

Periodismo de oro, periodistas de bronce

INTERNET VITALIZA EL PERIODISMO: NUNCA TANTA GENTE HABÍA EMITIDO TANTAS INFORMACIONES LIBREMENTE. LOS PROFESIONALES, POR EL CONTRARIO, VIVEN EN LA PRECARIEDAD Y CON BAJOS SUELDOS, SE ESTÁN PROLETARIZANDO.

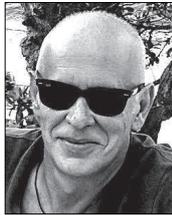
No puedo estar más de acuerdo con lo que el colega estadounidense Felix Salmon publicó el pasado 9 de febrero en *fusion.net*: vivimos buenos tiempos para el periodismo, quizás el comienzo de una nueva edad de oro, pero malos, muy malos para los periodistas.

Nunca en la historia de la humanidad había circulado tanta información incómoda para los poderosos como lo hace hoy a través del ciberespacio. Jamás se habían destapado tantos escándalos simultáneamente en tantas partes del planeta, desde el espionaje al que nos someten los servicios secretos estadounidenses hasta las cuentas oscuras de los millonarios en el HSBC suizo, pasando, en el caso español, por las corrupciones de Gürtel, Púnica, EREs, Bankia y muchas otras. Tampoco tanta gente, profesionales o aficionados, remunerados o no, había podido transmitir con libertad tantas informaciones y opiniones como lo hace ahora mediante redes sociales, blogs y páginas web.

Pero si uno vive del periodismo, o aspira a vivir de él, estos tiempos son, ciertamente, sombríos. El despido individual o colectivo, las rebajas de salarios y condiciones laborales, el paro, la falsa autonomía o la contratación en precario, son hoy tan inseparables del oficio del periodista como antaño los cigarrillos, el *whisky* y el espíritu quisquilloso. El periodista –hablo del común de ellos, no de las estrellas– ha bajado varios peldaños en la escala socioeconómica, ha descendido desde la clase media en la que se situó durante algunas décadas al sótano del proletariado.

El periodista es ahora como un jornalero que puede contratarse por horas en la plaza del pueblo. En éste y muchos otros oficios y profesiones, eso es lo que ha conseguido la respuesta neoliberal a la crisis económica.

Felix Salmon lo llama por su nombre: el capital ha vuelto a ganar al trabajo. O si prefieren formularlo al modo de las escuelas de negocios, la demanda de puestos de trabajo es manifiestamente superior a la oferta. Las empresas tienen hoy a su disposición a miles de periodistas o aspirantes a periodistas entre los que escoger. Con título o sin él, jóvenes o veteranos, hombres o mujeres, analógicos,



Por JAVIER VALENZUELA

Periodista y escritor. Tras trabajar 30 años en El País como corresponsal en Beirut, Rabat, París y Washington, y ser director adjunto de ese diario, fue el primer director de tintaLibre. Autor de ocho libros periodísticos, entre ellos *Usted puede ser tertuliano* y *Crónicas quinquis. Tangarina* (Martínez Roca, 2015) es su primera novela.

@cibermonfi

digitales o extraterrestres. Casi todos capaces de entender un teletipo en inglés y de traducirlo y subirlo a la web en un periquete, que es lo que ellas quieren.

Lo malo es que nada indica que eso vaya a cambiar en los próximos tiempos. Así lo resume Salmon en su artículo: “Tengo fe en que el gran periodismo continuará existiendo *online* y alcanzará una audiencia amplia y agradecida. Pero no tengo la menor fe en que los individuos que hagan ese gran periodismo terminen siendo pagados como se merecen”. Carmen del Riego, presidenta de la Asociación de la Prensa de Madrid, vino a decir lo mismo en una entrevista el mes pasado con *360gradoslibros.com*: “Aún quedan años de precariedad en los medios de comunicación”.

MILES DE PARADOS EN ESPAÑA

Estamos viviendo un salto atrás de medio siglo en materia salarial y laboral. Mi padre era periodista en tiempos de Franco, y recuerdo que llegaba a casa con los bolsillos de la chaqueta repletos de las almendras tostadas que se había agenciado en la rueda de prensa del prócer, el torero o la folclórica de turno. Se deslomaba practicando el pluriempleo en varios medios de comunicación para ofrecernos el nivel de vida de la entonces incipiente clase media española. Murió joven, de un infarto.

