

La crisis de credibilidad del periodismo

Periodismo con pies de barro

Cuando la información es un negocio

Juanjo Conejo. Sevilla. 4 de diciembre de 2020.

En el año segundo de su reinado, Nabucodonosor tuvo un sueño que le perturbó gravemente: ante él se alzaba una estatua enorme de aspecto terrible, la cabeza era de oro, su pecho y brazos de plata, su vientre y sus caderas de bronce, sus piernas eran de hierro y sus pies de barro. Una piedra golpeó los pies de barro y la estatua se hizo añicos. El rey ordenó llamar a los magos, adivinos, hechiceros y astrólogos para que interpretaran su sueño. Nadie pudo, salvo el profeta Daniel: la cabeza de oro era el imperio babilónico, los brazos y pecho de plata el imperio medo-persa, el vientre y caderas de bronce el imperio griego, las piernas de hierro el imperio romano y los pies de barro el mundo actual dividido. Daniel había revelado al rey Nabucodonosor los diferentes reinos que le sucederían en la historia. Estos hechos están narrados en el segundo capítulo del libro del profeta Daniel.



Fuente: escudriniandolabiblia.blogspot.com

Obviamente, nada tiene que ver esta profecía con la crisis de credibilidad del periodismo, pero he querido usar este ejemplo como metáfora: el periodismo tiene los pies de barro, aunque en sus orígenes tuviera la cabeza de oro. Como dijo Ryszard Kapuściński: “Cuando se descubrió que la información era un negocio, la verdad dejó de ser importante”.

Vivimos inmersos en la era de la comunicación, la red se ha convertido en un coloso por medio de la cual nos llegan un sinfín de noticias. Tenemos a nuestro alcance más información que nunca, ¿pero estamos mejor informados? Muchos son los que creen que el periodismo no está cumpliendo su papel como vigilante de la democracia. La gente es inteligente y se ha dado cuenta que la información está politizada y no al servicio de la sociedad.

La crisis económica, que ha afectado indiscutiblemente al sector periodístico, ha coincidido con un gran proceso de transformación económica y social a causa de la digitalización de la sociedad y el desarrollo de internet. Es difícil apreciar en este punto si la situación que vivimos es consecuencia de la crisis o la llegada a un nuevo escenario, muy diferente al que ha predominado hasta finales del siglo pasado.

Es evidente que el valor de cambio de la información periodística se está deteriorando. Este fenómeno afecta tanto a las bases técnicas como a las funciones sociales y democráticas del periodismo. Analicé las causas y las consecuencias, entre las primeras destacan: la abundancia de información y la ausencia de un modelo de negocio digital establecido. Las segundas plantean un escenario marcado por la disminución de la calidad, la debilidad de las empresas periodísticas, la concentración de las audiencias, el desgaste de la profesión periodística y la reducción de su alcance en la sociedad. Estos efectos muestran la necesidad de explorar nuevas vías para recuperar el valor de la información periodística en el escenario digital.

Pero, además, el periodismo arrastra desde hace mucho tiempo una crisis mucho más profunda: la falta de credibilidad. Las encuestas reflejan unos resultados alarmantes, el periodismo se ha convertido en uno de los tres oficios más desprestigiados que existen. En la web Voltaire.net.org, Daniel Rodríguez y Glenn Postolski comentan los resultados de diversas encuestas que realizaron sobre este tema: “Pasadas dos décadas de vigencia del sistema político democrático, uno de sus valores más representativos, como es el derecho a la información, aparece seriamente lesionado. Las empresas periodísticas, al privilegiar sus intereses económicos por sobre los derechos sociales, hacen caso omiso de la centralidad que detenta la existencia de una información veraz y plural para el fortalecimiento de una sociedad verdaderamente democrática”. Una sobreabundancia de información, la pérdida de credibilidad de los medios de comunicación y la falta de una reflexión sobre el modelo de negocio del periodismo digital en sus inicios, serían los factores que habrían incidido en la escasa valoración que los ciudadanos otorgan a las noticias periodísticas.

Los medios de comunicación se autocensuran para no perder su cifra de negocio. El periodismo veraz es peligroso para la cuenta de resultados y, en muchos casos, para el futuro laboral de los periodistas. El llamado periodismo imparcial cierra la boca a los datos que no le interesa difundir. La información se subordina a los intereses políticos y económicos. El periodismo comprometido con el derecho a la información y la libertad de expresión (el cuarto poder) sería uno de los oficios más importantes en la sociedad, pero se ha convertido en barro modelada por los otros tres poderes. El periodista que quiere tener los pies de oro se arriesga a vivir con el miedo de la persecución constante. ¿Quién estaría dispuesto a morir por ser un periodista comprometido? La historia lo confirma: la sangre es el precio de la libertad. La otra opción es tener los pies de barro.

Mis afirmaciones son muy severas, pero no son gratuitas, están basadas en la recopilación de muchas declaraciones de periodistas veteranos. Este reportaje quiere dar voz a una gran parte de ellos. Todos están de acuerdo en que la crisis de credibilidad es un hecho. Los expertos señalarán las razones que han llevado a esta situación, así como a las posibles soluciones. El panorama es oscuro, pues las soluciones apuntadas son casi un imposible.

José Manuel Pérez Tornero es director de la Cátedra UNESCO Media and Information Literacy and Quality Journalism. Dirige el grupo de investigación EduMediaLab, laboratorio dedicado a investigar sobre innovación en comunicación y educación, y de OI2, Observatorio para la innovación de informativos en la sociedad digital (RTVE-UAB). Es consultor de la UNESCO en materia de servicio público de televisión y forma parte del Grupo de Expertos de Alto Nivel de la Comisión Europea en materia de Alfabetización mediática. Por su formación y experiencia su opinión sobre la credibilidad del periodismo es de mucho peso.



José Manel Pérez Tornero. Fuente: gabinetecomunicacionyeducacion.com

A continuación, observarán una tabla simplificada elaborada con sus declaraciones.

¿Cuáles deberían ser los valores y funciones del periodismo en la sociedad?	¿A qué razones se debe la crisis de credibilidad del periodismo?	¿Qué soluciones propondría para que el periodismo tuviese prestigio?
Objetividad	A la subordinación al poder político y económico	Transparencia sobre las fuentes de financiación de las empresas periodísticas
Veracidad	A la precariedad económica de las empresas periodísticas independientes	Transparencia entre el poder político y los servicios públicos de periodismo
Responsabilidad social	A la falta de desarrollo de un periodismo público ejercido desde el servicio público	Mejorar la viabilidad del periodismo independiente
Libertad de crítica		Proteger los derechos del periodista, en general y ante su propia empresa
Pluralismo		

Fuente: José Manel Pérez Tornero. Elaboración del cuadro: Juanjo Conejo.

Pérez Tornero ha declarado, en la web del Gabinete Comunicación y Educación, que el periodismo actual está viviendo un momento singular y crítico, muy tenso y lleno de contradicciones. Ha manifestado que en casi todo el mundo se reconoce el papel que el periodismo cumple en nuestra sociedad a la hora de potenciar los derechos humanos y sostener la democracia, pero que existen muchos indicios de que cada vez es más difícil ejercer un periodismo auténtico y que la situación de los hombres y mujeres que ejercen este oficio es cada vez más vulnerable. Y señala las razones: la creciente dificultad de los periodistas de ejercer su oficio en situaciones de conflicto donde viven amenazados y son víctimas de atentados y de asesinados premeditados; la disrupción empresarial e institucional que ha llevado a la precariedad y a la debilidad estructural no solo a las empresas, sino a los profesionales; el papel hegemónico de las redes sociales que, pese a que no cumplen tareas editoriales, están imponiendo sus “leyes” en la circulación de la información; la facilidad con que se contamina la información veraz y cómo crece la circulación de noticias falsas, el periodismo basura, el lenguaje del odio; y el descrédito y la falta de confianza hacia el periodismo y los medios de comunicación que se va extendiendo entre buena parte la población mundial y que puede acabar por socavar las mismas bases de la convivencia y de la democracia.

