

II. PERIODISTAS SIN REDACCIÓN,
SOCIEDAD DESINFORMADA Y NUEVAS ALTERNATIVAS

**SBP-COMUNICADORES ASOCIADOS,
UNA APUESTA POR EL PERIODISMO
DE CALIDAD Y EL EMPLEO DIGNO**

MAI MANCHEÑO

Se Buscan Periodistas-Comunicadores Asociados es una entidad sin ánimo de lucro que nace con la intención de promover la empleabilidad en uno de los sectores más afectados por la actual situación económica, al tiempo que promueve un periodismo de calidad que consiga recuperar el prestigio y la confianza de la ciudadanía.

La crisis ha golpeado fuertemente a los medios de comunicación. Y además en una vertiente triple. El periodismo está sufriendo la crisis económica global, con cientos de medios que cierran, despidos masivos, ERE, ERTE, jubilaciones anticipadas, precariedad laboral y salarial.

Se suma así mismo una crisis tecnológica, que ha dejado “el papel del papel” agonizante, y que ha supuesto un cambio radical en las formas de trabajar, cambio en el que el periodismo no ha sabido aún encontrar su sitio. Los lectores han dejado de pagar por el papel, pero no pagan por las informaciones en Internet. Nacen miles de sitios webs en los que se mezcla todo: la información con opinión, blogs, páginas, redes sociales... Nace lo que se ha denominado como “Periodismo Ciudadano” como si pudiera haber “médicos ciudadanos” o “arquitectos ciudadanos” que van operando por la calle, o construyendo sin conocimientos.

El periodismo no ha sabido aún encontrar su sitio en esta nueva realidad que nos ha ofrecido la tecnología.

Y por último, pero no menos importante, se suma además una crisis deontológica. Los medios de comunicación han caído en el descrédito, el periodismo está sufriendo uno de sus peores momentos, donde el show, el todo vale, la desinformación, o la confusión de algunos nos ha colocado en un mal lugar a todos los profesionales de la comunicación.

Ante esta situación, un grupo de periodistas y profesionales de los medios de comunicación se unen, y lanzan, a través de la Asociación de la Prensa de Sevilla, un manifiesto, llamado *Se Buscan Periodistas*. El manifiesto decía así:

“Se buscan: Periodistas y profesionales de los medios de comunicación en general que estén hartos de quejarse de lo mal que está la profesión. Hartos de hurgar en la herida y dispuestos a intentar abandonar el hoyo con iniciativa propia, con hechos, no con palabras. Aburridos de esperar que nos llamen para trabajar y cuando lo hacen, cada vez menos, sea para ejercer un periodismo devaluado, hecho al dictado. Aburridos de estar en la trinchera, de que se nos utilice como fuerza de choque en la guerra en la que está sumida la escena mediática.

Hastiados de someternos a condiciones laborales humillantes. Hastiados de sueldos miserables y jornadas laborales interminables, de amenazas más o menos veladas de que afuera aún hace más frío. Hastiados de contratos basura y de un horizonte sombrío.

Saturados de vender nuestra pluma a intereses espurios. Saturados de tanto descrédito, de que todo el mundo quiera conocer contra quién o a favor de quién estamos. En definitiva, de que pongan en duda nuestra profesionalidad. Cansados de que todo el mundo se crea con derecho a decirnos cómo

debemos hacer nuestro trabajo. Cansados de escuchar una lección de reconveniones por el mal periodismo que hacemos, de que todo el mundo te diga cómo titular o cómo redactar una información. Ahíto de periodismo de ruedas de prensa, de que los detentadores del poder nos marquen la agenda de cada día como mejor les convenga y de que, cuando les venga en gana, pongan límites arbitrarios al derecho a la información. Que nos digan qué es noticia, cuándo darla y cómo presentarla”.

Además, se ofrecía: Posibilidad de trabajar con gente que tenga capacidad de iniciativa y empuje, dispuesta a dejarse la piel en el empeño de hacer medios de comunicación profesionales. Queremos hacer medios de comunicación en los que el timón de los contenidos esté en manos de periodistas y fotoperiodistas, no de gerentes, no de consejeros delegados, no de directores comerciales.

Trabajo estrictamente profesional, independiente y crítico, basado en recuperar el periodismo-periodismo al servicio de la sociedad, que respete el derecho a la intimidad, que huya del periodismo-espectáculo. Formación específica para gestionar el proyecto empresarial y el manejo de las herramientas de nuevas tecnologías de la información y multimedia. Los proyectos serán creados y gestionados en régimen de cooperativa o sociedad anónima laboral. Los que se incorporen lo harán como socios en igualdad de derechos y obligaciones.

Se buscan Periodistas-Comunicadores Asociados nace así, de un amplio colectivo de profesionales de los medios de comunicación que, tras el análisis de la situación por la que atraviesa del sector, y más allá de las lamentaciones, decide que hay un tipo de periodismo que recuperar, ese del que nos enamoramos y del que hicimos nuestro oficio con orgullo.

Nos embarcamos entonces en la aventura de fomentar productos periodísticos de calidad, ver qué posibles opciones se pueden plantear a los compañeros de profesión, y cuáles son las necesidades que los nuevos tiempos han traído a dichos profesionales.

