

II. PERIODISTAS SIN REDACCIÓN,
SOCIEDAD DESINFORMADA Y NUEVAS ALTERNATIVAS

**DEL PERIODISMO A LA COMUNICACIÓN.
EL VIRAJE NECESARIO
DEL NUEVO PERIODISTA**

JAVIER DÍAZ MURIANA

La profesión periodística no pasa por sus mejores momentos. A decir verdad, nunca ha pasado por un buen momento. Los nuevos modelos de periodismo, la irrupción de los nuevos medios de comunicación, internet y una catarata de nuevas herramientas para la comunicación no hace más que cundir el pánico en el seno de las organizaciones de profesionales que, lejos de comprender las dinámicas evolutivas de la comunicación, ven con resquemor, desconfianza e incluso temor, las nuevas oportunidades y retos a los que se enfrenta el periodismo como profesión.

Para entender estos cambios en un periodo de crisis económica y social, lo mejor que se ha de hacer es recuperar la memoria histórica de la comunicación, (que no del periodismo) y entenderlo en un contexto global en el que la comunicación ha de ser considerada un elemento fundamental del que el periodismo forma parte, y no al contrario.

La comunicación es un Derecho Humano: todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y expresión, este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión. Art. 19 de la Declaración Universal de los Derechos

Humanos. En la comunicación se fundamenta la liberación del ser humano, su razón de ser y su dignidad. Supone un factor indispensable para asegurar la diversidad cultural, la participación política y la democracia. Además, es necesaria a la hora de asegurar la igualdad de oportunidades y el acceso a la posibilidad de elegir libremente el futuro y a desarrollar las capacidades de cada ser humano.

Es importante saber que las diferentes normas jurídicas se han ido adaptando a su parecer a esta normativa garantista del derecho a la libertad de expresión y comunicación. Y aunque el caso de España difiera mucho de garantizar el derecho a la comunicación de su ciudadanía, la responsabilidad de las Facultades de Comunicación y las organizaciones de periodistas y comunicadores es colaborar para que esto sea posible.

Es por ello que no podemos derivar buena parte de la responsabilidad de la deriva marchita de la profesión en que el periodismo no cubre nuevos campos de comunicación, en el intrusismo profesional (los estudios de la última década confirman que la inmensa mayoría de los que ejercen periodismo lo hacen con un título profesional de comunicación) o en que las nuevas tecnologías han permitido dotarse de herramientas a cualquier persona para difundir libremente sus informaciones y opiniones. Las profesionales de la comunicación han de entender que la comunicación es un derecho humano más que tiene cualquier ciudadano o ciudadana y no apropiarse del mismo con carácter sectorial.

La responsabilidad del periodista pasa más por proteger y promocionar la comunicación, como un derecho de todos, no exclusivo de los periodistas. Es por ello que el nuevo papel al que el periodista debe aspirar es al de ser un gestor de la comunicación; a conocer cómo funcionan las dinámicas

comunicativas, percibir el clima comunicativo, dentro de sus tiempos, condicionalidades geográficas y sociales y a convertirse en un experto de la comunicación en los miles de ámbitos profesionales que hoy pueblan nuestras sociedades.

Si bien una de las consecuencias percibidas durante décadas en la profesión ha sido la precarización extrema, la explotación laboral, la pérdida de derechos del trabajador y de su propiedad intelectual y la denostada imagen pública del profesional de la comunicación, otra de las consecuencias menos notoria pero profundamente más preocupante es la de la configuración de los medios de comunicación, información y difusión en el Estado español.

Y aunque parte de la deriva de la profesión y de la calidad de la información que percibe la ciudadanía es causa de la configuración de los medios, las principales causas son la nula regulación de la profesión, la liberalización de la propiedad pública del espacio radioeléctrico y la débil formación en el derecho a la comunicación de los profesionales.

Por una parte, la profesión necesita de un marco jurídico y legislativo de especial sensibilidad acorde con el trabajo y la responsabilidad que el profesional asume. Sin un marco legislativo que proteja al periodista, poco podremos avanzar en la dignificación de la profesión.

Sin un marco jurídico que garantice el derecho de la ciudadanía a la comunicación, la eclosión comunicativa en diversos sectores, vista hace décadas en Europa y Latinoamérica, se quedará en una pequeña anécdota made in Spain. Y sin una regularización del sector del audiovisual, la concentración de los medios de comunicación en muy pocas manos privadas mermará el carácter productivo de la economía de la comunicación, su contribución cultural y, lo que es más importante, la

base social sobre la que se sustenta cualquier sistema democrático.

Un ejemplo demonizado por los grupos empresariales de mass media español son las leyes puestas en marcha en países como Ecuador o Argentina, que garantizan un reparto más justo del espacio radioeléctrico entre los sectores privado, público y asociativo o ciudadano. Por eso se ha de denunciar públicamente por parte de los profesionales de la comunicación la actual Ley General del Audiovisual, porque especula con el espacio radioeléctrico y lo somete a las injustas leyes del mercado. Un espacio de propiedad pública que tendríamos que reivindicar a través de una “Ley de los Tres Tercios” que reparta equitativamente este espacio entre los tres sectores.

