mucho a la búsqueda de otros profesionales, sobre todo, de la parte oriental de Andalucía. La falta de respuestas, buscar perfiles a través de las Redes Sociales o insistir para poder concertar la entrevista han sido de los mayores problemas que se han presentado. Se mandaba un mensaje a través de *LinkedIn*, en él se presentaba el investigador y el tema. Los periodistas interesados contestaban y a partir de ahí se hablaba sobre cómo realizar la entrevista (presencial, telefónica, por videoconferencia o vía email). La selección estaba en dos periodistas por provincia, al contactar con ello se disponía de dos días para esperar su respuesta. Si este no lo hacía, se contactaba con otro profesional de la misma provincia. Con ello se pretendía no tener diferentes números de entrevistas entre las provincias.

Las entrevistas se intentaron realizar de forma presencial y que así la comunicación entre el protagonista y el entrevistador fuera más allá del lenguaje verbal, pero la Pandemia y las restricciones de movilidad no permitieron el traslado a todos los lugares seleccionados. Algunos de los cuestionarios han sido enviados por email a los periodistas, viendo que realizarlos de forma presencial, videoconferencia o por teléfono, era imposible. Tres semanas ha sido el tiempo necesario para recabar toda la información proveniente de las entrevistas.

El cuestionario era muy concreto, preguntas muy orientadas a cómo son las condiciones en las que trabajan, pero las preguntas eran abiertas. Se quería perseguir que el entrevistado contestara libremente a todo lo que se le cuestionaba, dándonos claramente su visión, experiencia y opinión. A diferencia de las preguntas cerradas, que apenas se necesita un sí o no para responderlas.



Las 30 preguntas del cuestionario eran puestas en común con las respuestas dadas por los entrevistados para llegar a una conclusión sobre el tema que se le preguntaba. Después se ordenó todo lo obtenido y se comenzó a redactar el reportaje. La redacción ha llevado tiempo teniendo en cuenta todas las opiniones e intentando que, de alguna u otra manera, quedaran reflejadas las situaciones, problemas, experiencias e ilusiones de los protagonistas.

Otra de las dificultades dadas en este trabajo ha sido la obtención de documentación gráfica para la maquetación. Al no querer involucrar ningún medio de comunicación ni desvelar la identidad de los periodistas seleccionados, no se podían poner fotos personales de estos profesionales ni ninguna imagen que pudieran relacionar el medio que aparece con el lugar de trabajo de estos.

El diseño de la maquetación está inspirado en las publicaciones de *El País Semanal*. Con las pocas imágenes con las que contaría el reportaje, ha sido muy importante el juego con los blancos y con el tamaño y tipo de letras, algo muy propio de este impreso. Con ello, se quería conseguir que visualmente resultara limpio y no cargado. Con la entrega de *El País Semanal* cada domingo se iba probando diseños con el texto escrito hasta el momento. Tras la redacción completa del reportaje se realizaron nueve pruebas de diseño hasta llegar a la decisión final.

### 2.3. Cuestionario

La entrevista fue dividida en diferentes bloques de preguntas teniendo en cuenta los objetivos que se persigue con el estudio. En primer lugar, se ha preguntado sobre el perfil del periodista para tener información sociodemográfica de los entrevistados; en segundo lugar, se habla sobre las condiciones laborales en las que trabajan; en tercer lugar, sobre la rutina de trabajo diaria, y tras ello, se comienza a preguntas sobre los objetivos secundarios a estudiar cómo son: fuentes utilizadas y el grado de autonomía. En el último bloque las preguntas realizadas fueron más flexibles con el objetivo de que el periodista responda de una forma más personal o indique cuestiones que considere importantes y no se hayan mencionado a lo largo de la entrevista. Este apartado final, según las respuestas dadas por el entrevistado, estaba abierto a realizar nuevas preguntas para obtener más información o aclarar algunos aspectos.

### 2.3.1. Perfil sociodemográfico

1. ¿Cuál es su edad?
2. ¿En qué provincia se encuentra el medio en el que trabaja?
3. ¿Cuál es el ámbito geográfico que abarca el trabajo/emisión de su televisión?
4. ¿Qué tipo de estudios tiene?
5. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en el medio?
6. ¿Por qué trabaja en un medio local?

### 2.3.2. Condiciones laborales

7. ¿Qué tipo de contrato tiene en vigor actualmente con el medio?
8. ¿Podría decirme el número de trabajadores que tiene la televisión en la que trabaja?
9. Si se dedican a varios medios, ¿participas en la realización de información en ellos?  
¿realizando qué labores?
10. ¿Para qué puesto fue contratado?
11. ¿Realiza solo las labores por las que fue contratado o acaba realizando otras? En caso afirmativo, ¿cuáles?
12. ¿Alguna vez ha realizado tareas ajenas a la profesión periodística? ¿Cuáles? (cámara, administración, publicidad...)
13. ¿Cumple el horario establecido en su contrato? ¿Por qué?
14. Personalmente, ¿cree que el nivel de trabajo se corresponde con el número de personas que trabajan en el medio? Explique su situación.
15. ¿Cómo se financia el medio? (Subvenciones, empresas públicas o privadas...)
16. ¿La televisión en la que trabajas se dedica a otros sectores de la información? (radio, prensa escrita, gabinetes de prensa...)
17. En el medio en el que trabaja, ¿tiene compañeros que realizan labores de periodista, pero son de otras profesiones diferentes a las relacionadas con la comunicación o, directamente, no tienen estudios?

### 2.3.3. Rutina diaria

18. ¿Tienen falta de tiempo para poder obtener información propia y por ello utilizan fuentes oficiales como ayuntamientos para sus informaciones? Explique su situación.
19. ¿Se considera lo denominado como periodista ‘todoterreno’ o ‘multitarea’? ¿Por qué?
20. ¿Ha tenido que aprender labores nuevas que no le competen dentro del medio? ¿Cuáles y por qué?

### 2.3.4. Fuentes

21. ¿Cuáles son las fuentes que suelen utilizar en el medio?
22. En el caso de utilizar fuentes oficiales, ¿qué tipo de fuentes?

### 2.3.5. Grado de autonomía en la redacción

23. A la hora de crear información, ¿tienen en cuenta si perjudica o favorece a quienes invierten dinero en el medio?
24. ¿Cree que tiene libertad de informar en la televisión en la que trabaja? Explique su situación.

### 2.3.6. Experiencia en la profesión

25. ¿Alguna vez ha hablado con compañeros de profesión que trabajen en medios de mayor envergadura y le han comentado diferencias que podría contarnos?
26. ¿Se ha puesto en contacto con Sindicatos o Asociaciones para denunciar algunas situaciones que ha vivido trabajando en televisiones locales en Andalucía? ¿Por qué?
27. ¿Tendría alguna queja sobre el trabajo que se realiza en los medios locales?
28. ¿Considera que el periodismo local es importante? ¿Por qué?
29. ¿Trabajaría toda la vida en un medio local? ¿Por qué?
30. Tras la finalización de la entrevista, ¿le gustaría expresar de forma abierta y personal algo que no esté recogido a lo largo del cuestionario o una opinión propias sobre el tema?

