

III. MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS  
EN LA DIANA

**Y AHORA, ¿QUIÉN RESCATA  
AL PERIODISMO?**

---

ROCÍO GONZÁLEZ ARGÜELLO



**N**os encontramos ante una crisis muy grave en numerosos sectores, que resulta especialmente señalada en el universo mediático. Los datos así lo demuestran. Desde que empezó la crisis económica en 2008, cerca de 8.000 periodistas han perdido sus puestos de trabajo. Unos 200 medios de comunicación han cerrado en los últimos cuatro años y el número de licenciados en Periodismo en paro se acerca a los 30.000. El observatorio de la Crisis de la FAPE sitúa en 7.823 trabajadores los despedidos de empresas periodísticas. Antes de la crisis, aproximadamente 50.000 periodistas desempeñaban tareas en distintas empresas, por lo que se establece una reducción de casi el 20 por ciento.

Para la FAPE, esto representa una amenaza para la prensa y el ejercicio de la democracia debido a que “los despidos, la escasez de personal y las malas condiciones laborales repercuten en la calidad de la información, lo que va en contra del derecho constitucional a recibir una información veraz”.

A escasos meses de finalizar los estudios, prácticamente la totalidad de los estudiantes de Periodismo se preguntan por su futuro más próximo. Las cifras son desalentadoras y más aún cuando 2012 ha sido un *annus horribilis* para el periodismo. El paro, la precariedad laboral, las regulaciones de empleo y la

sobrecarga de trabajo perfilan un futuro incierto y difuso. A tenor de estos datos, es lógico que los estudiantes de Periodismo pierdan sus ilusiones y se encuentren con un mercado tan desilusionador. A pesar de todo, el periodismo sigue siendo atractivo. En el curso 2011-2012, las matriculaciones en licenciaturas y grados de Periodismo crecieron un 2,5 por ciento. En 2011, se licenciaron 2.659 personas. Y, desde 1976, se han licenciado en Periodismo alrededor de 75.000 personas.

“La cosa está mal”. “Habéis elegido ser periodistas en el peor momento de su historia”. “El periodismo necesita cambios profundos para salir de esta hecatombe”. “De entre los miles de alumnos que en unos meses saldréis de esta facultad, sólo unos pocos conseguirán trabajar a cambio de un sueldo aceptable”. Con cartas de presentación tan pesimistas como éstas, son muchos los profesionales –que ya han recibido más palos en la profesión que el todavía alumno–, preparan al estudiante para lo que se le viene encima. Aún recuerdo mis primeras prácticas en un medio de comunicación. Fueron en COPE Sevilla, en 2009. Recuerdo mi primera conversación con el que fuese mi jefe de sección, Manuel Salvador, también profesor en CEADE. Cuando apenas había transcurrido un año desde que comenzase la crisis económica y periodística, me lanzó un consejo que, en un primer momento, sonó a broma: “Cuando termines esta carrera, adéntrate en otra. La cosa está mal y todo lo que implique formación irá en pro de vuestro futuro profesional”. Palabras que, a día de hoy, se han convertido en recomendaciones para muchos jóvenes que se encuentran en mi situación. Resulta muy frustrante dejar a un lado cinco años de estudios, de trabajos, de noches entre apuntes, para terminar abandonando ese sueño por el que pensabas luchar hasta el final. Aún a sabiendas de que la situación labo-

ral es pésima, los periodistas siguen siendo un colectivo preocupado por su trabajo, con un grado de actualización de conocimientos alto y del que se reconoce su labor en la sociedad (aunque ya el último barómetro del Centro de Investigación Sociológicas –CIS– advirtiera hace apenas unos meses, que el periodismo era una de las profesiones peor valoradas por los españoles). En toda esta debacle, prefiero posicionarme del lado de Gabriel García Márquez y pensar que “el mejor oficio del mundo- como lo llamó- aún tiene mucho recorrido”.

Cabe, pues, preguntarse si el periodismo es una profesión o un oficio. Se trata de una pregunta con respuestas polivalentes. Habrá quienes opten por definirlo como un oficio para menoscabar la importancia de la formación académica e impugnar el ejercicio profesional exclusivo para los graduados en las universidades. Otros, como Gabriel García Márquez, rescatan la esencia del oficio, por lo mucho que tiene de vocación y aprendizaje de artesanía en el parentesco del periodismo con la literatura.

En las facultades, ya no se nos prepara únicamente para volcar ruedas de prensa que han terminado viciando las redacciones, utilizar las declaraciones de cualquier individuo que encontremos a nuestro paso y que aportan prácticamente nada a la información elaborada. Ahora, también se nos prepara para que la entrada al mundo profesional no sea tan brusca. Se nos concienza para que sepamos que entrar a formar parte del mercado no va a ser tarea fácil.

