

**Fernando Segundo**

## **La información y el periodismo, derecho y deber en ciernes**

**1 sep, 2009**

"Cuando un periódico se cierra, algo suyo se cierra...". Anda la profesión al socaire de la crisis, en este caso de la publicitaria; prácticamente todos los medios han visto disminuida la facturación en el primer semestre del año, un 30% la televisión, un 19,9% la radio y la prensa un 33,1% según el estudio de Infoadex. Se salva de la quema la Sexta que subió un 13,4% e internet que aumentó un 2,6%. Es precisamente este último medio el que hace saltar todas las alarmas sobre el papel, nunca peor dicho, del periodismo tradicional, y el pavor latente a su desaparición. Las dificultades con que afronta la crisis la prensa escrita española, no están lejos de las que vive el Reino Unido, con el cierre de unos 70 periódicos locales en el último año, o la que afronta en Estados Unidos el "San Francisco Chronicle", que va de recorte de personal en recorte para intentar no dejar sin periódico la importante ciudad americana.

En nuestro país, según la Federación de Asociaciones de la Prensa y el Observatorio para el seguimiento de los despidos, creado en noviembre, eran ya antes del verano 1.857 puestos de trabajo afectados. Bajas, prejubilaciones, reestructuraciones o expedientes de regulación de empleo han incidido de desigual forma en diferentes medios. Citemos algunos ejemplos. Cierres en Metro, Tv Local Localia, El Mundo Almería, Diario de Almería, Teleindiscreta, Psychologies, La Clave, Segundamano, La Gaceta de Canarias; recortes en Tv local CRN de Guadalajara, idem Jaén, Onda Seis Madrid, El Global, TDT Libertad Digital, Telemadrid y Ondamadrid, Europa Press Vizcaya, RNE – RTVE Bilbao, El Día de Ciudad Real, la Voz de Almería, Huelva Información; despidos y prejubilaciones en La Vanguardia, RNE – RTVE, Marca, Expansión, El País, etc, etc...; como vemos para todos los gustos y propiedades editoriales.

La crisis que no es de "papel mojado", en todo caso de papel caro, extendida al resto de medios, ha llevado a la FAPE a pedir al Gobierno, sindicatos y empresas del sector, medidas para velar por la supervivencia de la información. Y al Gobierno por boca de su vicepresidenta De la Vega, a declarar que éste consultará a la FAPE cualquier decisión que afecte a los medios de comunicación. La Federación ha solicitado al Gobierno medidas para proteger el periodismo frente a la crisis, con el objetivo que el descenso publicitario no repercuta más en la pérdida de puestos de trabajo. En las reuniones semestrales Gobierno – prensa, se van a abordar las ayudas públicas a la profesión, la Ley Audiovisual prevista por el ejecutivo y la financiación de RTVE.

FAPE, en la Declaración de Sevilla, en marzo pasado, se planteaba el horizonte utópico en forma de medidas como instar al Gobierno a esas ayudas públicas a medios de comunicación, como sector estratégico del que depende la calidad de la democracia; a las administraciones públicas, a contratar publicidad institucional a aquellos medios que se comprometan a mantener el empleo; a las empresas de comunicación, a que eviten la contratación de profesionales de otros sectores mezclando programas informativos, con actores, cantantes, famosos, etc.; a los editores, a que den prioridad al mantenimiento de puestos de trabajo, con más calidad profesional y no menos; a los sindicatos, a que antepongan la preservación del trabajo a las indemnizaciones; y a los anunciantes, a que mantengan el gasto, gasten bien y que prevalezca la profesionalidad.

Los arúspices de la profesión, amparándose en que el nacimiento de nuevos medios nunca en la historia acabó con uno anterior, sólo lo transformó, vaticinan ahora que internet no tiene

por qué suponer el ocaso de la prensa impresa, pues eso supondría el fin del periodismo. Sino que el tiempo decantará en la simultaneidad, cual será el nuevo modelo de negocio. Continuando con los agoreros, desde los profesionales más insignes se clarividencia, que "un día un periódico de papel será el suplemento de uno digital"...