## 3. Resultados

Este estudio se ha realizado con motivo de escribir un reportaje sobre el tema. En este será donde queden expuestos todos los resultados de una forma más amplia. Por ello, se realiza a continuación un breve resumen de los resultados dados a partir de la investigación y las entrevistas realizadas.

### 3.1. Perfil Sociodemográfico

La edad de los periodistas entrevistados oscila entre los 22 y los 40 años. La elección de los periodistas no fue filtrada, sólo se buscaba que fueran trabajadores activos en los medios seleccionados. Todos tienen estudios superiores, aunque no todos son graduados en Periodismo. Existen muchos jóvenes trabajando en medios locales. Esto viene dado porque los medios locales son los primeros en dar oportunidad a los jóvenes periodistas que se adentran en el mundo laboral con la poca experiencia adquirida en la carrera. De los entrevistados, la mayoría llevan trabajando menos de 5 años. Solo tres llevan trabajando entre 15 y 16 años. Cuando se habla de por qué trabajan en un medio local, para muchos de ellos es un privilegio trabajar en su ciudad natal e informar a sus vecinos. Aunque estén contentos, se encuentran en este tipo de medios porque fueron quienes le dieron la oportunidad tanto para realizar sus prácticas como por no tener suficiente experiencia. Ninguno se marcaba como objetivo trabajar en ellas cuando terminaran sus estudios, aunque, actualmente, algunos están felices.

### 3.2. Condiciones laborales

Fueron contratados como redactores o presentadores de televisión, pero todos ellos acaban realizando más tareas de las expuestas en su contrato: producción, edición, locución, cámara, publicidad o maquillaje. Coinciden en que han tenido que aprender labores que no les competen a los periodistas como son la redacción de publicidad, el manejo de la cámara y, quienes trabajan en radio, también han tenido que aprender a manejar la mesa de sonido. Aun sabiendo que realizan trabajos que no son de su competencia, muchos de los entrevistados ceden a que,

mientras esté dentro sus posibilidades, estarían dispuestos a realizar cualquier labor que se les ofrezca. Esto, al final, acaba produciendo estrés y que sean demasiadas las tareas que debe hacer diariamente.

La mayoría de las televisiones locales donde trabajan los entrevistados se dedican a otros ámbitos de la comunicación como la prensa escrita, radio o contenido web. También algunos tienen pequeños gabinetes de prensa para ayuntamientos o empresas de su entorno. Los entrevistados fueron contratados para televisión, pero todos ellos participan en la realización de los productos de los otros medios.

A la pregunta de si cumplen con el horario laboral existen multitud de respuestas. Algunos responden con un rotundo “sí”, pero también existen quienes reconocen que no es habitual cumplirlo. Cuando ocurre un hecho extraordinario o una noticia de última hora, el horario puede variar, el problema se encuentra cuando esas “horas extras” no son reconocidas o, directamente, siempre trabajan más horas debido al gran nivel de trabajo que existe. En ocasiones, deben “aportar” más tiempo porque sino, la programación no saldría.

Como cualquier periodista, se quejan del intrusismo laboral. En las televisiones locales está normalizado el contratar a conocidos que saben comunicar y no tienen ningún tipo de estudios relacionados con la comunicación. Pocos han sido los periodistas que afirman que todos sus compañeros están formados para este trabajo. Ellos aseguran que algunos son de otro ámbito e, incluso, tienen compañeros sin estudios.

La financiación de estas empresas, como cualquier medio de comunicación, viene, principalmente, de la publicidad. Algunos de ellos son subvencionados por administraciones públicas. Ambas formas de financiación condicionan el trabajo de los periodistas. En la mayoría de los casos, estos periodistas cuentan que sí se tienen en cuenta el tipo de información que les llega de las empresas o administraciones que invierten dinero en ellas. Es positivo que, en algunos casos, se tengan en cuenta, pero, aun así, se publiquen sin tratamiento especial. La

mayoría de los entrevistados no sienten libertad de informar en sus televisiones. De los 16, solo 4 han afirmado que pueden informar libremente.

### 3.3. Rutina diaria

A pesar de afirmar la falta de tiempo en algunas ocasiones, la mayoría de los entrevistados consideran que el número de trabajadores sí está compensado con el volumen de trabajo. Siempre contando con las ocasiones excepcionales. Aunque durante las entrevistas muchos de ellos han reconocido que se sienten abrumados por el trabajo. Las fuentes utilizadas por estas empresas suelen ser oficiales. Ello le da veracidad a la información, pero los entrevistados reconocen que suelen trabajar con ellas porque les ahorra tiempo. Con ello, no tienen que crear una noticia propia, contrastar la información o buscar otras fuentes. Algunos de ellos reconocen que el medio crea temas propios que contrastan con fuentes oficiales creando una información más amplia sobre un tema.

Todos ellos se consideran periodistas ‘todoterrenos’ o ‘multitarea’ por realizar distintas labores dentro del medio, en ocasiones, ajenas al periodismo y por tratar temas de diferentes especializaciones. La polivalencia es necesaria para poder trabajar en un medio local. Algunos, incluso, dudan de que todo periodista pueda ejercer el periodismo local.

### 3.4. Experiencia profesional

Con la precariedad laboral que trabajan estos profesionales, la labor de Sindicatos y Asociaciones es muy importante. Solo uno reconoce haber puesto en conocimientos de estas administraciones la problemática que vive en su medio, pero de la misma forma reconoce que el periodismo local está discriminado, es decir, no hacen nada para solucionarlo. El resto de entrevistados no han puesto en conocimiento las condiciones en las que trabajan algunos periodistas, formando parte de Asociaciones.

Aman su trabajo por la forma de contar historias, pero la mayoría de los entrevistados no se ven trabajando toda la vida en un medio local. Algunos de ellos, al ser jóvenes, quieren experimentar trabajar en un medio a nivel nacional, otros porque las condiciones laborales no son buenas. Estos últimos, aseguran que, si las condiciones cambiaran, no les importaría informar durante toda su vida profesional en un medio local.

Quienes hablan con compañeros que trabajan en medios a nivel autonómico o nacionales resaltan las buenas condiciones de trabajo que tienen. El trabajo es más organizado, está mejor repartido y una persona no tiene tanto nivel de trabajo, no se concentra tantas funciones en una misma persona y con todo ello, el sueldo es mayor. La mayor queja de estos periodistas es el salario precario que obtienen. Sienten que no se tiene en cuenta la especialización o la profesionalidad de los periodistas. No se sienten reconocidos ni creen que su trabajo esté valorado. Estos cuentan que su salario es bajo para el nivel de trabajo y profesionalidad y que las condiciones son pésimas sin que nadie piense que ese ritmo llegue a cansar y desgastar al profesional.