Yo tuve más suerte. Por partida doble. Mis comienzos en el periodismo coincidieron con la muerte de Franco y pude practicarle con una libertad que él nunca tuvo. Además, el periodismo estaba razonablemente pagado en las décadas de los ochenta y los noventa del siglo pasado a poco que lo ejercieras con seriedad. Esto último, no obstante, no me duró hasta la edad de la jubilación. Caí en un despido colectivo y ahora voy apagando las luces de mi casa para ahorrar como lo hacía mi padre. Y me siento tan precario como un colega de veintipocos años.

El último *Informe anual de la profesión periodística* cifra en 9.451 el número oficial de parados en nuestro gremio, pero advierte a continuación de que ese dato no incluye a quienes buscan su primer trabajo ni tampoco a los que, tras haber perdido el suyo, no se registran en las oficinas gubernamentales. Luis Palacio, el director del citado informe,

estima que el periodismo español ha perdido un mínimo de 11.875 empleos en esta crisis. Es, dice, “una cifra estremecedora”.

En los años de las vacas gordas, con la publicidad del ladrillo circulando a chorros, también hubo una burbuja periodística en España. Nacieron nuevos medios, se ampliaron los tradicionales, se crearon miles de empleos y se pagó relativamente bien. Pero la crisis económica provocó la dolorosa redimensión del sector que estamos viviendo, las políticas neoliberales abarataron los despidos y las contrataciones, y la codicia y la incompetencia de los jefazos hicieron el resto.

Hoy los periodistas que tienen la fortuna de estar activos lo hacen cada vez más como autónomos, y no como asalariados, dice el *Informe anual 2014*. Unos y otros, añade el documento, han sufrido reducciones de ingresos que pueden llegar hasta el 60%. Y unos y otros consideran un grave problema adicional la falta de autonomía de sus medios respecto a los poderes políticos, económicos y financieros. En un baremo entre 1 y 10, los periodistas califican con un 4,3 el grado de independencia profesional con el que trabajan. O sea, un suspenso.

Ante este panorama es comprensible que muchos colegas se extrañen cuando algunos decimos que el periodismo está entrando en una nueva edad de oro. La aparente contradicción procede de confundir el periodismo con determinados medios, formatos y empresas, o con las condiciones salariales y profesionales de sus trabajadores.

Resulta obvio que algunos de los actuales dinosaurios mediáticos no sobrevivirán a la crisis. Sus dueños y directivos cometieron colosales errores de megalomanía a crédito en la época del dinero fácil, y ahora, endeudados hasta los tuétanos, sólo se les ocurre seguir deteriorando sus productos despidiendo a periodistas críticos y convirtiéndose en voceros de sus acreedores. Terminarán despiezados y vendidos al mejor postor.

En cuanto a las condiciones salariales y laborales de los profesionales, la proletarización, ya lo dije antes, va para largo. Ahí hemos regresado a la edad del bronce.

Pero si por periodismo entendemos lo que proponían sus fundadores en los siglos XVIII



y XIX, esto es, que los ciudadanos tengan acceso a unas informaciones que los de arriba intentan ocultar, uno no ha visto nunca tal efervescencia. Internet es una herramienta fantástica para que la gente se exprese en libertad y, por supuesto, para que lo hagan los periodistas.

“No dejo de asombrarme por la cantidad y la calidad del material que se está produciendo ahora y creo que ésta es probablemente la mejor era para el periodismo de todos los tiempos”, escribe Felix Salmon. “También creo”, añade, “que algunas de las empresas digitales recién nacidas serán los medios de referencia del mañana”.

MÁS DE 400 NUEVOS MEDIOS

El Informe anual de la profesión periodística confirma que España no es ajena al fenómeno. Aquí también se multiplican los medios –la mayoría digitales– creados por periodistas. Si el Informe de 2013 contabilizó 297 de estos nuevos medios, el de 2014 los eleva a 406.

Son medios pequeños, austeros y flexibles y por eso me gusta llamarlos felinos. Tienen poca gente en plantilla, los sueldos son muy ajustados y facturan al año lo que un dinosaurio se gasta en un sarao en Nueva York de sus consejeros y directivos. Pero su nacimiento ha hecho que los periodistas dejen de ver a Internet como un enemigo y pasen a tenerlo como un aliado, un instrumento que les permite crear sus propias empresas y ejercer su oficio con independencia, espíritu crítico y voluntad de servicio a la ciudadanía, la visión que tuvo el colega francés Edwy Plenel al fundar en 2008 el diario digital Mediapart.