La situación es tan preocupante que un recién licenciado ya tiene que conformarse con ese título de becario eterno. A veces, tiene la suerte de cobrar unos eurillos, que mucho tiene que estirar para poder pagar algunos de sus gastos; otras muchas, trabajar gratis, siempre con el iluso pensamiento de gus-

tar en la empresa y lograr firmar un contrato que nunca llega. Llegar a la redacción antes de lo acordado, marcharte de allí cuando ya muchos están en casa y correr de un lado a otro, en busca de información que muchas veces no consigue ver la luz, son algunas de las premisas que acompañan al becario.

¿Pero qué papel juega en todo esto la facultad, encargada de formar a aquellos que la eligieron para formarse como periodistas? ¿En qué estamos fallando? ¿Planes de estudios obsoletos? ¿Demasiados periodistas para un mercado saturado? Desde las distintas universidades españolas, se ofertan prácticas (en el mejor de los casos, remuneradas), en colaboración con distintas empresas del sector periodístico, para que el alumno forje su experiencia profesional, y aprenda a moverse como pez en el agua en aguas tan turbias como las de los medios de comunicación. Pero me atrevo a decir que estas prácticas en empresas son un arma de doble filo. Con el argumento de formar a los futuros profesionales de información, la empresa ahorra en gastos y personal. El empresario siempre mira por su bolsillo y si puede prescindir de un trabajador que cuesta a la empresa entre 1.000 y 2.000 euros, optará por un becario, que llegará con ganas y que ahorrará a la empresa, al menos, la quinta parte de lo que supone un periodista en plantilla.

No obstante, no podemos ser extremistas, y pensar que la crisis que atraviesa el periodismo se debe a una cosa u otra. No podemos asegurar que el motivo haya sido esto o lo otro, ya que son muchos los factores que se han visto implicados en la debacle de la profesión. Por un lado, la crisis económica de la que hablábamos al inicio de este artículo, que ha ido mermando los ingresos publicitarios; por otro lado, una concentración masiva de medios que ha ido absorbiendo a unas empresas y otras, prescindiendo del personal que estimen oportuno; la

cuestión profesional en relación al trabajo gratuito; y la caída en la venta de ejemplares impresos en contraposición con el auge de los medios digitales.

José Luis Orihuela en su libro *80 claves sobre el futuro del periodismo*, habla de cómo los cambios tecnológicos transforman a los medios y transforman al periodismo. Ahorro en tiempo y costes. Se habla de cambio sustancial en los medios y en las formas tradicionales de trabajo. La periodista Virginia Alonso, en la presentación del libro de Orihuela, decía que Internet ha tirado de la manta, dejando a los periodistas al descubierto, y una de las clave es que ahora todos encontremos nuestro lugar en esta revolución tecnológica. Se trata de volver a los orígenes del periodismo, cuyo fin es contar buenas historias, pero a través de un soporte ilimitado como es Internet.

Las nuevas tecnologías no suponen trabas para los futuros licenciados en Periodismo, considerados nativos digitales, capaces de manejar cualquier medio tecnológico que se precie sin dificultad alguna. Los más realistas ven en la irrupción de Internet y el auge de medios digitales una ayuda que facilita la labor del periodista, aunque en el otro lado de la balanza puedan verse miles de despidos propiciados, en parte, por esta cuestión.

Que la transformación en el periodismo es necesaria es una cuestión indiscutible. Redacciones repletas de trabajadores que apenas cubrían una noticia diaria, salidas al exterior con un equipo de cinco a diez personas (cuando puede realizarse con un par de periodistas y el ayudante de cámara)...Y así, todo. Muchos han reconocido este hecho, pero pocos se imaginaban ser los despedidos.

El periodista del siglo XXI debe pensar en el lector/oyente/espectador que está al otro lado y que busca no sólo cono-

cer los datos, sino poder interpretarlos. Para ello, el profesional de la información debe conocer el *background*, el contexto, las posibles causas que han llevado al hecho y cuáles pueden ser los resultados en un futuro. No debemos conformarnos con un buzoneo rápido por las agencias de noticias y hacer el famoso copia y pega, tan común en la profesión. El periodismo nos está poniendo a prueba, pide reformas a gritos. El periódico se ha visto infectado de teletipos de agencia, las televisiones muestran los mismos rostros políticos y la radio se ha quedado anclada en un modelo que consiste en repetir, durante horas, la misma información para el oyente que acabe de incorporarse. El receptor queda saturado de datos sin interpretación alguna, está cansado de escuchar términos tan comunes en los medios de comunicación y que nadie le explica. Y somos nosotros, los profesionales de la información, quienes debemos hacer uso de buenas prácticas que consigan traspasar el umbral de sociedad de la información para llegar a ese estadio superior como es la sociedad del conocimiento. Somos nosotros quienes debemos decir ¡no! de forma rotunda a contratos precarios que denigren la profesión. Basta ya de trabajar gratis, basta de regalar ganas e ilusión de trabajar a gente que no nos valora. Dignifiquemos la profesión. Ahora más que nunca, el cambio se hace necesario. ▲