## 4. Conclusiones

Antes de exponer las conclusiones tras realizar este estudio se debe tener en cuenta que han sido dieciséis los medios que han participado y con ello, dieciséis periodistas los que han sido entrevistados. No podemos realizar unas conclusiones generalizadas ya que la muestra no es representativa de todos los periodistas que trabajan para las televisiones locales andaluzas, pero sí se realiza un acercamiento real al tema, anteriormente no tratado. No existía ningún estudio sobre este tema, sí sobre periodistas locales de otros medios o sobre historia de las televisiones locales; en ninguno de ellos los profesionales de la comunicación andaluces o sus rutinas de trabajo eran los protagonistas. Con los datos recogidos a partir de la experiencia personal de estos periodistas se podrá entender y saber cómo es el trabajo en estas redacciones.

Con las respuestas de las treinta preguntas de la entrevista se llega a deducir claramente que trabajar en una televisión local, al menos en Andalucía, es un trabajo duro. Algunos entrevistados llegan a definir su jornada laboral como una situación estresante. En ocasiones, es necesario tener una jornada superior a ocho horas para que la programación salga correctamente. La mayoría de estas televisiones tienen otros canales de información como es la radio, la prensa escrita o gabinetes de prensa. Estos periodistas se dedican también a informar en estos medios. Aunque fueron contratados como redactores en televisión, a parte de producir, montar, redactar o presentar, también redactan o emiten para los distintos medios. Algunos responsables de medios aseguran que cuando creas una misma información para distintos canales, los cuales, deben tener distintos tratamientos informativos, la calidad del producto final es desigual: “si el texto es bueno, la pieza audiovisual raramente suele ser satisfactoria y viceversa” (Carlos Alberto Scolari, Josep Lluís Micó, Héctor Navarro, Hugo Pardo. (2008))

El cansancio mental que sufren es abrumador si le sumamos que no solo se dedican a distintos canales de información, también deben tratar cualquier tema que llegue a ser información. Ellos mismos se consideran unos grandes ‘todoterrenos’. Redactan una información, si es necesario la



graban, montan sus propias piezas e, incluso, ellos mismos la presentan en los informativos. Locutan en radio en distintos programas mientras manejan la propia mesa de sonido de una forma autodidacta, de igual manera han aprendido los periodistas más experimentados a manejar las Redes Sociales. Mientras realizan todas estas tareas deben tratar desde noticias de cultura, deporte o política. Polivalencia le llaman algunos, unos auténticos ‘todoterrenos’ se les ha llamado en este trabajo.

Sus condiciones laborales no ayudan a que se sientan más cómodos. Aun trabajando de esta forma, los entrevistados no se sienten valorados por sus empresas. La profesionalidad no es algo que a sus directores les importe y el salario que reciben para nada tiene que ver con las labores diarias que realizan, es lo que transmiten. Los periodistas entrevistados no superan los 40 años. Los medios locales dan oportunidad a los jóvenes periodistas, lo que hace que la media de edad de los trabajadores sea baja. Quienes comienzan su andadura periodística en los medios locales quieren, tras obtener experiencia, acabar trabajando en medios de mayor envergadura. Las condiciones laborales no ayudan a que los periodistas decidan trabajar en televisiones locales toda su vida. Poco valor a la profesionalidad y especialización, sueldos bajos y contratos precarios hacen que los periodistas quieran cambiar a un trabajo donde se sientan reconocidos y mejoren sus condiciones.

En relación con este tema se encuentra un estudio de 2016 que habla sobre la rutina de los becarios de periodismo en Málaga. En esta investigación de Manuel García-Borrego y Sergio Roses Campos dan datos sobre la multidisciplinariedad del periodista. Estos realizaron un estudio con treinta y tres becarios de periodismo de la provincia. Algunos de los datos aportados son que veinticuatro de los treinta y tres tomaban fotos y redactaban los textos. El 57,6% realiza grabaciones de audio, el 15,2% de vídeo y el 51,5% edita o maqueta sus propios contenidos. Algunos encuestados llegan a responder que realizan trabajos administrativos, infografías o gestionan las de Redes Sociales o la web del medio. El 100% de los estudiantes realiza alguna función extra a la redacción. Esto puede ser uno de los motivos por los que muchos de los jóvenes periodistas no quieran trabajar en un medio local, aun reconociendo, que son quienes dan oportunidad a quienes no tienen experiencia.

Con la realización de todas estas labores, el tiempo con el que cuentan para generar informaciones propias es muy escaso. La mayoría de los periodistas entrevistados reconocen que las fuentes más utilizadas cada día son oficiales. Esto hace que ahorren tiempo y se agilice el trabajo. Con ellas se ahorran la contrastación de los hechos y tener más tiempo, ese que no tienen. Este ahorro de tiempo a veces trae una información escasa al no tratar el tema desde distintos puntos de vista o contrastando información. Esto habla mucho de la autonomía que tienen los profesionales a la hora de redactar información. La libertad de información es escasa en estas televisiones locales, o al menos esto cuentan los periodistas entrevistados. El tratamiento que se le da a la información que proviene de administraciones o empresas que invierten dinero en el medio es diferente. Se tiene en cuenta cómo les afecta a estos inversores antes de publicarlas o, directamente, se desechan. Esto provoca que los trabajadores no tengan libertad a la hora de informar y se anteponga el beneficio económico antes que la labor social de la profesión.

Tras las conclusiones extraídas del trabajo, se llega a entender mejor esta afirmación que se atrevió a dar uno de los periodistas entrevistados: “Trabajar para una televisión local no es tarea fácil. Cualquier persona no sería capaz de desempeñar esta labor”.