Pérez Tornero indica que en este contexto están descritos los principales retos a los que debe enfrentarse la nueva Cátedra UNESCO, que su misión fundamental es contribuir, desde el mundo académico y de la investigación, a potenciar el periodismo de calidad, y generar un clima de confianza entre las empresas periodísticas, los periodistas y todos los ciudadanos. Afirma, además, que el periodismo no es solo cuestión de periodistas, que el periodismo de calidad depende de la relación mutua que se establece entre el mundo del periodismo y los ciudadanos, y que, si esa relación es activa, respetuosa, dialogante, y mutuamente exigente, puede haber periodismo de calidad. Y aclara que esa relación depende de las competencias y habilidades de los periodistas, por un lado; y de la de los ciudadanos, por otro.

Según las palabras de Pérez Tornero, la alfabetización mediática consiste en empoderar a los ciudadanos, periodistas y empresas para ejercer un pensamiento crítico, para participar en la esfera pública y para potenciar su capacidad creativa y expresiva. Y que, por tanto, la Cátedra de la UNESCO nace con la misión de favorecer públicos más activos, más exigentes y capaces de interactuar en condiciones de igualdad con los medios periodísticos.

“La libertad de expresión es uno de nuestros más valiosos derechos. Constituye la base de todas las demás libertades y es el fundamento de la dignidad humana. La existencia de medios de comunicación libres, pluralistas e independientes es esencial para poder ejercer ese derecho.”

(Secretario General de las Naciones Unidas en el Día Mundial de la Libertad de Prensa de 2012)

María Dolores Masana, vicepresidenta de la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE (Federación de Asociaciones de la Prensa de España) y expresidenta y miembro de la junta de la ONG Reporteros sin Fronteras, ha dicho, en su blog personal de dicha organización, que convendría reflexionar sobre el significado las palabras del Secretario General de las Naciones Unidas cuando estamos asistiendo impávidos al cierre de diarios, ERES de periodistas, concentración de medios, leyes reguladoras, fundamentalismos de cualquier signo, por no hablar de males mayores que conllevan la libertad o la vida del profesional, como el secuestro y asesinato de periodistas. Y añade que desde diversos ámbitos se viene afirmando de un tiempo a esta parte que el periodismo atraviesa uno de los peores momentos desde que se constituyó como garante de las libertades democráticas, en nuestro país, tras el Decreto de la Libertad Política de la Imprenta de 1810, emanado de las Cortes Generales y Extraordinarias de La Real isla de León el cual abrió paso a la prensa plural y libre que floreció en el Cádiz constitucional de la primera mitad del Siglo XIX.

Masana explica que, salvada la larga etapa de la Dictadura franquista con toda su carga de censura y represión de las libertades, especialmente de la libertad de prensa, el mejor momento para la prensa en la España democrática se vivió desde la muerte de Franco hasta finales del siglo pasado. Y que disfrutamos de una prensa libre, plural, sujeta a unos principios éticos y una práctica profesional acreditada, un privilegio para los profesionales de la época del que quizá, en aquel momento no fuimos plenamente conscientes. Continúa diciendo que en la actualidad se multiplican las voces desde las asociaciones y colegios de periodistas denunciando una serie de males que amenazan con hundir la profesión periodística en una total falta de credibilidad y lamentable desprestigio social.

Según datos del Observatorio de la Crisis de la FAPE, desde noviembre de 2008 (año de su creación) y hasta 2012, se perdieron 4.830 empleos en el sector periodístico. Sólo en Madrid se contabilizaron más de 300 afectados durante 2012. Ese mismo año, con ocasión de la celebración del 3 de mayo, Día Internacional de la Libertad de Prensa, la Asociación de la Prensa de Madrid hizo un llamamiento a todos los periodistas a concentrarse en la capital bajo el lema del manifiesto de la FAPE: “Sin periodistas no hay periodismo. Sin periodismo no hay democracia”. Aun así, Masana vaticinó que en breve se alcanzarían 5.000 puestos de trabajo destruidos en este sector.

¿Qué ocurre con la independencia informativa, la objetividad profesional y la pluralidad de los medios?, se pregunta Masana, e informa que día a día se multiplican las quejas recibidas por las comisiones y consejos deontológicos denunciando mala praxis en las tareas informativas, y que a menudo se vulneran los principios éticos más básicos de la profesión. Razones que la llevan a afirmar que “el periodismo tiene mala prensa”, tal como consta en el título de su artículo. Además, declara que la frivolidad prima sobre el rigor informativo y la libertad de información, que muchas veces se sacrifica la realidad en aras del entretenimiento y el espectáculo contribuyendo al desprestigio, al recelo y a la mala prensa de la profesión.

En su artículo, Masana, señala que el ciudadano desconoce las condiciones precarias en que trabajan muchos periodistas por no hablar de las limitaciones impuestas por todos los poderes que ambicionan su control, y que en España los profesionales hacen frente a un futuro incierto y complicado, entre quiebras empresariales de los medios e injerencias e imposiciones desde arriba. Y añade que la prensa sufre una crisis derivada de su modelo frente a las redes sociales que tienden a convertir el periodismo en un diálogo abierto entre internautas muchas veces anónimos sin carné ni formación. Asimismo, señala que el llamado “periodismo ciudadano” está cada día más presente, y se pregunta: ¿son fiables todos los contenidos digitales?, ¿se comprueba o contrasta su autenticidad antes de lanzarlos a la Red?

Masana argumenta que si el receptor se ha convertido en emisor quizá convendría también que se sujetara a algún tipo de código ético, e indica que es hora de reflexionar seriamente sobre el tema de la comunicación en las redes sociales y sobre nuestra profesión, porque el periodismo no es equiparable a un deporte que todo el mundo pueda practicar sin una preparación específica. Además, insiste en que la única solución pasa por la formación universitaria, la experiencia profesional, y una buena praxis de nuestra profesión que respete los códigos deontológicos. Masana finaliza su artículo diciendo: “Si queremos sobrevivir tenemos que volver al periodismo de calidad, al periodismo de excelencia como única salida”.

“No podemos permanecer callados ante la barbarie y la sinrazón que significa silenciar a los únicos profesionales que tienen a su alcance explicar lo que ven.”

(María Dolores Masana)

Tuve el privilegio de entrevistar a la Sra. Masana. Después de escucharla y de leer infinidad de artículos de su blog, me he convertido en un seguidor de sus ideales. Coincido con ella en la estrategia de cargar los revólveres con tinta en lugar de balas. Masana es una luchadora incansable por la libertad de prensa, trabajó en *La Vanguardia* durante 38 años y fue reportera en varias ocasiones durante el conflicto árabe israelí en momentos históricos en los que Israel estaba bombardeando Palestina. Estuvo hospedada en la casa de Yasser Arafat en Belén, a quien entrevistó en Gaza. Esto le permitió conocer de cerca el conflicto árabe israelí y ver con sus propios ojos lo que Palestina ha sufrido por causa de Israel. Se le ilumina el rostro y sonrío cuando le pregunto por su paso por *La Vanguardia*, diario al que está muy agradecida, pues le dio la posibilidad de poder trabajar en el oficio que considera el mejor del mundo y el que le gustaba desde niña. Se siente muy orgullosa del oficio que ha ejercido porque considera que el periodismo es un servicio a la sociedad, y que esta tiene el derecho a estar informada para no ser manipulada, sino ser libre y democrática.

Pero lo que más me sorprende de esta portavoz de la libertad de información, que ha sido enviada especial y corresponsal en zonas en conflicto durante su trayectoria en *La vanguardia* y durante ocho años presidenta de Reporteros sin Fronteras, es el simple hecho de que sea mujer. El periodismo es un oficio que durante mucho tiempo fue casi exclusivo de los hombres. Los periodistas, al denunciar las injusticias de la sociedad, sufren con frecuencia amenazas. Hay sociedades en que ser mujer periodista es ir contra las normas sociales, y esto les causa represalias adicionales a sus homólogos masculinos. Aquí me detengo, para quitarme el sombrero y agachar mi cabeza en señal de admiración y muestra de homenaje a este baluarte del periodismo que promueve la idea de que hay que romper las cadenas de aquellas voces que están silenciadas.

