

## **Conferencia de la presidenta de la Asociación de la Prensa de Madrid en el Foro de la Nueva Comunicación**

Gracias por invitarme a hablar de periodismo. Quiero hablar de periodismo, y hubiera deseado empezar estas palabras, las primeras que pronuncio como presidenta de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) en un foro especializado como este, hablando de periodismo. Pero la principal preocupación de los periodistas, hoy en día, es la profunda crisis que afecta al sector. Ya en 2004, cuando la bonanza económica no auguraba lo que hoy padecemos, la APM elaboró un manifiesto sobre el deterioro de las condiciones del ejercicio del periodismo, denunciando, no lo que había sido habitual en ella, como las presiones del poder o la falta de libertad, sino la precariedad laboral y la falta de empleo.

El periodismo atravesaba entonces una crisis de adaptación, fruto del cambio de modelo de negocio que vive tras la aparición de las nuevas tecnologías digitales. Desde principios de siglo, y ya han pasado 10 años, la prensa escrita tradicional afrontaba también dos fenómenos: la gratuidad y los medios digitales. La gratuidad no solo en la red si no en los periódicos en papel, el primer cambio profundo del modelo al que tuvimos que enfrentarnos y que, según los agoreros, terminaría con la prensa tradicional.

Se juntan dos crisis que serán difíciles de superar. Como decía Fernando en su última Memoria ante nuestra Asamblea, *“no hay precedentes de una crisis semejante, ni hay síntomas de que se vaya a acabar, no hay indicios de recuperación, y las posibilidades que tiene la APM para contribuir a la salida, son mínimas”*.

Mientras tanto, los despidos, el cierre de medios, la reducción de sueldos y la degradación de las condiciones de trabajo, es la constante que domina nuestro sector. Voy a dar pocos datos, pero necesarios. Son casi 10.000 los periodistas en paro, según datos del Servicio Público de Empleo Estatal que recoge el “Informe Anual de la Profesión Periodística 2011”, editado por la APM. De ellos, más de 4.000 perdieron su empleo en el último ejercicio, es decir, el 44%, lo que nos da ejemplo del desastre. Hace seis años, los periodistas desempleados eran apenas 3.000, una tercera parte de los actuales.

Déjenme, en estos momentos, tener un recuerdo para los periodistas que trabajaban en “ADN”, el último periódico de los que se editan en Madrid que ha dejado de salir a la calle, y para los compañeros del diario “Público”, cuya editora ha solicitado concurso voluntario de acreedores y que busca denodadamente estas semanas capital que permita la continuidad del periódico. Me gustaría que quienes no son periodistas en esta sala, que sé que hay muchos, se den cuenta de cómo los informadores de este diario, cómo los de todos los que en España están en la misma situación (“La Voz de Asturias”, “Diario de Jaén”, entre otros) siguen trabajando jornadas de 24 horas, como solemos hacer los periodistas, y cómo, a pesar de la situación, siguen sacando adelante todos los días el periódico sin perder la ilusión, porque este oficio tiene mucho de vocación y de entrega.

Quizá por ello, y eso se ha convertido en un problema para nosotros, los consumidores de medios de comunicación continúan comprando el producto sin pararse a pensar en las condiciones en las que trabajan quienes hacen periodismo.

De hecho, hay quien se ha tomado al pie de la letra que el periodismo es para nosotros una pasión más que un trabajo y pretenden que sea un oficio no remunerado. Hemos tenido que poner en marcha el movimiento #gratisnotrabajo para denunciar esa situación a la que se enfrentan, sobre todo, los recién licenciados que tratan de incorporarse al mercado laboral. Puede que les cueste creer que hemos recogido ofertas de trabajo para periodistas licenciados en las que se pagaban 0,75 euros el artículo de 800 caracteres; o las de empresas que se dicen periodísticas que ofrecen trabajo a los periodistas, gratis, con el argumento de que se podrán ir haciendo un nombre, sin olvidarnos de la última denuncia recibida por nuestra Asociación consistente en una televisión local que busca periodistas que quieran hacer entrevistas o reportajes y les ofrecen su cadena, a cambio de una módica cantidad, para que puedan emitir sus trabajos.

Esta es una vocación, pero es una profesión y tenemos derecho a un salario digno, es lo que reivindicamos y lo menos a lo que podemos aspirar.

Y si mala es la situación de quienes empiezan no lo es mucho mejor la de quienes ya tenemos unos años y llevamos bastantes en el oficio. Los ERE se han llevado por delante a los periodistas más antiguos de las redacciones, a los que más experiencia tenían, no por ser los más viejos, sino porque eran los que más cobraban, aunque solo fuera por el plus de antigüedad, y porque era la forma más fácil de reducir la masa salarial de la empresa. Con ello los medios renuncian a sus mejores fuentes e informaciones y a la posibilidad de que los nuevos periodistas, los que salen más baratos, aprendan el oficio, porque sin un referente en el que fijarse cómo se hace una información, cómo se contrasta y como se trabaja, es muy difícil hacerse periodista.