## 5. Referencias bibliográficas

- Caldevilla, D. (2013). Nuevas fórmulas de periodismo: Periodismo de proximidad 2.0. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación. Vol 18. 165-176. <https://www.redalyc.org/pdf/935/93528051013.pdf>
- Cantalapiedra, M.J. (1997). Periodistas locales. Servicio Editorial de la universidad del País Vasco. Vol 2. Num 3. <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/40682/17325-63626-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García-Borrego, M., Roses, S. (2016). Rutinas profesionales de los becarios de Periodismo: el caso de Málaga. Revista Estudios de Comunicación. Vol 21 Num 41. 155-169. <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/41232/17267-63416-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gutiérrez, J. F. (2014). El encendido analógico. Ediciones Alfar
- Junta de Andalucía. Medios de Comunicación en Andalucía. Noticias de la Junta. <https://www.juntadeandalucia.es/agenda/pages/detalleOrganismo.and?parametro=2>
- Laboratorio de Comunicación y Cultura COMandalucía. (2013). Mapa de la Televisión Pública Local – Andalucía. <https://comandalucia.com/mapa-television-local-publica-en-andalucia/>
- López, F. (2005). La situación de la televisión local en España. U. Valencia
- López, X., García, B., (2001) Prensa gallega: de la información política a la información de servicio. Estudios sobre el Mensaje. n.º 7: 303-317. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/ESMP0101110303A/12855/0>

M.J.G (10 de febrero de 2015). Cómo era Andalucía a la llegada de la televisión. ABC Andalucía. <https://sevilla.abc.es/andalucia/malaga/20150209/sevi-como-andalucia-llegada-television-201502091210.html?ref=https://www.google.com>

Mejías.A. (2016). Televisión local. Andalucía: la nueva comunicación. . Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/46262/TFG%20Alejandro%20Mej%C3%ADAS%20Ortiz.pdf?sequence=6&isAllowed=y>

Montaña, M.; Ollé, C. y Lavilla, M. (2020). Impacto de la pandemia de Covid-19 en el consumo de medios en España. Revista Latina de Comunicación Social, 78, 155-167. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1472>

Navarro. J. A. (1999). La televisión local. Andalucía: la nueva comunicación. Fragua

Portugal Bueno (2017). La identidad del periodismo local. Ser Comunicación. <https://sercomunicacion.es/la-identidad-del-periodismo-local/>

Redacción. (9 de abril de 2020). Coronavirus: las visitas a medios de comunicación crecen un 59% en España, según Comscore. Laboratorio de Periodismo. <https://laboratoriodeperiodismo.org/coronavirus-las-visitas-a-medios-de-comunicacion-crecen-un-59-en-espana-segun-comscore/>

Ruiz. M. J. (2011). Aproximación a los orígenes de la Comunicación en Andalucía. En Reig. R., Langa-Nuño. C., La comunicación en Andalucía: Historia, estructura y nuevas tecnologías. (25-40). Fundación Centro de Estudios Andaluces.

Salaverría. R., Martínez-Costa. M. P., Breiner. J. (2018). Mapa de los cibermedios de España en 2018: análisis cuantitativo. Revista Latina de Comunicación Social. <http://www.revistalatinacs.org/073paper/1295/54es.html>

Tamarit. A.M. (2011). Consideraciones sobre el periodista local en Castilla y León. ZER:Revista de Estudios de Comunicación. Vol 11. Num 20. 399-409.  
<https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/3780>

Traver. C. (2020). Cambios y oportunidades en el modelo de negocio del periodismo local y de proximidad. Universidad de Zaragoza. <https://zagan.unizar.es/record/95260/files/TAZ-TFG-2020-2278.pdf>

Túñez. J. M., Martínez. Y. (2014). Análisis del impacto de la función, las actitudes y las condiciones laborales del periodista en la producción de noticias: Hacia un periodismo de empresa. Revista de Estudios de Comunicación. Vol 19 Num 36. 37-54.  
<https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/13486/12072>

Ufarte. M. J. (2019). Nuevos perfiles profesionales para el mercado periodístico. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones

## 6. Reportaje

GRADO EN PERIODISMO CURSO ACADÉMICO 2020-2021  
REPORTAJE DEL TRABAJO FIN DE GRADO

### Los ‘todoterrenos’ de la información

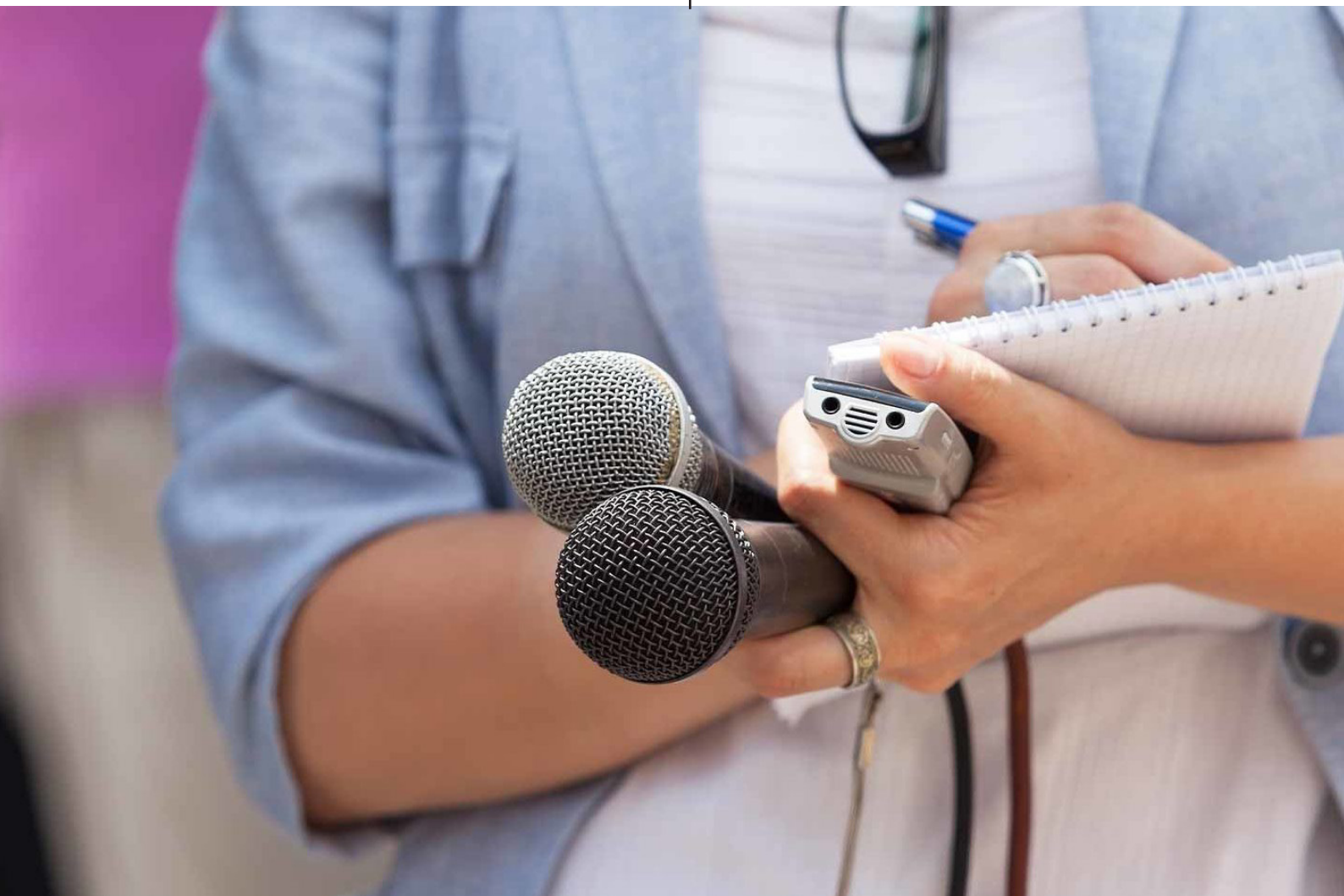
PERFIL, RUTINAS Y AUTONOMÍA DE LOS PERIODISTAS DE TELEVISIONES  
LOCALES EN ANDALUCÍA