Los grandes medios han dejado de enviar periodistas a las zonas en conflicto debido a las muertes y secuestros de quienes enviaban, como Marc Marginedas, Javier Espinosa y Ricardo García Vilanova. Ante esta situación la alternativa han sido los reporteros *free lance*. Estos profesionales autónomos van a las zonas en conflicto sin seguridad, y sin una formación para saber cómo moverse en el desarrollo de su trabajo sin llamar la atención. Masana se enorgullece de que Reporteros sin Fronteras colabora con los *free lance* cubriendo esas carencias, aportando mediante una fianza de 200€ un equipo homologado de casco y chaleco antibalas que de otro modo no podrían comprar por tener un coste cercano a los 3.000€. También me indica que esta ONG colabora con unos seguros que cubren el regreso a casa y un teléfono 24 horas para urgencias, además de dar cobertura mediática en caso necesario.

Esto es lo que está escrito desde 1810 en el Decreto IX y Artículo I relativo a la libertad de imprenta, y que fue recogido íntegro en el artículo 371 de la Constitución de 1812: “Todos los cuerpos y personas particulares de cualquiera condición y estado que sean tienen libertad de escribir, imprimir y publicar sus ideas políticas sin necesidad de licencia, revisión y aprobación alguna anteriores a la publicación”. Masana señala que Reporteros Sin Fronteras ha pedido en Estrasburgo que los ataques deliberados contra los periodistas sean reconocidos como “crímenes de guerra” por el Tribunal Penal Internacional y ha declarado: “No podemos permanecer callados ante la barbarie y la sinrazón que significa silenciar a los únicos profesionales que tienen a su alcance explicar lo que ven. Si se quita la palabra al mensajero, ¿quién denunciará? ¿Qué ocurrirá con el sagrado derecho del ciudadano a la información sin el cual no hay sociedad libre?”. Una vez más vuelvo a quitarme el sombrero en reconocimiento a esta apasionada profesional que logra despertar con sus palabras el alma del periodismo y es capaz de tocar las conciencias de sus lectores con su incisiva pluma, la cual esgrime como si se tratara de la afilada hoja de una espada.



María Dolores Masana y Juanjo Conejo durante la entrevista.

Xavier Puig García, jefe de comunicación del Colegio de Periodistas de Cataluña, también tuvo la amabilidad de responder a mis preguntas. Para Puig, el periodismo tiene una fuerte vocación de servicio social que lo hace esencial, y lo lleva a cabo facilitando información de acuerdo con el Código Ético de la profesión. Señala que el periodismo es una pieza fundamental en cualquier democracia, ya que, dependiendo de su tipo de periodismo, podemos llegar incluso a determinar la calidad democrática de su zona de influencia. Añade que desde el ámbito académico se ha teorizado mucho sobre la función social del periodismo, pero sobre los que existen amplios consensos encontramos el de informar a la sociedad, el control y la vigilancia al poder, sea económico o político, y la capacidad de ser transmisor de conocimiento, sea en forma de dar respuesta a problemas complejos, bien como herencia y traspaso del conocimiento.

Por otro lado, Puig declara que el periodismo se encuentra en estos momentos sumido en la tormenta perfecta de tres grandes crisis: la económica, la tecnológica y la del modelo de negocio. Y que la confluencia de estos tres factores ha determinado en gran forma su credibilidad, pues la aparición de nuevos canales de comunicación (redes sociales) está contribuyendo contrariamente a lo que se podía suponer en principio, y en cambio genera mayor desinformación. Añade que el modelo de negocio no termina por clarificarse, con lo cual el negocio no se vislumbra a corto plazo sostenible sin dependencias ajenas, y ello conlleva, aparejado con la crisis económica, una situación de vulnerabilidad y precariedad de los periodistas que afecta directamente la calidad de su trabajo.

“La política y la economía se han aprovechado de la situación precaria del modelo de negocio hasta el punto de que determinan en gran medida los contenidos y cómo se ofrecen.” (Xavier Puig García)

Respecto a cómo solucionar la crisis de credibilidad del periodismo, Puig responde que la calidad debería ser un factor decisivo, como en cualquier otro producto o servicio que, a mayor calidad, más prestigio. Sin embargo, señala que no es el único elemento que puede devolver la credibilidad perdida del periodismo, pues la política y la economía se han aprovechado de la situación precaria del modelo de negocio hasta el punto de que determinan en gran medida los contenidos y cómo se ofrecen. Además, asegura que sin desligarse de este lastre será imposible recuperar el prestigio. Y añade que la precarización del sector también condiciona profundamente el resultado, y sin apuestas claras por recuperar la vocación social del periodismo, que es la de proporcionar al ciudadano las herramientas necesarias para interpretar el mundo que le rodea, y sus valores fundamentales anteriormente descritos, será imposible.



Xavier Puig García. Fuente: confluencia.com

Por otra parte, Santiago Ramentol Massana, exdirector de los informativos diarios en catalán de TVE y ex secretario general del Consejo de la Información de Cataluña, afirma que el derecho a una información veraz es uno de los pilares de la sociedad democrática, junto a la libertad de pensamiento y de expresión, y que sin información rigurosa no hay democracia de calidad porque el ciudadano se encuentra indefenso ante la complejidad y ante el poder. Y añade que el gestor de esta información, aquel que explica de forma inteligible la complejidad, es el periodista. Sin embargo, lamenta que en la actualidad el periodista no tiene una formación lo suficientemente profunda para afrontar este reto, en comparación, por ejemplo, con el/la profesional de la medicina. Ramentol sugiere cambiar el ciclo de formación de quien gestionará la información, con un programa mucho más extenso y complejo, con criterios de especialización temática y que habría que blindar el acceso al grado académico a partir de condiciones de formación muy estrictas, con códigos deontológicos de obligado cumplimiento bajo control de la misma profesión (autorregulación) y colegiación obligatoria, como pasa con los médicos y los abogados.

Ramentol continúa: “A alguien se le ocurrió que el periodismo era una profesión de acceso libre, como la literatura, pero el periodismo no es una actividad creativa. A alguien se le ocurrió que el periodismo era entretenimiento, y nos convertimos en payasos. Los humoristas merecen todos mis respetos, pero para hacer reír no es necesario ningún título académico. A alguien se le ocurrió que la objetividad no existía y que toda representación de la realidad era subjetiva. La objetividad absoluta no existe, pero existen métodos para aproximarnos a ella. La ciencia funciona así. Los novelistas que hagan novelas. Los poetas, poesía. Los periodistas manejan datos. La calidad de su información tiene una relación directamente proporcional con su capacidad de experto. El periodista gestiona hechos y datos para crear conocimiento”.

Ramentol afirma que la frivolidad del periodismo actual es la causa del deterioro de la imagen de la profesión, y que esto coincide además con el cambio de paradigma tecnológico, ya que en el mundo de la red es muy difícil distinguir qué es información de calidad y qué es falso, manipulación, desinformación o pura basura. Y añade que los colegios profesionales tendrán que otorgar un sello de calidad para que nadie se llame a engaño. Por tanto, estas son sus soluciones al problema: formación posgradual (máster adicional obligatorio de dos años) para ser periodista (gestor de la información), juramento hipocrático (código deontológico), colegiación obligatoria, autorregulación y reciclado permanente.