El proyecto se extiende de esta forma a las ocho provincias andaluzas y a buena parte del territorio español a través de las redes sociales, en especial a través del grupo de Facebook “Periodistas de Andalucía”, compuesto por más de 3.500 personas profesionales.

Bajo estas premisas iniciales se comienza a trabajar en un proyecto que aglutine las reivindicaciones con que nos encontramos, pero, sobre todo, un proyecto que ayude a dignificar una profesión que está siendo vapuleada

El punto de partida estaba claro: hartos de quejarnos de la dramática situación que vive la profesión y dispuestos a poner todos los medios para salir de ella, creando instrumentos de empleo propios. Objetivo difícil, pero no inalcanzable.

En primer lugar se crea la Asociación SBP-CA:

“La asociación nace con la ambición, por una parte, de aglutinar a la mayoría de los profesionales del sector que desean ejercer un periodismo digno y de calidad y, por otra, con la pretensión de canalizar las ansias de miles de personas que demandan un periodismo riguroso y libre de obediencias.

SBP-CA es la estructura asociativa que proporcionará servicios y herramientas a sus socios para el ejercicio de su actividad profesional y/o la creación de empresas de diferente cariz jurídico. La asociación deberá tener fuerza y flexibilidad para canalizar las demandas de abajo arriba. Será la estructura «política», no empresarial, que vele por la línea de actuación del conjunto y fije las estrategias tanto éticas como de negocio.”

El proyecto ya había recibido demandas de información de fuera de Andalucía, y compañeros de Madrid, Cataluña, Galicia, Valencia y otras comunidades se han puesto en contacto para conocer qué actuaciones se van a llevar a cabo, incluso de fuera de España han llegado profesionales interesados, de Perú, o Chile, por citar algún ejemplo.

Se comienza a buscar qué fórmulas serían las más acertadas para ello y, con el asesoramiento de Andalucía Emprende, se llega a la conclusión de que lo más idóneo para desarrollar esta tarea era la constitución de una asociación, y, dependiente de ella, cuantas cooperativas o herramientas sean necesarias para hacer realidad estas demandas.

Una asociación que incluye todos los perfiles de profesionales que desempeñan su labor en el ámbito de la comunicación: redactores, productores, fotoperiodistas, cámaras, técnicos de imagen y sonido, guionistas y un largo etcétera de profesionales que intervienen en el proceso de trasladar la información desde las fuentes originales hasta la sociedad. La composición heterogénea de la masa social de SBP-CA hace que las empresas que nacerán de esta iniciativa puedan ser de muy distinta naturaleza.

Desde la asociación se trabaja en tres frentes. En primer lugar: La constitución de la Cooperativa de Impulso Empresarial, que es la fórmula que se ha considerado que se ajusta más a esta iniciativa, se propone también la fórmula cooperativa a raíz de la aprobación, hace poco, de una nueva norma, la Ley 14/2011, de 23 de diciembre, de Sociedades Cooperativas Andaluzas. La nueva Ley contempla una nueva tipología de cooperativa que encaja bien en el propósito de SBP-CA. Es la denominada Cooperativa de Impulso Empresarial, que se presenta como un régimen especial dentro de las cooperativas de

trabajo y que tiene como objeto social prioritario “canalizar la iniciativa emprendedora de sus socios y socias, mediante la orientación profesional, la provisión de habilidades empresariales precisas para el desarrollo de cada una de sus actividades, la tutorización de dichas actividades en los primeros años de su ejercicio o la prestación de determinados servicios comunes a las personas socias, que les proporcione un ámbito donde desempeñar regularmente su actividad profesional”. Este tipo de cooperativa persigue sobre todo la empleabilidad de sus socios.

En segundo lugar, se trabaja en la constitución de una Cooperativa de Segundo Grado, donde se dará cabida a las empresas una vez puestas en marcha.

Una vez que las empresas nacen y empiezan a desarrollarse, y se convierten en un medio por sí mismo, dejan de formar parte de la Cooperativa de Impulso Empresarial tal y como dice el reglamento de cooperativas, y en ese momento, y si así lo deciden, pasan a formar parte de la Cooperativa de Segundo Grado. Y por último, tantas cooperativas o sociedades como sea necesario, que sirvan para abrir nuevas vías de negocio en el sector de la comunicación.

Con todo ello, se ofrece a los socios beneficiarios (usuarios) la orientación, formación y acompañamiento en el emprendimiento, a la vez que les prestan servicios comunes que ayudarán y abaratarán cualquier iniciativa, sea de empresa o de ejercicio profesional individual, tales como, los de gestión, comercialización, publicidad, estudios de mercado, financiación, búsqueda y tramitación de ayudas, seguros, plataforma tecnológica, asistencia jurídica, fiscal o contable.

En este análisis que se realiza de la profesión, se entra en contacto con muchos compañeros, quienes manifestaban dis-

tintos problemas, y distintos aspectos que parecían importantes de afrontar.