**TUTOR:**  
Maritza Sobrados León

**COTUTOR:**  
Manuel García Borrego

**ALUMNA:** Piedad Vázquez Ochoa





---

## Los 'todoterrenos' de la información

---

PERFIL, RUTINAS Y AUTONOMÍA  
DE LOS  
PERIODISTAS DE  
TELEVISIONES LOCALES  
EN ANDALUCÍA

---

**E**l Coronavirus ha realzado el periodismo local. La situación pandémica ha traído que el consumo de medios locales sea superior; las normativas, restricciones y el número de contagios han hecho que los ciudadanos prefieran conocer la información más cercana a ellos, dándole al periodismo local el reconocimiento que siempre ha merecido. Es una de las especialidades del periodismo en la que la polivalencia es primordial. Así es como definen a estos periodistas, pero en este reportaje serán definidos mejor como



‘todoterrenos’ o ‘multitarea’. Estos son periodistas que deben contar con la preparación básica y suficiente para adentrarse en todos los soportes, en todos los sectores de

la comunicación y poder informar de cualquier tema. Los periodistas locales de televisiones andaluzas son todo unos ‘todoterrenos’ y esto se ha comprobado después de hablar con algunos de ellos sobre sus rutinas de trabajo. Tras escucharles se descubre que no cualquier periodista podría dedicarse al periodismo local.

***“Siempre he considerado que en un medio local es donde se aprende a barrer las calles de esta profesión”***

Estos periodistas, en su mayoría, decidieron dedicarse al ámbito local por el amor a su tierra.

“Me surgió la oportunidad y no me lo pensé dos veces. El medio en el que trabajo me da la oportunidad de estar en mi ciudad natal haciendo lo que más me gusta”. Los medios locales son los primeros en darle la oportunidad a los jóvenes periodistas que comienzan su batalla en el mundo laboral. La experiencia es siempre uno de los requisitos que se pide y sin ella, es difícil hasta poder realizar una entrevista de trabajo. En esa búsqueda de empleo, los medios locales son los primeros en dar oportunidad y en enseñar el mundo real que no se aprende entre apuntes. Esto también acarrea algunos aspectos negativos. En los medios locales existe mucho amater. Sueldos mínimos o contratos precarios son algunas de las condiciones que pueden encontrarse los recién

graduados, aunque también tiene aspectos que no son favorables para la empresa. Enseñar a alguien inexperto, a veces, acarrea que estos puedan cometer errores, que el trabajo ofrecido sea de poca calidad lo que hace que sea más cómodo para los empresarios contratar a alguien con experiencia. Pero si no se da la primera oportunidad, ¿cuántos profesionales se pueden quedar en el camino por la impaciencia de enseñar? Parte de la culpa de esta situación es de la propia universidad. El periodismo ha cambiado y los grados no se actualizan con las nuevas formas de realizar la profesión. A esto se le suma la poca práctica que se da en los cuatro años de grado. “Veo fundamental que cambie la forma de impartir la carrera de Periodismo. En mi caso, y en el de mis compañeros, nuestra formación fue teórica casi al completo. No aprendemos lo que es realmente trabajar en un medio de comunicación y eso debe cambiar”. Es trabajar lo que te hace, al fin y al cabo, convertirte en profesional y en eso, los medios locales, son expertos.

En el proceso de encontrar periodistas para este reportaje, algo muy curioso fue que, parte de los periodistas que vemos en televisión cada día, comenzaron su andadura en televisiones locales. “El periodismo local es el hermano pequeño y dentro de la profesión siempre se considera un “salto” cuando se trabaja en el ámbito regional o nacional”. Esto genera inestabilidad a la empresa. El ir y venir de trabajadores no conforma una plantilla fija y un grupo consolidado. Pero no es mentira que sean las intenciones de quienes trabajan aquí. Gran parte de los entrevistados consideran el trabajo en medios locales como algo digno, necesario y placentero, pero no niegan que quieran avanzar y subir algún peldaño más trabajando en medios de mayor envergadura.

***“Desempeñar el periodismo real no sólo es posible en las cadenas nacionales”***

“Trabajar en tu ciudad en aquello que te apasiona, y para lo que te has formado, es un privilegio”. Los periodistas que se dedican a esta especialización consideran que este tipo de noticias “son las más cercanas, las que más le interesan al ciudadano por encima de la gresca política y otras cuestiones”, son “las noticias que no suelen tratar otros medios nacionales y que no por ello son menos importantes”, los medios locales “permiten vertebrar y conectar a los vecinos, no solo a través de noticias o información, sino a través de su cultura y tradición”. En un mundo cada vez más globalizado, el periodismo local pierde peso, pero para los ciudadanos es uno de sus mayores soportes, “debe entenderse como una herramienta dinamizadora de las zonas rurales”. Para muchos de estos empleados, trabajar en un medio local no es el sueño de sus vidas, pero han descubierto que este periodismo es maravilloso y no les importaría seguir en ello si las condiciones laborales fueran mejores.

Quizá se comete el error de ver a los medios locales como un fracaso profesional para los periodistas, ¿si no llegas a trabajar en RTVE, Atresmedia o Mediaset significa que no eres buen periodista? Este andaluz,

amante de su hacer diario, lanza una pregunta a quienes han cambiado la información de cercanía por la nacional: “me atrevo a hacer la pregunta al revés ¿Los que han dado el ‘salto’ a medios nacionales o regionales volverían a lo local? Es la forma en la que me gano la vida. Disfruto contando las cosas a la gente de mi ciudad. Además, tienen que quedarse en los medios locales profesionales cualificados para tratar de dignificar y dar calidad a estos medios.”

### ***“La gran mayoría no tienen los estudios de Periodismo”***

El periodismo es una profesión en la que el intrusismo laboral está muy extendido. Un buen comunicador puede realizar labores de periodista sin necesidad de saber mucha teoría. No es por desprestigiar a nadie, pero si existe una carrera que estudiar es porque hay cosas que se necesitan saber para ejercer. Actualmente se ha extendido el hábito de contratar a personas formadas, pero para esto se debe tener en cuenta que el salario debe estar acorde a su profesionalización. Por ello, en muchas ocasiones, para los empresarios es mejor contratar a una perso-



M. G. Exposición en julio en el Aula Municipal de Arcena

na a la que se le dé bien comunicar y no esté formada y así poder ahorrarse unos euros. Esta situación lleva a que la calidad de la información disminuya, recuerden que no se sabe la teoría para saber o entender por qué y cómo se tratan algunas informaciones. Sin hablar de la cantidad de puestos de trabajo que ocupan mientras que las personas que han invertido su tiempo en formarse tengan que acabar ejerciendo trabajos que, a veces, nada tienen que ver con ello.