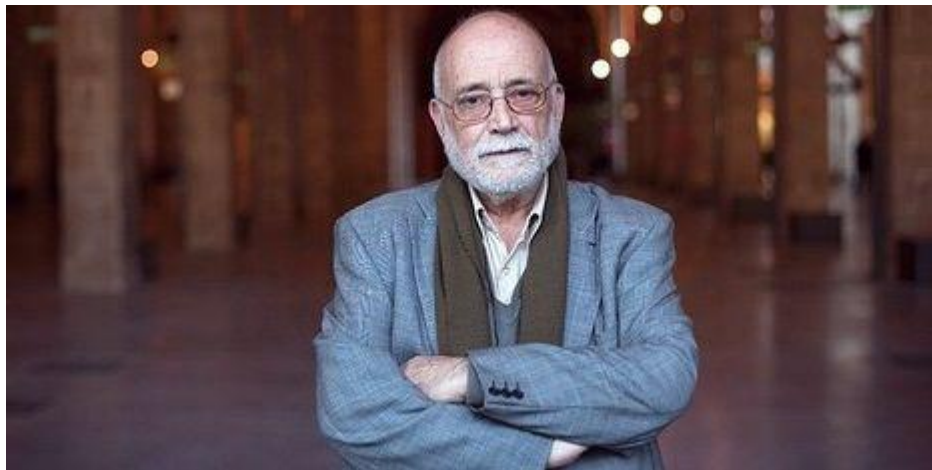


Santiago Ramentol. Fuente: enciclopedia.cat

No podía faltar en este reportaje la voz Arcadi Oliveres i Boadella, economista y activista español, expresidente de la Asociación Justicia y Paz de Barcelona, una organización que lucha por la promoción y defensa de los derechos humanos en todo el mundo. Durante la dictadura franquista mostró su compromiso con la democracia participando en las asambleas clandestinas del Sindicato Democrático de Estudiantes. Para Oliveres, el periodismo tiene que ir más allá de la información de los hechos, tiene que explicar el trasfondo de los acontecimientos y tener una visión crítica de la situación. Cuando le pregunto por las razones del desprestigio de la profesión periodística, me responde: “Hay diferentes elementos que conducen a esta falta de credibilidad: la propiedad de los medios, el influyente papel de los anunciantes, la renuncia a sus responsabilidades por parte de algunos periodistas, la escasa exigencia mostrada en ocasiones por el lector-oyente-espectador. Igualmente hay que referirse a las presiones del poder político y económico y a la proliferación de cantidad de informaciones no contrastadas y que aparecen en las redes sociales”.

Seguidamente, Oliveres señala las siguientes soluciones: “Una educación interesada en el conocimiento del entorno e incitada ya desde la infancia. La lectura constante y la marginación de “las pantallitas” en la medida de lo posible. Una financiación pública de los medios accesible a todas las tendencias. La proliferación de medios de carácter cooperativo. La recuperación de la figura del corresponsal y la desaparición de la precariedad en el empleo periodístico”.

“El periodismo tiene que ir más allá de la información de los hechos, tiene que explicar el trasfondo de los acontecimientos y tener una visión crítica de la situación.” (Arcadi Oliveres i Boadella)



Arcadi Oliveres i Boadella. Fuente: lacajadepandora.eu

También quería contar con la opinión de un intelectual ajeno al oficio periodístico, para saber qué piensa sobre este tema alguien que puede valorarlo desde una óptica diferente. José Manuel Mora Fandos es doctor en Filología y especialista en antropología literaria. Es profesor asociado en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Le pregunto: “¿Cuál debería ser el valor fundamental del periodismo?”. Me responde:

“El mismo término periodismo ya es complejo en cuanto a todo lo que puede abarcar: noticia, opinión, comentario, análisis, reportaje... Cada género tiene su finalidad y sus modos de conseguirla. Si tanto emisores, como receptores y mediadores editoriales son conscientes de fines y medios, se puede disipar bastante confusión (interesada o no) y resituarse el periodismo en el lugar que le corresponde, con su importancia insustituible para la comunicación pública. El periodismo como lugar de encuentro de discursos distintos y opuestos, pero enzarzados en diálogo, sería para mí el valor fundamental.”

Mora reconoce que se suele hablar de las dependencias del periodismo con el mercado, a través de la publicidad pagada, o con el poder político, a través de diversos modos de que el medio se beneficie de un trato de favor. Y opina que sería ideal que el periodismo tuviera una total independencia, pero que finalmente quien relata lo hace desde una perspectiva, y vivir en sociedad supone tener una perspectiva social y política. Añade que el inevitable perspectivismo debe ser equilibrado con una apertura a la realidad, que haga de crítica de la perspectiva, y que esto incluye superar también la rigidez de los esquemas de composición del relato desde los que parte el periodista, por lo que esa crítica de contrapeso es lo que salva al periodismo de la retórica como persuasión, pues la persuasión, argumenta Mora, parte de los tópicos compartidos entre el que quiere convencer y el auditorio: no amplía la comprensión, sino más bien quiere ganar una adhesión a una postura a partir de lo que ya se comparte. Mora finaliza su discurso con estas palabras:

“La realidad es más compleja y profunda que las limitadas perspectivas de quien la cuenta. Yo le pediría al periodista que flexibilizara los límites de la perspectiva que adopta, para ampliar el horizonte de comprensión, y esto supone también una actitud de humildad. Creo que, más allá de la estricta noticia, los otros géneros del periodismo ganarían en credibilidad en la medida en que mostrasen en su propia ejecución una conciencia de sus límites y una apertura a la realidad.”

“Se suele hablar de las dependencias del periodismo con el mercado, a través de la publicidad pagada, o con el poder político, a través de diversos modos de que el medio se beneficie de un trato de favor.” (José Manuel Mora Fandos)



José Manuel Mora Fandos. Fuente: e6d.es

¿Cuál es el futuro del periodismo? ¿Será como la estatua del sueño del rey Nabucodonosor? ¿Logrará reconvertir sus pies de barro en cabeza de oro? Juan Luis Cebrián afirma, en su artículo “El futuro del periodismo”, que los medios de comunicación, que durante siglos han sido el vehículo natural del debate, se enfrentan ahora no solo a la crisis general, sino que deben asumir también el profundo cambio tecnológico que la sociedad digital implica. Cebrián añade que decenas de miles de periodistas de todo el mundo han perdido su empleo en los últimos años y que miles de publicaciones han echado el cierre. Y añade: “Los editores se preguntan, con razón, por cuál es el modelo de negocio en la Red, habida cuenta del profundo deterioro de los medios tradicionales, especialmente en lo que se refiere a la inversión publicitaria. ¿Cuál es el futuro del periodismo? Si somos capaces de contestarnos, el modelo de negocio quedará resuelto”.

El periodista Roberto Pagura, en su artículo “La credibilidad periodística en crisis”, afirma: “La concentración de los medios, su integración a conglomerados con intereses diversificados y su decidida conversión en moneda de canje de otros negocios generaron un creciente deterioro de las condiciones laborales y profesionales de los trabajadores de prensa, cuya libertad de acción es cada vez menor. En esas condiciones, se han abaratado no sólo los costos sino también la credibilidad y la calidad de los productos periodísticos”. Por otro lado, el también periodista Alberto Catena, en el artículo “¿Por qué el periodismo es poco creíble”, asegura: “La credibilidad del periodismo se debilita cuando cede a la presión del Estado, de los partidos políticos u otros grupos de poder que tienden a colonizarlos y subordinarlos a sus propias estrategias de comunicación”.

“Este trabajo exige la disciplina de un militar, la precisión de un físico cuántico, la cultura de un enciclopedista, el estilo de un dramaturgo y el empeño de un actor porno.” (Jesús Hermida)

Jesús Hermida, quien seguramente fue uno de los periodistas más populares de la televisión, declaró para el diario *El Jueves* del 21 de febrero de 2010: “Un mal periodista busca en Google. Uno bueno contrasta fuentes. La credibilidad se consigue curtiéndose. Se paga con sudor y con dolor. Este trabajo exige la disciplina de un militar, la precisión de un físico cuántico, la cultura de un enciclopedista, el estilo de un dramaturgo y el empeño de un actor porno”. Por otra parte, Iñaki Gabilondo, para muchos la voz más conocida de la radio, destaca, en su libro *El fin de una época*, la importancia que tiene la figura del periodista en la sociedad y que este debe conocer las necesidades e inquietudes de la gente. Gabilondo afirma en su libro: “Si no se conoce a la audiencia no se puede ofrecer el producto perfecto. Este oficio sólo tiene sentido si te importa el destinatario”.