Con estos datos se plantea definir qué se puede hacer. Qué servicios comunes se pueden prestar. Entre las actividades y servicios que SBP-CA ofrecerá se encuentran: Creación de una plataforma tecnológica; Comercialización; Ayuda de acceso a la búsqueda de financiación; Asesoramiento tecnológico; Asesoramiento jurídico; Apoyo a las actividades administrativas, contables o financieras; Formación y orientación; Cobertura de seguro a todo riesgo; Vivero de empresas; Certificación de calidad de un periodismo independiente; Puesta en marcha de una plataforma digital de contenidos; Y un tema en el que estamos trabajando porque nos parece muy importante que es el de la facturación, cobro y altas y bajas de trabajos freelance, o autónomos.

En algunos de los servicios que se quieren prestar se encuentran algunos ejemplos en iniciativas que se están desarrollando fuera de España, como la cooperativa de artistas Smart-Be, con base en Bélgica y Holanda, que se encarga de todos los trámites administrativos (facturación, declaraciones, altas y bajas, etc.) de sus asociados.

SBP-CA se plantea ofrecer estos servicios con un objetivo: ser una organización empresarial que genere autoempleo y salidas laborales, pero que también cuente con una dimensión ética, porque “sólo recuperando el periodismo y su función social y de servicio público volveremos a ser necesarios y creíbles”.

En la cooperativa hay personas de todas las ideologías, no hay de inicio un público objetivo. Lo que se pretende es recuperar el papel del periodismo, dado que se ha precarizado la profesión hasta hacerla irreconocible: la gente no nos cree, o

cree que no nos necesita. La cooperativa debe actuar como un “un sello de calidad periodística”, algo que asegure la calidad del producto y, por tanto, que tiene el suficiente valor como para pagar por él.

Para ello se ha redactado un documento de Garantía de calidad, un decálogo de buenas prácticas. Para asegurar la calidad de los contenidos promovidos por SBP-CA se creará un consejo editorial que velará por el cumplimiento de un decálogo de buenas prácticas que contempla temas tales como: Que ningún medio perteneciente a SBP-CA pague a sus fuentes por una información.

Eso incluirá documentos, fotos o grabaciones sonoras o imágenes. Que no se aceptará publicidad encubierta o publicidad camuflada como información. Que el trabajo periodístico ha de ser en todo momento de alta calidad profesional, tanto en textos, fotos, vídeo, diseño o cualquier otra forma de comunicación. Que los socios se comprometerán a no sustituir a trabajadores por becarios. Éstos desarrollarán su período de aprendizaje con un tutor, tal y como marque la normativa vigente. O que no se mezclará información con opinión y ambas deberán ir debidamente diferenciadas.

Una conclusión: El periodismo de los integrantes de SBP-CA aspira a recuperar el compromiso con el derecho de la ciudadanía a la información. El código ético de la UNESCO (1983) lo dice claro: “La tarea primordial del periodista es servir a la población en su derecho a la información veraz”.

Periodismo para la población y con la población. Periodismo socialmente comprometido que dé sentido a otro de los puntos del código ético de la UNESCO:

“La información se comprende como un bien social y no como un simple producto. El periodista comparte la respon-

sabilidad de la información transmitida. El periodista es, por tanto, responsable no sólo frente a los que dominan los medios de comunicación, sino frente al gran público, tomando en cuenta la diversidad de los intereses sociales”.

El lema “Sin periodistas no hay periodismo y sin periodismo no hay democracia” también enmarca perfectamente la ambición profesional de los integrantes de SBP-CA, hoy eclipsada por el lastre que suponen las condiciones laborales y las dependencias económicas y políticas que mediatizan la tarea periodística.

Propugnamos medios comprometidos: Con el progreso, con el respeto escrupuloso a los derechos humanos, con la defensa de la igualdad (racial, sexual, religiosa...), con la lucha constante por la preservación del medio ambiente, con la erradicación de todo tipo de discriminación, con la apuesta por una sociedad plural, democrática y participativa.

La nueva entidad, la Asociación SBP-CA, es el primer fruto visible del intenso trabajo de los miembros de la iniciativa Se Buscan Periodistas. Durante muchos meses se ha ido perfilando un proyecto con el cual afrontar la crisis que afecta al periodismo en la actualidad, tanto en su prestigio de cara a la sociedad como en la situación laboral de quienes desempeñan las distintas tareas propias del sector.

SBP-CA será la base desde la cual se articulará la creación y promoción de las cooperativas y herramientas. La primera de ellas dará apoyo y asesoramiento empresarial, jurídico y laboral a todos los asociados que decidan emprender nuevos proyectos en el mundo de la comunicación.

La segunda aglutinará a todas esas nuevas empresas, que así podrán beneficiarse de las ventajas que supone competir en el mercado como parte de un gran grupo de comunicación.

El resto de herramientas ofrecerán a los profesionales de los medios de comunicación el asesoramiento y ayuda en cuanto necesiten para el desarrollo digno de su labor de comunicación.

Un sistema integral, de innovación social, nacido para intentar reconvertir el sector, pensado para recuperar el periodismo de calidad y el empleo digno, o al menos facilitar que eso sea posible. ▲