### ***“Diariamente me encomiendan labores que, en teoría, no tengo por qué hacer”***

En la profesión periodística el aprendizaje debe ser continuo. Esta sufre multitud de cambios a los que los periodistas deben amoldarse, pero se debe diferenciar cuando estos nuevos conocimientos están dentro de la labor y cuando son tareas que, por falta de personal y tiempo, deben realizarlas el propio periodista. “Comencé de prácticas haciendo informativos y mi primer contrato fue en entretenimiento. He hecho humor político, fiestas populares; retransmisiones en directo de ferias y cabalgatas. Fui jefe de informativos, presentador de informativos y redactor raso. Debates, programas sociales, consumo y emprendedores... ¡hasta toros o Semana Santa! Cualquiera que haya trabajado en una televisión local sabe que es la única forma de poder desarrollar tu trabajo en empresas pequeñas”. Sobre esto hablan los entrevistados, han tenido que aprender a manejar la cámara e ir a ruedas de prensa o a cubrir noticias ellos solos, cámara en mano y el micro, quien pueda sujetarlo. Por la falta de técnicos de sonido, ellos realizan sus propios programas de radio mientras manejan la mesa de sonido. Tratan temas económicos, culturales o políticos. Una mente ágil para cambiar de registro en el momento que sea necesario. Unos auténticos Juan Palomo: “yo me lo guiso, yo me lo como”. “Somos nuestros propios productores,

realizadores, técnicos de sonido, cámaras... hasta maquilladores”. Los profesionales de la información acaban realizando tareas para las que no estaban preparados o que, directamente, no les compete. Esto es algo que resalta de todos los periodistas entrevistados en Andalucía: ninguno de ellos realiza exclusivamente la actividad por la que fueron contratados, en su mayoría, como redactores. Todos acaban interviniendo en labores de producción, edición o presentación de los propios programas. Llegan a informar que, incluso, fueron contratados en una especialización, como es la de periodismo deportivo, y acaban realizando labores de cámara y, por supuesto, informando de cualquier tema.

### ***“Si tengo que hacerlo lo hago. Hay que ser polivalente en esta profesión”***

Cuánto odia el periodista el intrusismo laboral, pero sin darse cuenta, muchos de ellos acaban cometiéndolo al aceptar realizar otras labores. “El saber no ocupa lugar”. No, no ocupa, pero sí quita. El trabajo que realizan estos periodistas podrían hacerlo otros compañeros que sí se han formado para ello. Sin querer, o por el miedo a perder el trabajo, se cede. “Cada día realizo la labor de técnico de sonido, aunque no considero que lo sea, no tengo los conocimientos a pesar de ejercer las tareas. Trato de hacerlo lo más dignamente posible”.

¿El objetivo de ello? Se puede llegar a pensar que es el ahorro de unos euros por parte del empresario. Hay cadenas con unos siete empleados y cadenas que superan los 50, todos en función del ámbito geográfico que abordan: local, comarcal o provincial. En ocasiones la carga de trabajo puede ser superior, pero el continuo exceso acaba distorsionando el trabajo de los profesionales. Si encuentras un trabajador abrumado, cansado, realizando tareas que le desvían de su propia labor y ocupándose de temas que no le pertenecen, al final, acabará abatido y la calidad informativa será nefasta. “Trabajar

en un medio pequeño acaba quemando por la gran carga de trabajo con la que contamos los graduados en Periodismo, que como llevo relatando, en mi empresa somos muy pocos. Por eso tenemos que hacer muchísimas tareas que nos llevan a tener que acabar mucho más tarde de nuestro horario”.

***“Estamos abrumados de trabajo. Falta muchísima más gente para ofrecer un mejor trabajo”***

La mayoría de los periodistas andaluces afirman que en sus medios la plantilla corresponde con el nivel de trabajo que tienen diariamente. Es natural que algunos temas o sucesos lleven más tiempo, necesitan más personal y durante ese momento el nivel de trabajo no se corresponda. El problema es que eso sea rutinario. Los periodistas que niegan ser suficientes para cubrir todo el trabajo de su televisión se encuentran cansados, enfadados e indignados. Se debe tener en cuenta que la falta de tiempo, el estrés y el trabajar a contrarreloj trae consecuencias negativas a la calidad del trabajo. “Presento, redacto, produzco y, a veces, edito los contenidos de todo tipo de programas e información. Esto se debe a la falta de personal para desempeñar las funciones”. Hacer las cosas “deprisa y corriendo” no trae nada más que errores. Eso es algo que algunos periodistas han resaltado: “con más personas trabajando haríamos un producto de mejor calidad”. La falta de tiempo lleva a que no se pueda obtener información propia, realizar una correcta contrastación de las informaciones, unos materiales de calidad, temas interesantes... lo que hace que estos periodistas no se sientan satisfechos ni cómodos con el trabajo que realizan. “Además de contar con cada vez menos especialización por la imposición de crear más contenidos, se suma a que habitualmente los periodistas realizan muchas funciones técnicas y deben realizar toda la cadena de funciones para crear un producto (desde contactar con la fuente a montaje de la información). Un tiempo que no suele tomarse en cuenta cuando se habla de crear

contenidos, lo que agota a los profesionales y daña a su principal función: hacer periodismo de calidad”.

***“Siempre hay falta de tiempo para la información propia. Normalmente, se trabaja mucho con la agenda del día”***

Para tener en cuenta la honestidad que tienen los profesionales de la comunicación con su audiencia hay que tener en cuenta el tipo de fuente que utilizan. Como se ha comentado a lo largo de este reportaje, los periodistas se encuentran inmersos en una gran carga de trabajo, esto dificulta las tareas de recolección y contrastación de la información. Recoger información de fuentes oficiales es beneficioso para el medio ya que le da veracidad a la propia noticia, pero, aun así, se debe tener en cuenta que esas informaciones pueden estar sesgadas y es importante tener todos los puntos de vista del suceso. La falta de tiempo dificulta estas tareas provocando que comunicados de Ayuntamientos o de Cuerpos de Seguridad del Estado sean la propia noticia. “Resulta prácticamente imposible poder publicar temas propios por culpa de la falta de tiempo”.