Existen también voces proféticas en el campo del periodismo. Pepe Rodríguez Bonfill, doctor en Psicología y experto en periodismo de investigación, denuncia severamente en la entrevista que me concedió: “El único beneficiado siempre que hay una mala calidad de la información es el poder, que es quien tiene más interés en ocultar. De hecho, a partir del año 87 yo dejé de estar en prensa porque estaba muy prostituida. Y ahora estamos infinitamente peor que en esa época, porque hemos pasado de buscar buena información a consumir cualquier basura. En esta profesión la gente se ha prostituido sin ser consciente de que se estaba prostituyendo. Se ha perdido la calidad, se ha perdido el oficio por causa del servilismo. No tiene perdón, el servilismo se puede admitir en otras profesiones, pero en periodismo eso es imperdonable. Los periodistas se han ganado a pulso la pérdida de credibilidad”. Rodríguez señala, además, que hacer buena información cuesta dinero, que no es gratis, y que si no estamos dispuestos a pagar por ella la cosa irá cada vez peor.

“Hemos pasado de buscar buena información a consumir cualquier basura. En esta profesión la gente se ha prostituido sin ser consciente de que se estaba prostituyendo.” (Pepe Rodríguez Bonfill)

A continuación, Rodríguez me relata su propia experiencia: “En España, durante el franquismo, no había buen periodismo. En la transición hubo un intento, y yo creo que se logró, de inventar un periodismo que no existía. Se hizo un buen periodismo, con muchos errores, sin duda alguna, pero se hizo un nuevo periodismo democrático, valiente, comprometido. Se hizo periodismo de investigación, cosa que nunca se había hecho, y que no se ha vuelto a hacer. Pero fue flor de pocos días, porque a partir del año 82-83 la cosa empezó a cambiar. Y cambió por un montón de motivos. En principio, y parece que no tuvo nada que ver, y tuvo mucho que ver, con la victoria socialista. Mientras el poder estaba en manos de la derecha, de una derecha que se veía como heredera del franquismo, era muy fácil criticar al poder. Cuando llegaron al poder los socialistas hubo una autocensura importante, “coño, es que estos son de los nuestros”, y la gente empezó a callar cosas que fueran de los suyos”.

Llegados a este punto, pregunto a Rodríguez: “¿Qué ocurrió después?”. Me contesta: “Los directores se volvieron cada vez más cobardes y no se enfrentaban a nadie. A eso se añadió otro problema mucho más grave: un cambio en la estructura empresarial. Los empresarios que iniciaron la transición les interesaba el periodismo, era su negocio y procuraban que la información fuera buena. A los empresarios que vinieron después la información les interesaba tres pimientos, les interesaba el dinero, el negocio de la publicidad, y esta requería de un entorno sin demasiados

problemas. Se empezó a corromper la función del periodismo y, por tanto, el trabajo de los periodistas se fue degradando. El periodista tiene toda la culpa de haberse prostituido y haber callado. Eso sí, muchísimos se han prostituido a buen precio. Por tanto, lo que nos pasa a los periodistas nos lo merecemos, nos lo hemos ganado. El problema es que quien lo va a pagar es quien no se lo merece, la gente que entra ahora en la profesión. Quien deberíamos pagarlo somos los de mi generación, que somos los que inventamos el periodismo, lo prostituimos y lo destrozamos. Y nuestra generación no vamos a pagar ese precio. Ese es el problema”.

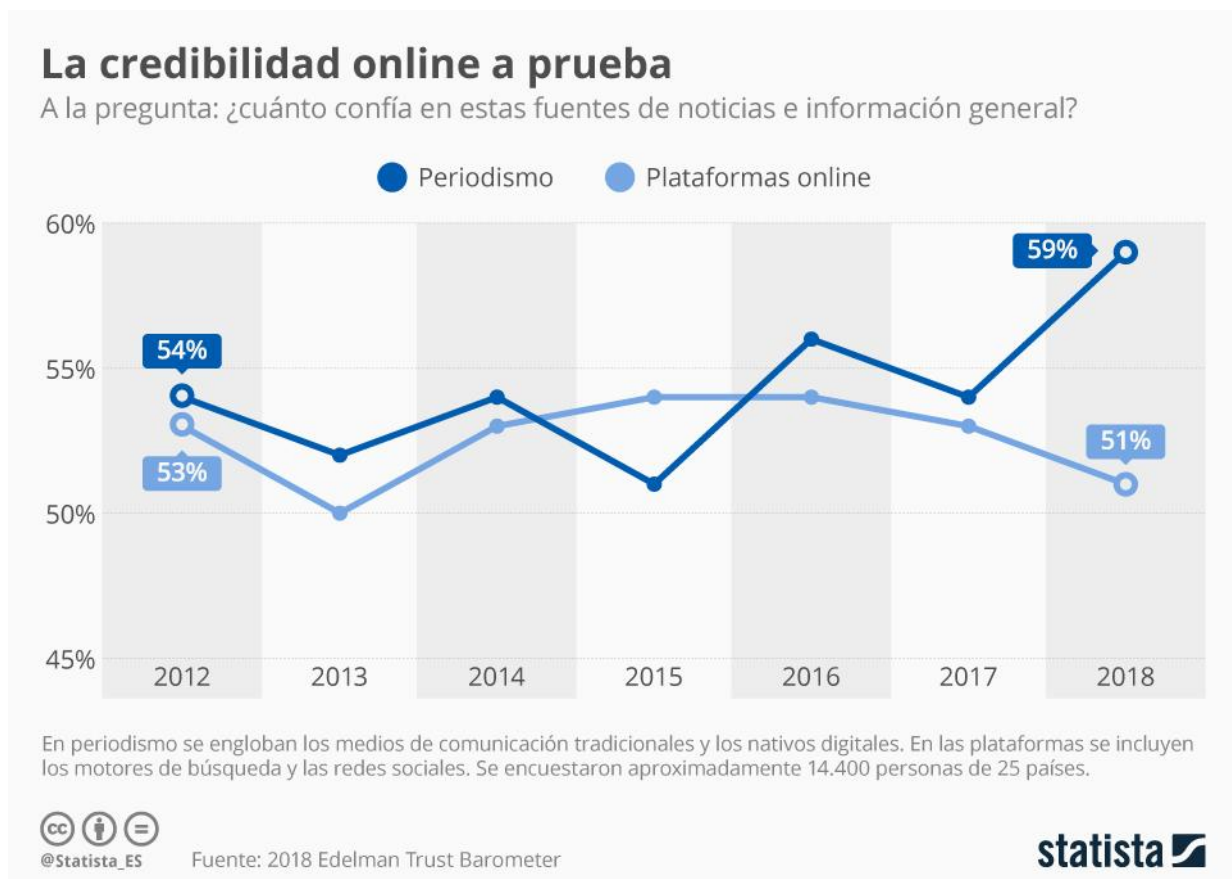
Tras unos segundos de respiro, le pregunto de nuevo: “¿Cómo puede el periodismo lograr la independencia y libertad informativa?”. Me contesta rápido, sin dudar: “Haciendo también responsables a los ciudadanos. Nos han convencido por intereses bastardos que Internet era gratis, y por tanto a nadie se le ocurre pagar por la información. La información digital casi siempre es floja, pero con eso ya nos sentimos contentos. Esa cuesta abajo de todo gratis nos ha llevado a la ruina de los medios de comunicación, que tienen que vivir de la venta de la información. No hay manera de que una empresa pueda sobrevivir holgadamente y no hay manera de que el ciudadano piense que para estar bien informado ha de pagar. Quizá no ha de pagar 100 euros al mes, pero con 0,50 céntimos a la semana, si lo pagamos todos, seguramente podemos alimentar grandes periódicos y cadenas de noticias”.

