

ACUERDO SOBRE EL AGRAVAMIENTO DE LA CRISIS ECONÓMICA EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS

Durante el año en curso se ha agravado la doble crisis que afecta a los medios de comunicación, derivada tanto del estancamiento o reducción de las ventas de la prensa escrita (en buena medida determinada por las nuevas ofertas digitales) y por la reducción publicitaria en todos los medios, que cae por tercer año consecutivo.

Ambos factores están incidiendo no solo en la reducción del empleo periodístico, sino también en su mayor precarización y en la caída de los salarios.

Los periódicos siempre han sido algo más que un producto o una empresa. Han sido y siguen siendo más que testigos de la vida social, en cuanto que la propia ciudadanía construye cada día la convivencia a través de las múltiples noticias, opiniones y mensajes que los nutren.

Los medios de comunicación, además de industrias culturales como otras muchas, son además las únicas de ese carácter que son también colectivas y sociales, porque resultan más permeables a todo lo que dicen, piensan o hacen los ciudadanos. Cuando un medio cierra o se empequeñece, toda la sociedad pierde algo.

Consideramos necesario que en estos tiempos de crisis general –mucho más graves en el subsector de la prensa escrita–, las administraciones, las empresas y los propios profesionales han de implicarse en un ejercicio de responsabilidad. Y éste ha de manifestarse a través de medidas especiales, como las adoptadas en otros sectores, que son las que permitirán salidas a los muchos despedidos, por razones económicas, en los últimos meses, en toda la prensa canaria. Medidas que también fortalezcan el sector, la estabilidad de sus trabajadores y la calidad de sus productos.

Es por ello **DEMANDAMOS** de las administraciones públicas y de las empresas el ejercicio de acciones que eviten el deterioro del sector, tales como:

- Medidas pactadas por la patronal y los sindicatos con las administraciones públicas, como se ha hecho con otros sectores en crisis, para fortalecer este tejido productivo, con acciones que favorezcan el aumento de la difusión.
- Medidas destinadas a favorecer la concentración de medios (especialmente en el sector audiovisual), que permita empresas fuertes y no abocadas al minifundismo, sueldos mínimos y precariedad total.

- Acciones tendentes a la cualificación profesional de los periodistas, que permitan en unos casos mejorar la calidad de los medios y, en otros, reorientar su actividad hacia soportes emergentes en Internet, no constreñidos a las limitaciones del mercado archipelágico.
- Crecimiento de la publicidad institucional: Resulta paradójico que mientras crece cada año el número de noticias emitidas por las instituciones como notas de prensa o comunicados se reduzca paulatinamente la publicidad institucional, lo que contribuye a agravar la situación de la prensa canaria. En ese sentido, rechazamos la propuesta de Decreto-Ley que elimina la obligación de las empresas a dar cuenta publicitariamente de sus acuerdos sociales más relevantes; porque además conlleva una menor transparencia informativa.
- Medidas destinadas a la mejora de la cualificación de los periodistas en paro, mediante la inclusión en la oferta formativa que realiza el Servicio Canario de Empleo de cursos que tengan como objeto la especialización en el conocimiento y uso de herramientas relacionadas con el periodismo digital, entendido como una actividad emergente para esta profesión.

Santa Cruz de Tenerife, 13 de diciembre de 2010