Los tipos de fuentes que utilizan estas televisiones locales andaluzas son Gabinetes de Comunicación de Ayuntamientos y asociaciones, Diputación, Junta de Andalucía, Delegación del Gobierno, administraciones locales, partidos políticos, organizaciones sindicales, movimiento asociativo o colectivos culturales. Hay un rayo de luz cuando se encuentran medios que “cada día realizan temas propios, y se complementan con la información institucional”, temas que a la sociedad le importa y que están contrastados





© Götz Wiedenroth • www.wiedenroth-karikatur.de  
www.wiedenroth-karikatur.blogspot.com

con fuentes oficiales ayudando así a crear una opinión o el saber de un tema. Pero, en su mayoría, se encuentra con un rotundo “sí” al uso mayoritario de fuentes oficiales por la falta de tiempo.

***“Sobre ocupación de los periodistas en diferentes tareas que obligan a reducir el tiempo de dedicación a cada uno de ellos”***

Se les pregunta a estos periodistas, como resumen, qué quejas tendrían sobre el periodismo local que ejercen en la actualidad, uno de ellos nos hablaba de lo anteriormente mencionado: “El intrusismo profesional. Puestos de trabajo ocupados por personas no formadas y cualificadas en detrimento de compañeros/as que sí lo están y pierden la oportunidad de ejercer”. A esto se le suma multitud de quejas siempre relacionadas con la organización, el cumplimiento de horario, un salario acorde con lo trabajado, la liber-

tad, la coordinación, una menor carga de trabajo, la motivación o la valoración. Estas son las más mencionadas, incluyendo la falta de recursos humanos y materiales. Uno de estos periodistas locales lo resume de esta forma: “La precariedad laboral de los puestos de trabajo y el no reconocimiento de la categoría profesional que me corresponde como Graduado en Periodismo. La precariedad se extiende al salario, muy reducido, contando las horas que se trabaja y sin tener en cuenta el perfil profesional de un profesional del Periodismo”.

***“De ciertos ayuntamientos se nos tiene prohibido hablar negativamente porque invierten mucho dinero en publicidad en la emisora”***

Con todo el trabajo que soportan estos periodistas, en muchas ocasiones, no se les permite contar una información real. Uno de

los periodistas andaluces entrevistados llega a contar que le despidieron “por hacer mi trabajo en libertad; posteriormente tuvieron que reconsiderar la postura y me readmitieron”. A la pregunta de si tienen en cuenta si la información que tienen puede perjudicar o favorecer a empresas que invierten en el medio, una gran mayoría de estos andaluces dicen que sí. “Evidentemente se tiene en cuenta. Aunque yo de forma personal tengo un código ético propio muy marcado de hacer un producto bueno: información. Es importante la gente que invierte, pero eso tampoco puede condicionar el trabajo final del producto que haces”. “Quien paga, manda. Pero la información no debería estar en venta”. Aun así, en esta sociedad, cada día se ve cómo se está anteponiendo el valor económico que tiene esa empresa para el medio antes que la propia labor de esta profesión. “Se han dado casos, especialmente en administraciones que, como “castigo”, cortaron inversión publicitaria”. Esta es la autonomía que tienen algunos de los periodistas entrevistados, el cuidar de quienes pagan para que no se “enfaden”. Pero no solo hay que tener en cuenta las empresas, también son importantes las administraciones. Algunas de estas televisiones forman parte de grupos que también llevan



el gabinete de prensa de Ayuntamientos, esto hace que todas las informaciones que se publiquen de ese pueblo o ciudad en las que el consistorio tenga algo que ver, deben ser positivas. De igual forma pasa con Diputaciones o la propia Junta de Andalucía, muchos medios obtienen subvenciones por parte de estas administraciones de las cuales, no publicarán informaciones críticas o negativas sobre sus gestiones.

***“La persona representante de los trabajadores de mi empresa es una persona cercana a la dirección. Si tienes un problema mejor no acudir a ella”***

Con todos los problemas que exponen, lo que se quiere llegar a conseguir es que las condiciones cambien y tengan un trabajo digno y acorde a la profesión. Esto se puede comenzar a trabajar a partir de sindicatos o asociaciones. Como bien dice su definición, un sindicato es una asociación de trabajadores cuyo objetivo es la defensa de los intereses profesionales, económicos y laborales de los asociados. En Andalucía existe la SPA: Sindicato de Periodistas de Andalucía. 20 años llevan implantados en esta comunidad autónoma. Es importante que los periodistas locales sepan de su existencia para contactar con ellos ante cualquier circunstancia. “Pertenezco a un sindicato, pero no he presentado queja formal por nada en concreto”. Ni perteneciendo a ellos se atreven a denunciar la situación y quienes sí lo han hecho aseguran que de nada vale, “el ámbito local sigue estando marginado en muchas ocasiones”. Estos periodistas no se sienten entendidos. En algo tan vocacional como es el periodismo es difícil entender que acabe convirtiéndose en un trabajo tan poco valorado. Para los periodistas es duro escuchar que esta profesión está pasando por una situación difícil, mal pagada, sin futuro... Sin hablar de la imagen que tiene el periodismo en la actualidad. Si a esto se suma que trabajas en un medio con pocos recursos, con una in-

formación tan cercana a toda tu audiencia y, encima, es tu tierra, aún es más complicado no trabajar a gusto, con libertad, sin reconocimiento y, a veces, criticado por el tipo de tratamiento informativo que te obligan a tener. “Los directivos no valoran suficientemente el talento de sus trabajadores; no escuchan las propuestas de mejora; no están en contacto con los espectadores; no son capaces de crear formatos más atractivos, conformándose con cubrir el expediente”.

***“Al trabajar en un medio con más potencial, todo da un giro de 180° si lo comparamos con un medio local”***

Se ha podido descubrir que el trabajo en los medios locales no es nada fácil, pero ¿y si se compara con medios de mayor envergadura? La comparación aun es peor. En los medios donde se maneja más información y el territorio que alberga es más amplio, las condiciones son mejores. Aquí tienen las palabras textuales de uno de estos periodistas locales andaluces, juzguen ustedes mismos: “Es cierto que su repercusión puede ser mayor; pero el trabajo es infinitamente menor. No se puede comparar a un reportero que solo trabaja para una pieza de 50 segundos en un informativo nacional (que ni siquiera edita su pieza, solo redacta y locuta), que un trabajador de tele local que produce cada día tres o cuatro piezas (con sus respectivos textos, locuciones, edición y selección de totales y recursos), la producción de un programa semanal, además de la edición de prompter y presentación diaria del informativo, como es mi caso. La mayoría de las veces que coincidimos es para reconocer el trabajo enorme que sacamos adelante con recursos más que limitados”. Este es el día a día de quienes proporcionan las noticias más cercanas, los que informan de lo que afecta más directamente. “En una tele local el estrés es increíble y son muchos los compañeros que no aguantan”. Algunos de estos andaluces también resaltan el sueldo que