Respecto a las posibles soluciones a la situación actual del periodismo, Rodríguez asevera: “Hay que decir la verdad a los estudiantes de periodismo, que lo que enseñamos en la facultad está muy lejos de lo que se hace en la calle. Los que hacen prácticas en los periódicos salen frustrados, porque tienen una visión idílica que no tiene nada que ver con el mundo real. Hay que enseñarles una doble visión: qué es buen periodismo y cómo hacerlo; y cómo sobrevivir en un mundo donde se hace mal periodismo, para que algún día se sientan orgullosos de hacer un buen trabajo y puedan cambiar esta profesión recuperando los valores sociales y democráticos que tiene este oficio. Por otro lado, que los periodistas entendamos que esto es un oficio y que tenemos que estar sindicados. Solamente una profesión organizada se puede enfrentar a una patronal corrompida. Hay que presionar para que las empresas cambien y creo que ya hemos llegado tarde, porque hemos decepcionado tanto al cliente que consume nuestro producto que costará mucho convencerle de que merecemos credibilidad. El crédito que hemos perdido en tan poco tiempo tardaremos muchísimos años en recuperarlo. Los periodistas de hoy no pueden enseñar nada a nadie, porque no son un buen espejo, no son una buena imagen y no son un referente para que como consumidores cambiemos la actitud que tenemos hacia ellos”.



Pepe Rodríguez Bonfill. Fuente: mesebre.cat

Las voces de alerta no acaban aquí, Santiago Tejedor, exvicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB (Universidad Autónoma de Barcelona), realizó recientemente la siguiente afirmación en una conferencia realizada en el Aula Magna de esta facultad: “En la actualidad el periodismo es uno de los tres oficios con más desprestigio que existen”. Su afirmación está basada en los datos de las encuestas realizadas sobre este tema, lo que da peso y, sobre todo, preocupación a su aseveración. Respecto a datos basados en encuestas, la web [statista.com](https://www.statista.com) nos ofrece información muy relevante:



En dicha web, Abigail Sharon Orus Gallego nos interpreta los datos del gráfico anterior: “La confianza en el periodismo ha aumentado cinco puntos con respecto a 2012. Concretamente, en 2018 el 59% de los encuestados afirmó confiar en los periódicos, la radio y la televisión a la hora de informarse de las noticias de carácter general frente al 54% de hace seis años. Las plataformas online, por su parte, han experimentado justo lo contrario. Y es que, el miedo a las *fake news* (noticias falsas), tan frecuentes en Internet, ha hecho que su nivel de confianza descienda dos puntos en este mismo periodo de tiempo”. ¿Son estos datos una pequeña señal de esperanza? ¿Es suficiente que el 59% de los encuestados confíe en los medios de comunicación?

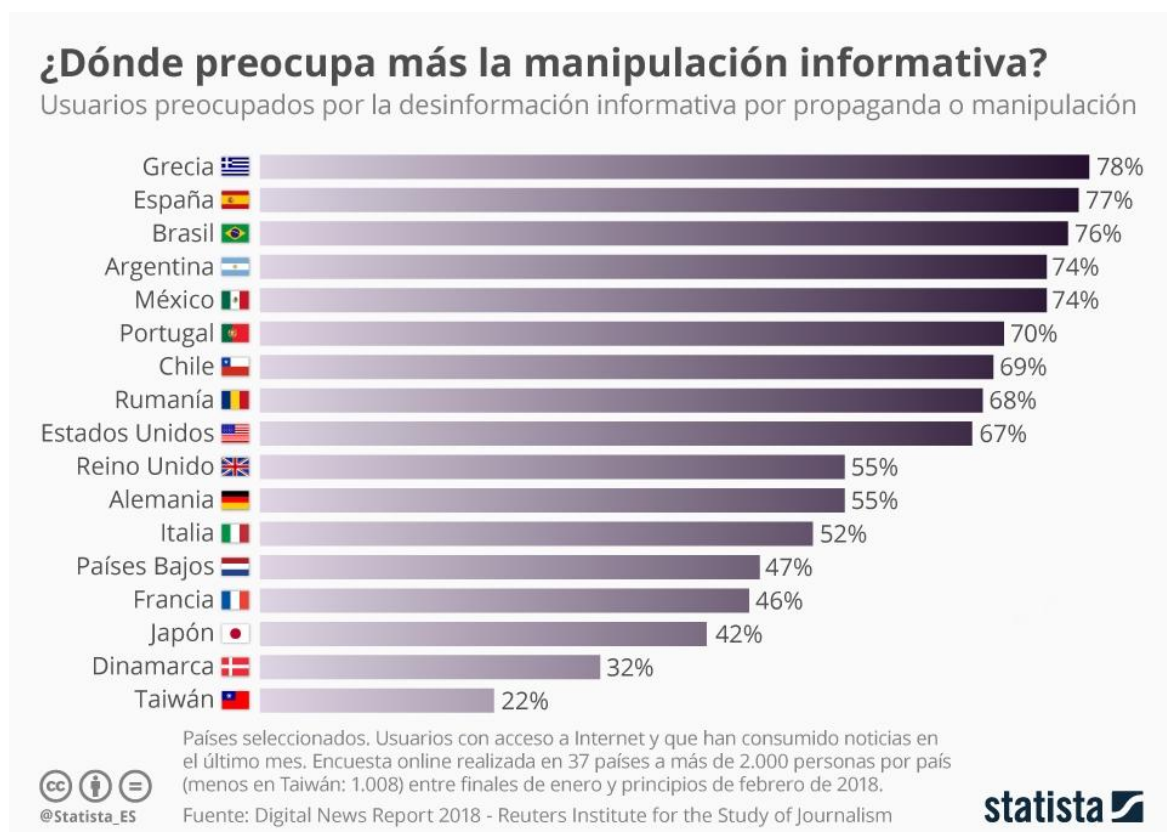
Para Orus Gallego estos datos son un síntoma de recuperación del prestigio periodístico: “Los medios de comunicación, tanto los tradicionales como los digitales, han ido perdiendo en los últimos años credibilidad, entre otras cosas, debido a una ideología política cada vez más marcada que lleva a cuestionar la imparcialidad de los hechos noticiosos. Sin embargo, según un informe de Edelman, el periodismo parece estar recuperando la confianza perdida, si lo comparamos con los motores de búsqueda y las redes sociales”. Aun así, considero que es demasiado pronto con estas cifras pensar que los pies de barro del periodismo se están convirtiendo en cabeza de oro. Habrá que esperar más tiempo para evaluar qué está pasando con la estatua del periodismo.

Anteriormente, Pepe Rodríguez señaló que los ciudadanos deberían estar dispuestos a pagar por la información, ya que con ello podría mejorarse la independencia informativa. En ese sentido, observemos los siguientes datos de statista.com:



En dicha web, Guadalupe Moreno nos ofrece su punto de vista: “Según la edición de 2018 del estudio “Digital News Report”, el 11% de los españoles ha consumido información periodística de pago en los últimos doce meses. Esta cifra, aunque todavía poco elevada en valores absolutos, sitúa a España por encima de países con gran tradición periodística y con un sector digital consolidado, como Reino Unido (6%) y Alemania (8%)”. Desde luego, no son cifras como para lanzar cohetes. De nuevo prima lo del vaso medio lleno o medio vacío. Salvo Noruega con un 30%, ninguno de los países estudiados supera el 16%, una cifra del todo insuficiente como para esperar que el periodismo pueda autofinanciarse sin depender de publicidad y subvenciones.

No obstante, considero positivo que haya tantos ciudadanos a los que les preocupa la manipulación informativa. De nuevo, la web statita.com publica la siguiente información:



Guadalupe Moreno nos comenta los datos: “En los últimos años ha cobrado protagonismo el tratamiento de la actualidad informativa por los profesionales de la información y la emergencia de nuevos medios de comunicación en la Web, algunos de ellos en el punto de mira por su falta de neutralidad. Tanto en España como en algunos países de América Latina, más del 70% de los usuarios online afirman estar preocupados por la desinformación informativa ligada a la propaganda o manipulación. Esta cifra es más de 10 puntos porcentuales superior a la media (59%) de los 37 países en los que se realizó la encuesta Digital News Report 2018”.