El porcentaje de periodistas españoles que creen que Internet fortalece la profesión ya supera el 70%, cuatro puntos porcentuales más que en 2013, señala el mencionado informe. Internet ha ampliado la posibilidad de expresarse a cientos de millones de ciudadanos en todo el mundo, terminando con

un cierto monopolio de los profesionales, y, sin duda, ha reducido de modo dramático el peso del papel en la información y la opinión, pero ¿dónde está escrito que los periodistas no puedan usarlo?

Muchos de los debates periodísticos de los últimos años eran bastante estériles: versaban obsesivamente sobre los odres y apenas hablaban del vino. El periodismo se ejerce por tierra, mar y aire. En radio, televisión, papel, soporte digital y lo que pueda venir, lo importante son los contenidos: la investigación que destapa tropelías, el análisis que ofrece contexto a los hechos, el humor irreverente que desnuda a los golfos y los fanáticos, las buenas crónicas y reportajes que cuentan las historias de la buena gente. En el siglo XXI brillarán los periodistas y los medios que ofrezcan calidad y originalidad en esas áreas.

La esencia del periodismo es un pacto de confianza y hasta de complicidad con su público. Si quieren leer medios insobornables, denos su apoyo. Pero en no pocos diarios tradicionales, ejecutivos cortos de entendederas han gestionado penosamente la irrupción de Internet. Han cometido disparates como regalar *online* los contenidos por los que hay que pagar en la versión impresa. No han comprendido que es posible declinar la distribución de información, análisis y opinión en distintos soportes –papel, web, móviles, tabletas y lo que venga–, ofreciendo unas cosas gratuitamente y cobrando por otras, las de, por emplear su propio lenguaje, alto valor añadido.

España tiene el dudoso honor de figurar entre los puestos de cabeza de la tendencia del desplome de la prensa impresa, dice el Informe anual de la profesión periodística. El País, El Mundo y ABC han perdido la mitad de su difusión en los últimos ocho años. ¿No será también porque son muy previsibles, muy aburridos y muy conservadores, porque no conectan con los sectores más inquietos y dinámicos de la población?

A la izquierda, redacción del diario digital Mediapart. A su lado, un reportero enviando fotos por satélite./ ESTHER VARGAS Y JEREMY KELLY (CC-BY FLICKR)

Pero mientras el ser humano tenga sed de historias reales que le hayan ocurrido a otros seres humanos, y mientras exista gente dispuesta a contarlas, el periodismo no morirá. Se abre, eso sí, otra etapa en la que los dinosaurios van perdiendo sus posiciones oligopólicas a favor de una miríada de periodistas independientes y de nuevos medios digitales.

El hecho de que millones de ciudadanos transmitan de modo directo, instantáneo y horizontal sus informaciones y opiniones a través de Internet no es necesariamente contradictorio con la persistencia de periodistas y de medios periodísticos profesionales que seleccionen, organicen y jerarquicen los flujos de noticias y comentarios a partir de determinados puntos de vista, las posiciones editoriales. Innumerables personas cocinan a diario en el mundo, lo que no impide que haya cocineros y restaurantes profesionales.

Siempre habrá gente dispuesta a pagar por el buen periodismo. ¿Minorías? Sí, como las que compraban los grandes diarios en papel cuando estos eran la vanguardia del oficio. ¿O es que todos los estadounidenses seguían la actualidad a través del Washington Post cuando éste hizo caer al sinvergüenza de Nixon? El buen periodismo siempre fue un asunto de minorías, de amplias minorías.

Mi padre y sus colegas no tenían libertad, dinero e instrumentos para hacer el periodismo que querían por su cuenta. Mi generación ya tuvo lo primero; la actual dispone de algo más: las herramientas tecnológicas. Pero, sí, compañeros, hagámonos a la idea: la gran mayoría de nosotros vamos a seguir teniéndolo muy difícil para ganarnos la vida decentemente con el ejercicio del oficio. Felix Salmon lo expresa así en su artículo: “Si usted aspira al estilo de vida de una clase media bien pagada, la verdad es que no sé muy bien qué decirle. Salvo que las posibilidades de conseguirlo con el periodismo nunca han sido tan bajas”.

Las nuevas tecnologías permiten crear empresas periodísticas pequeñas, libres e insobornables