Una regulación del audiovisual traerá no solo la puesta en marcha de una economía productiva (no especulativa, de compra-venta de licencias de transmisión, fusiones, OPA...) basada en la comunicación, sino que sería, de facto, un nicho de empleo para los y las profesionales de la comunicación, mejoraría la calidad democrática y reflejaría la diversidad social oculta en los medios.

Resultaban ser agoreros los que repetían en el boom de la prensa escrita y también digital el descarrilamiento del tren del periodismo. La merma en la calidad de las informaciones, la concentración de cientos de medios de comunicación, escritos y audiovisuales, en pocas manos y la limitada diversidad de opiniones puso en la picota hace décadas a los medios de comunicación.

La información internacional fue la probeta de la desafección de la ciudadanía hacia los medios. Aquellos intrépidos reporteros que se acercaban a Oriente Próximo a probar suerte y acababan, o bien en un medio internacional (no cuenta Es-

paña), o bien desahuciados de sus ideales, principios y valores que un buen día depositaron en la profesión, ya nos avisaban. Ahora no llevan en la mochila un libro de Kapuscisky, llevan la biografía de Steve Jobs, un manual sobre cómo ser emprendedor o una Lonely Planet lo suficientemente actualizada sobre cómo hacer una breve descripción limitando toda una historia desconocida de conflicto armado, intervención extranjera y sufrimiento humano a clips de sonido y limitación de palabras completadas con estadísticas y no más de 1.200 caracteres. Todo para que en un pequeño teletipo pueda ser difundido por un par de agencias internacionales al resto del mundo.

Era un aviso. Desde entonces, la información internacional ha sido demandada por la ciudadanía y desoída por los editores y directores de los medios que en pos de un mayor beneficio, han decapitado secciones enteras que aportaban calidad, credibilidad y seriedad a sus medios. Y ha sido esta estrategia la que ha conducido, y no la caída en la publicidad, al hundimiento de los medios de comunicación tradicionales en España.

Todo ello tiene que ver con la forma de producir la información, las condiciones laborales de las redacciones y la injusta directriz económica que todo lo rige. El sometimiento al factor económico, a las leyes del mercado y al dichoso beneficio del periodismo ha socavado la credibilidad de la profesión y de sus profesionales.

Las dinámicas de producción de la información, alejadas de la ciudadanía y del compromiso del periodista por una información veraz, comprometida y con rigor, han ido derivando a los ciudadanos a medios de comunicación que, a golpe de ratón, contaban las historias cercanas, de la calle, de la ciudadanía a la que el periodismo ha de deberse. Por ello, adoptar la

“basura” como parte fundamental de la información porque “lo demanda la gente”, no es una excusa cuando el deber del periodista es reflejar la realidad y contar la verdad en profundidad de la forma más rigurosa posible.

La eclosión de movimientos sociales como el 15M no han hecho más que certificar este nuevo rumbo que hoy se abre camino a duras penas entre la desregulación del sector y la demanda de la ciudadanía por un nuevo sistema de medios. Esta “dispersión informativa” hacia medios alternativos de comunicación e información (que también podríamos llamar de contrainformación) en la red han canalizado las demandas de información y participación de la ciudadanía. El 15M no hizo más que dar un empujón a este movimiento de transferencia de los ciudadanos hacia nuevos medios de comunicación y la desconfianza a los tradicionales se democratizara y se expandiera.

A falta de una regulación que democratice el acceso a los medios por parte de los profesionales de la comunicación y la ciudadanía, la Red (Internet) está supliendo esta necesidad, acomodando y aportando garantías al cumplimiento de este derecho. Y gracias a ella, están surgiendo nuevos medios de comunicación, en su mayoría micromedios, en los que los ciudadanos, la mayoría de ellos profesionales de la comunicación, están desarrollando un nuevo periodismo, más cercano a los temas de verdadero interés, alejados de las agendas políticas y económicas que marcan la actualidad en los grandes medios y desinfectando a sus lectores de la sobrecarga de información (sobreinformación) a la que estaban siendo sometidos y sometidas.

Para ello, los nuevos medios han cambiado los despachos por la calle. Las notas de prensa de los gabinetes de comunica-

ción, suministrados también por agencias, por las asambleas y el contacto directo de las asociaciones y plataformas ciudadanas. Han creado una comunidad que les sustenta y les proporciona una independencia que nunca tuvieron los medios al deberse a la tara económica de la publicidad. Suscriptores, socios y/o colaboradores que pagan por mantener una información de calidad, cercana y sin compromisos políticos ni económicos. Y todo, en la mayoría de los casos, con un compromiso social hacia el bien común del conocimiento libre y gratuito.

Es posible. Es necesario. Pero ante todo, es el compromiso que el periodista debe tener hacia la ciudadanía como profesional de la comunicación. Porque si la comunicación es un derecho humano, es el periodista el que debe alzarse como protector, promotor y defensor del mismo. ▲