¿Cómo hemos llegado a esta lamentable situación de desconfianza en los medios de comunicación? En Cataluña, por ejemplo, la historia de la prensa comienza con el nacimiento en la ciudad de Barcelona del *Diario Curioso* en 1762. Treinta años después llegaría un hecho aún más importante, la fundación del *Diario de Barcelona* en 1792. Entre 1868 y 1874 se produjo una revolución en el campo del periodismo, coincidiendo con la concentración de la población en las ciudades y la difusión de la alfabetización. La prensa catalana tuvo su auge a lo largo del siglo XIX, experimentando su mayor gloria entre los años 1890 y 1920, donde se consolidaron los diarios modernos basados en la objetividad y la imparcialidad.

Han pasado dos siglos y medio, mucho ha llovido desde entonces sobre las páginas escritas de la prensa, la tinta se ha corrido, los valores se han perdido y algunos se preguntan: “¿Qué queda de la pasión, de la ética, de la objetividad y de la imparcialidad de esa antigua forma de hacer periodismo?”. Ahora nos hallamos en plena era digital, ¿es necesario volver a las raíces para hacer frente al “monstruo” de Internet? Es vital que la información sea esgrimida como una espada en la lucha contra la corrupción, y aplicar el bisturí al cáncer desinformativo que nos amenaza, para que el periodismo recupere esos valores de los cuales debería ser un claro estandarte.

Ahora bien, el panorama de los medios de comunicación en nuestro país se halla en un punto de ebullición adecuado para el lanzamiento de nuevos modelos de negocios informativos. Se están quedando oxidados los métodos clásicos de hacer periodismo. Es por tanto el fin de una era y el comienzo de una nueva, en el que el periodismo de papel tendrá que hallar un nuevo espacio ante el coloso informativo de los medios digitales. Es necesaria una nueva generación de periodistas, capaces de soportar la presión de los poderes políticos y económicos que quieren silenciarles, y con unos valores éticos tan arraigados que no cedan ante la manipulación informativa.

La sobreinformación nos satura, las noticias falsas nos invaden, el derecho a la información está en riesgo y el periodismo está desprestigiado. El Anuario de los Silencios Mediáticos arroja luz a temas que los medios de comunicación pasaron por alto en el año 2018 en los Países Catalanes y reflexiona sobre el tratamiento mediático de hechos destacados. Con reportajes en profundidad, análisis de expertos e infografías detalladas, ofrece profundidad y contexto al público empeñado en entender lo que nos rodea.

→ Compra el Anuario y darás soporte al proyecto.

Están surgiendo iniciativas que arrojan una luz de esperanza. Una de estas iniciativas es *El Anuari dels Silencis Mediàtics*, idea que sale del seno del grupo de periodistas *Ramón Barnils*, un grupo organizado por un centenar de periodistas. El objetivo de este grupo es ofrecer un periodismo más crítico e independiente. Sergi Picazo, fundador del anuario, afirma que la intención es ir más allá de las censuras habituales de los medios. Humbert Roma, uno de los miembros del grupo y veterano periodista ya jubilado, tuvo la idea de hacer un libro anual con reportajes sobre temas que los medios de comunicación silenciaban.

Así pues, *El Anuari del Silencis Mediàtics* es un libro con 25 noticias seleccionadas que fueron omitidas, y ofrece el análisis de por qué esas noticias fueron silenciadas. El proyecto se inspira en *Project Censored*, una publicación anual estadounidense fundada en 1976 por el Dr. Carl Jensen, profesor emérito de la Universidad de Sonoma. Para obtener plena independencia este anuario se financia por completo mediante *crowdfunding*, también denominado micromecenazgo, y consiste en donaciones de diferentes cantidades, en su mayoría de veinte euros.

Han cambiado mucho las cosas desde que en 1702 Londres produjera el primer periódico diario del mundo: *The Daily Courant*. En los años siguientes aparecieron un gran número de periódicos. La censura fue uno de los problemas a los que tuvo que hacer frente la incipiente prensa inglesa. En Gran Bretaña, la clase dirigente luchó por suprimir el crecimiento de la prensa radical por miedo de severas sentencias a los editores y de los impuestos (los impuestos del conocimiento) que tanto agobiaron a los diarios londinenses, pues sólo tenían un total de 40.000 suscriptores. Si en el pasado la lucha fue contra un enemigo externo: la censura del poder político; en el presente el enemigo está dentro como un caballo de Troya: la autocensura por los intereses económicos. Podría entenderse la censura del poder en una dictadura, pero en una democracia (si es que estamos en una verdadera democracia y no en una dictadura maquillada) no tendría sentido.

Durante el siglo XIX se pueden diferenciar dos formas de periodismo: la prensa política, que utilizaba los medios como vínculo de transformación ideológica; y la prensa informativa, que evolucionaría hacia la prensa de masas del siglo XX, y cuyo objetivo era el beneficio económico. Apareció un gran número de periódicos de élite (de gran calidad y precio elevado) para las clases sociales altas; y más baratos y sensacionalistas para las clases bajas y radicales, periódicos políticos dirigidos al proletariado. Esto desarrolló la lectura y la información de las cuales los diarios obtuvieron grandes beneficios. Pero con el siglo XXI llegó Internet, y con él un cambio de modelo que aún no está claro. Por si esto fuera poco, en el año 2008 llegó un nuevo golpe: la crisis económica. ¿Tiene o no el periodismo los pies de barro?, ¿recuperará algún día la cabeza de oro?



Fuente: Pública

En España, el periodismo siguió la dirección de la prensa europea. En 1697 nació la *Gaceta de Madrid*, más que un periódico parecía el Diario Oficial del Estado. Un inicio prudente que permitió la llegada de diversas publicaciones de tipo cultural. Uno de los géneros más gloriosos fue la sátira, una forma de humor por la que algunos acabaron en la cárcel. Uno de esos periodistas que usaron el humor (y el arte) como una forma de esquivar la censura fue Josep María Cadena i Catalán, cofundador y exdirector del diario *Avui*, redactor jefe de *El Periódico de Cataluña*, miembro de la dirección de la Asociación de Prensa de Barcelona y del Colegio de Periodistas de Cataluña y secretario general del Consejo de la Información de Cataluña. Cadena ha sido galardonado con la Creu de Sant Jordi (1995), el premio Ciutat de Barcelona (2015) y el premio Gato Perich (2016). A este veterano periodista le tocó vivir una época de censura periodística, la cual supo esquivar con sentido común y una gran astucia. Así lo cuenta con cierta indignación (pero con tono humorístico) durante la entrevista: “La verdad es que cuando entras en una empresa a trabajar no puedes estar haciendo artículos que después se cargará la censura. Porque uno les hará gracia, pero dos o tres ya representaba perder el tiempo. Entonces aprendimos a hablar con medias frases, sugerir más que afirmar y a situar las cosas en un contexto determinado. Yo tenía compañeros más jóvenes que me entregaban reportajes y yo me los miraba. Había algunas frases que las suavizaba, yo no quitaba nada, pero las suavizaba. Y algún redactor joven me decía que yo ejercía la censura. Sí, he de confesar que ejercí esta especie de control, pero era porque me habían mandado que no pasaran cosas, y yo intentaba evitarlo”.

Cadena también formó parte de la creación del Grupo Democrático de Periodistas. El mismo me cuenta: “Cuando ya estaba instalado y era redactor de la Agencia EFE y redactor del *Diario de Barcelona*, se me dio por eso de ayudar a crear el Grupo Democrático de Periodistas. ¡En vez de besar la mano que te ayuda, la quieres morder!, me decían. Porque el Grupo Democrático tenía este mal, que era democrático. Entonces con ocho o nueve compañeros empezamos a reunirnos y a considerar que teníamos que democratizar la asociación de la prensa. No íbamos a democratizar España, el mundo o Barcelona, eso estaba fuera de nuestras capacitaciones. Éramos clandestinos, no teníamos actas, no apuntábamos en papeles, y la gente en los periódicos y en los medios nos miraban un poco de reojo y no querían comprometerse con nosotros. Teníamos que convencer de que la prensa no debía depender del gobierno, sino del público, de la sociedad. Y la sociedad lo que quiere es que se le digan las verdades. Al principio nos dejaban de lado, no querían hablar con nosotros. Aquello fue creciendo y todo el mundo se volvió democrático”.