Con la digitalización, la actualidad y la rapidez forman parte de las redacciones y junto a ellos, las Redes Sociales se han convertido en un nuevo medio de comunicación. Tener una cuenta en *Twitter*, *Facebook* o *Instagram* ya no es una opción para los medios, pero esta nueva forma de comu-



nicar no es tan cómoda para quienes se encargan de su gestión. “A nuestra labor diaria se le suma la gestión de contenidos para redes y desenvolvemos en entornos digitales sin ni tan siquiera entender las razones por las que, por ejemplo, a una hora determinada, se cuelga un vídeo o una noticia concreta y no otra” Estas son las palabras de uno de los entrevistados que, en los últimos 10 años, ha visto cómo ha cambiado la forma de hacer periodismo. “Tener conocimientos del mundo de las redes sociales para desarrollar funciones más propias de puestos como un *Community Manager*, o *Social Media Manager* se ha convertido en una de las funciones principales de un periodista”. Para estos ‘todoterrenos’ no es nada fácil compaginar el trabajo diario que conlleva una televisión local con el manejo, casi impuesto, de las redes sociales. “Para trabajar en un medio local no sólo hay que ser ‘todoterreno’, se ha convertido en una “obligación” el buen manejo de las Redes Sociales para tener mayor alcance en los posibles lectores, oyentes o telespectadores”. Aun así, este esfuerzo sigue sin estar reconocido económicamente con un aumento de salario y en ocasiones, las empresas ni te forman para ello. “Especializarse mucho en este ámbito resulta básico para tener oportunidades reales de encontrar un empleo en un ya de por sí difícil mundo laboral”.

## “Lo mejor y lo peor de todo es que el periodismo es una droga. Resulta imposible plantearte dejarlo”

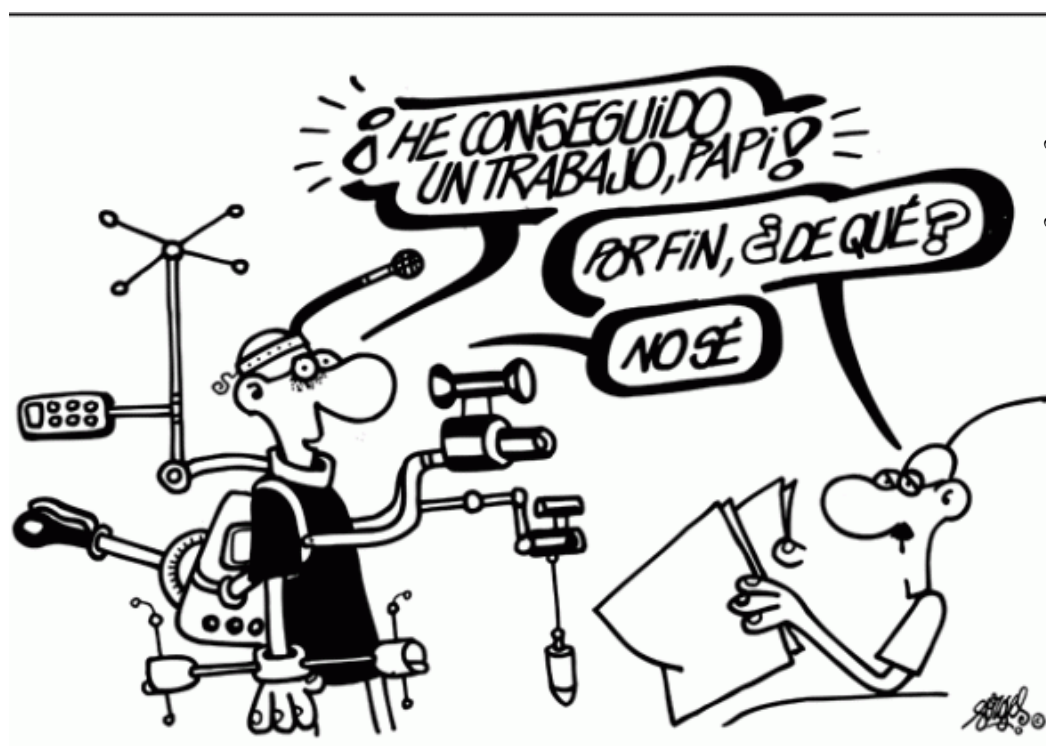
sus compañeros tienen. La “profesionalidad se paga”, comentan, pero, ¿los periodistas de televisiones locales andaluzas no son profesionales?, ¿Por qué tanta diferencia de sueldo? Se entiende que esas cadenas no tienen el mismo nivel económico que las que se encuentran en localidades pequeñas. Tienen mayor poder para contratar personal, con ello la organización es mejor, cada uno se encarga de su tarea... pero, ¿es tan complicado mejorar la organización en los medios locales? “El ritmo es menos acelerado”, suena raro pensar que en cadenas que llegan a cubrir el ámbito nacional el ritmo de trabajo y el estrés sea menor que en las televisiones que quizá llevan una comarca de unos 60 pueblos. Claro ejemplo de que algo se está haciendo bastante mal.

### “En una televisión local siempre se es todoterreno”

Como se comenzó este reportaje, se quería descubrir cómo es el trabajo en las televisiones locales andaluzas. Su rutina, cómo realizan su trabajo y, algo importante para entenderles, conocer el concepto de ‘todoterrenos’. Estos han tenido que aprender nuevas labores, a que la jornada laboral de ocho horas es demasiado corta, a que el ser periodista no es suficiente. Ser polivalente es un plus siempre que no se convierta en una característica obligatoria para acceder a un empleo. “Me considero un periodista ‘todoterreno’ porque en mi puesto de trabajo soy redactor de radio, televisión, página web y redes sociales. Ade-

más, hago de técnico de sonido. Y también me considero ‘todoterreno’ porque hago información de cualquier género: sociedad, política, deporte, cultura etc”.

“Trabajar en una televisión local te aporta muchas tablas y adquirir una experiencia imborrable. Es muy importante aprovechar la oportunidad para desarrollar tu carrera profesional, pero en ningún momento aceptar que el trabajo no esté remunerado o que las condiciones a diario sean pésimas”. Los periodistas de televisiones locales, desde luego, son unos puros amantes de su profesión. A lo largo de estas líneas se ha querido dar voz a estos periodistas. Ojalá después de leer este reportaje se llegara a valorar un poco más a estos grandes profesionales, ojalá les hiciera reflexionar a quienes manejan la dirección de las televisiones locales andaluzas. Quizá la forma de cambiar esto es dejando de consentir este trato, pero el miedo a perder el puesto lleva a que se acepten propuestas que, en realidad, acaban truncando el sueño real de estos periodistas. Mientras que la situación cambia, o no, estos ‘todoterrenos’ seguirán estando al pie del cañón informando de la mejor forma que saben, y que les dejan, sobre las noticias que más directamente nos rodean.



Antonio Fragua 'Forges'