Josep María Cadena y Juanjo Conejo durante la entrevista

Volvamos al hilo de la historia... Hubo que esperar hasta la Guerra de la Independencia y la Constitución de Cádiz para proclamar la libertad de la imprenta sin censura previa. En el siglo XX aparece el *ABC*, su principal baza era incluir abundante información gráfica de gran valor histórico. Pero la mayor aportación llegó con *El Sol*, un diario que contó con la colaboración de los intelectuales más importantes. La dictadura de Primo de Rivera trajo de nuevo la censura hasta la llegada de la libertad de prensa de la Constitución republicana (1931). No obstante, esa libertad estaba controlada por la Ley de Defensa de la República (1931) y la Ley de Orden Público (1933). La normativa permitió al gobierno cerrar cabeceras, como *ABC* y *Mundo Obrero*. Este intervencionismo continuó durante la Guerra Civil, y ambos bandos pusieron a la prensa al servicio de sus intereses.

Tras la Guerra Civil, el Régimen franquista configuró la Ley de Prensa de 1938 controlada por el Ministerio de Información. Se pretendía que los medios tuvieran una responsabilidad social en la que no tenía cabida la libertad de prensa debido a un estricto control gubernamental. Esta situación se mantuvo hasta que Fraga (ya ministro) promulga la Ley de Prensa de 1966. Esta Ley supuso una apertura parcial en la actividad periodística, ya que la crítica al régimen no tenía cabida. La censura previa se sustituyó por frecuentes secuestros. La ironía y el humor quedaron como estrategias de la prensa a la espera de la llegada de la democracia.

Ahora bien, si la democracia ya está aquí y supuestamente la censura no existe, ¿dónde está en la actualidad el problema? ¿Tendría razón Kapuściński al afirmar que “cuando se descubrió que la información era un negocio, la verdad dejó de ser importante”? Como dije anteriormente, pareciera que ahora el enemigo del periodismo no es externo, sino interno, un interés económico convertido en caballo de Troya, un interés económico que se ha convertido en el talón de Aquiles del periodismo.

Esto es lo que está escrito en el informe de mayo de 2013 de la Mesa Sectorial de los Medios de Comunicación de Catalunya: “Es necesario un compromiso firme con la credibilidad respetando el Código Deontológico y las funciones del periodismo, dejando de lado una politización excesiva y un partidismo que han perjudicado la confianza de los ciudadanos y ha repercutido negativamente en las ventas. Es necesaria la colaboración entre las empresas, la administración y los colegios profesionales para fomentar el interés social de la prensa, mediante campañas conjuntas y coordinadas para prestigiar los medios profesionales, impulsar el consumo y difundir la importancia de un periodismo de calidad para la sociedad”.

Han pasado seis años del informe y todo sigue igual. Y esto no es lo peor, el informe sólo dedica siete líneas al tema de la credibilidad periodística de un total de más de cuarenta páginas, como si este problema fuera insignificante. Algunos de los temas del informe son los siguientes: repensar el modelo de negocio, soporte a la creación de nuevos medios, impulsar la formación continuada de los profesionales, política de subvenciones y publicidad institucional, medidas para reforzar la distribución de la prensa, preservación de las ayudas públicas que permitan la viabilidad del sector, medidas para reducir la precariedad laboral de los periodistas, publicidad y nuevas vías de financiación y mejorar la colaboración entre las universidades y el sector. No se ataca el problema de fondo: la mayor parte de los ciudadanos no cree en la veracidad del periodismo. Además, ¿por qué insistir en la necesidad de que la publicidad y la administración financie el periodismo si esos ingresos serán un lastre que impedirán un periodismo libre e independiente?

Antes puse como ejemplo de periodismo independiente la iniciativa *El Anuario de los Silencios Mediáticos*, precisamente porque se trata de una forma de periodismo que no depende de la publicidad ni de las ayudas públicas. Se trata de una muestra de cómo escapar de la crisis de credibilidad. Es una alternativa a los grandes medios que contaminan la información y la tergiversan. Sergi Picazo, fundador del proyecto, declara: “Ha habido un distanciamiento entre el lector y los periodistas. Antes el lector era la persona más importante del medio, el cliente, ahora lo más importante para los medios es la publicidad. Las dos profesiones peor valoradas según el NCIS son los periodistas y los políticos. La estrecha relación entre el poder político y económico y el periodismo ha hecho que ya no se vea a los periodistas como agentes libres que luchan a favor de la democracia para mejorar el sistema. El problema de que los medios de comunicación no expliquen toda la verdad existe desde hace décadas, seguramente desde su nacimiento. Según establecieron Chomsky y Herman, una noticia tiene que pasar tres filtros: que no afecte al propietario, que no afecte a los intereses de los anunciantes y que no vaya en contra de la línea ideológica. Esta es la razón por la que hay temas que quedan silenciados y olvidados”.



Sergi Picazo. Fuente: laxarxa.com

“La mayoría de las aportaciones son de veinte euros por persona, de gente interesada por el periodismo, gente especialmente crítica, que no tiene suficiente con la dieta informativa que le sirven los medios de comunicación generalistas para informarse de la realidad y quiere algo más, más capacidad crítica o más temas.” (Sergi Picazo)

En su artículo “La muerte del cuarto poder”, Roger Palà, periodista y coordinador del *Anuario Media.cat de los Silencios Mediáticos*, ha realizado interesantes declaraciones: “Se supone que la prensa debería ser el recurso de los ciudadanos ante el abuso de los tres poderes tradicionales: el legislativo, el ejecutivo y el judicial. La justicia puede condenar inocentes, los parlamentos pueden aprobar leyes discriminatorias o injustas y los gobiernos pueden aplicar políticas que limiten derechos y libertades. Y cuando esto pasa, el cuarto poder debería ser una herramienta al servicio de la ciudadanía para denunciar aquello que no funciona y facilitar la aplicación de medidas correctoras. Durante los últimos veinte años, con el avance de la globalización económica y el estallido de la crisis de 2008, el papel de este cuarto poder se ha ido diluyendo. Hace mucho tiempo que los medios han olvidado su rol de contrapoder cuando este debería ser su ADN más básico. Esta dimisión del periodismo se produce en un contexto global de retroceso de libertades y recortes de derechos sociales y democráticos. En el periodismo, tratándose de un sector donde la honestidad y la transparencia son algunas de las materias primas, la situación es especialmente alarmante”.

Llama la atención el remarcado contraste entre la pasión que impulsa a unos jóvenes para estudiar periodismo y el incierto futuro de una profesión que está pasando por sus peores momentos, no sólo debido a una crisis económica que ha afectado a todos los sectores empresariales, sino a una crisis de valores que deberían ser innatos al periodismo. Faltaría añadir un tercer aspecto, el declive de la prensa de papel provocado por el auge de la información digital. El futuro profesional de estos estudiantes no es nada halagüeño, y aun así insisten en querer ser periodistas, persisten en su sueño, como si lo tuvieran metido entre ceja y ceja, como si la fuerza de ese sueño fuese más fuerte que el temor a formar parte de la cola del paro. La tenacidad de esa actitud desde luego que sorprende, pero hace algo más: inyecta esperanza a un sector que está herido de gravedad en su esencia más básica. La nueva savia está ahora en las aulas universitarias, una nueva promoción de periodistas se está preparando. ¿Será esta la generación que devuelva el alma al periodismo? ¿Será esta la generación que logre convertir los pies de barro en cabeza de oro?

Es necesaria una nueva raza de periodistas que no esté al servicio de los intereses económicos y políticos. El periodismo no es un oficio para cobardes, es necesario ser valientes para cumplir con su misión fundamental: servir al derecho que la sociedad tiene a estar bien informada haciendo pleno uso y sin miedo de la libertad de información. ¿Está realmente la prensa vendida al poder económico y político? Si la respuesta es afirmativa el periodista no es libre para ejercer su oficio según los valores con que su labor debería ser abanderada, y debe resignarse a la seguridad de un sueldo mientras va perdiendo por el camino sus ideales. Entretanto, la piedra lanzada por el coloso don dinero amenaza con demoler la estatua del periodismo.