Pero la APM no somos un sindicato, lo que quiere decir que no tenemos representantes en los comités de empresa, no estamos en las negociaciones laborales, ni en los convenios, ni en los ERE. Y, sin embargo, no podemos mirar para otro lado, porque la situación va en detrimento de la calidad de la información, lo que convierte el problema en tarea de todos: editores, sindicatos y asociaciones profesionales. De todos, porque esta crisis nos afecta todos, porque o nos salvamos todos: editores y periodistas, o no se salva nadie.

Quiero hablar de periodismo, pero no puedo hacerlo sin referirme primero a la crisis que padece el sector y de la que no sabemos el final, aunque podamos apostar a que nos esperan fusiones, lo estamos viendo en las televisiones, ventas de medios, cierres, pero también espero que renovación y creación de nuevos medios dentro de otro modelo y otra estructura en la que los periodistas y, por lo tanto la APM, todas las asociaciones de periodistas, tenemos mucho que decir. Queremos tener un papel en ese nuevo escenario.

No lo tuvimos cuando muchos medios, sobre todo en algunos lugares de la costa, quedaron en manos de constructores que no les importaba gastar dinero, lo tenían, en comprar un medio de comunicación. Como decía el periodista económico Fernando Barciela en un estupendo informe en “Cuadernos de Periodistas”, en algunas empresas periodísticas, los

consejos de administración parecían un auténtico y extraño *who's who* de los negocios inmobiliarios y de construcción de la ciudad, y proliferaron grupos de empresarios regionales, dependientes de los favores políticos, que se pusieron a coleccionar periódicos con la misma pasión con la que antes buscaban la presidencia de un club de fútbol.

El objetivo de estos nuevos empresarios de la comunicación no era hacer periodismo, sino tener una plataforma que les ayudara en sus fines no editoriales: apoyar el cambio del Plan de Ordenación Urbana para recalificar unos terrenos en los que proyectaban una macrourbanización que a buen seguro tendría la oposición de los vecinos. Oposición que podría cambiarse desde el medio de comunicación que compraban. Los ciudadanos no se daban cuenta de que ese medio era propiedad de quien quería hacer otro negocio. Simple y llanamente, otro negocio. Y pasó lo que pasó. Llegó la crisis, la construcción paró y los medios de comunicación al servicio de esos intereses empresariales cerraron, ya no les servíamos. Ni medio segundo se pararon a pensar en los periodistas a los que no habían dejado ejercer su profesión y que se quedaban en la calle, ni en lo que es más importante, en los ciudadanos que perdían la oportunidad de satisfacer una necesidad natural, la de informarse.

Por eso son tan importantes los editores de verdad, los que saben y quieren hacer periódicos, los que han desarrollado el mundo de la televisión o de la radio y piensan no solo en el negocio, lo que es muy legítimo, sino también en el medio, en el periodismo que hacen, tanto como en la cuenta de resultados. Es decir, los editores que ahora están aguantando las pérdidas que provoca la crisis y buscan, como nosotros, salidas a la mala situación.

Somos periodistas y, por lo tanto, sabemos cómo están las empresas de comunicación en España. Como 2011 ha sido un año negro debido al frenazo que la inversión publicitaria registró en su último trimestre. Un año en el que cerraron siete periódicos diarios, numerosas revistas y dos canales de televisión nacionales.

Todos los medios se han visto afectados por la bajada de la publicidad, menos las tres principales compañías de televisión en abierto, beneficiadas por la salida de TVE del mercado publicitario, que les proporcionó un incremento atípico de ingresos. Las compañías del sector que operan en bolsa han perdido casi un 27% de su valor de capitalización y la cotización media de las cuatro sociedades cedió más de un 40% a lo largo del ejercicio recién terminado.

Es la crisis económica, pero no solo, el sector sufre también una crisis de modelo provocado por la irrupción de las nuevas tecnologías y los nuevos hábitos de consumo de información y entretenimiento, que hace que el panorama no se despeje, que no sepamos cuál será el futuro, y que todos demos palos de ciego creyendo que lo último en aparecer será lo definitivo.

La irrupción de Internet lo cambió todo, y hemos buscado un culpable en vez de buscar la solución. Se quiere enfrentar el periodismo que se hace en Internet con el de los periódicos de papel. Grave error. Todo es periodismo, si se hace periodismo de verdad.

El problema es el modelo de negocio. Se crearon periódicos en Internet y los medios, vamos a llamarles tradicionales, creyeron que la forma de que el papel sobreviviera era tener también Internet, e hicieron sus páginas web.

Seguramente el error fue dar gratis en la web lo mismo por lo que se pagaba en papel, y aunque se consiguió tener presencia en el mundo de Internet, y las páginas web de los periódicos en papel son las más visitadas en Internet para informarse, se hicieron la competencia a si mismas, al papel.

La publicidad en Internet, aunque ha crecido mucho, es considerada por los usuarios como intrusiva, y no tiene el efecto de compra que la publicidad busca, luego no es, por lo menos por ahora, la solución.

En eso aparecieron las redes sociales y se las consideró la panacea de los medios de comunicación. Todos los medios se apresuraron a tener sus cuentas de Facebook y de Twitter, a colgar sus noticias en la red (gratis), a poner enlaces con el producto que hacían, fueran periódicos, agencias de prensa, ofreciendo gratis parte del producto por el que otros pagan. ¿Es este el modelo de negocio?

Estoy segura de que Twitter quedará en sus justos términos, una herramienta de comunicación, como el teléfono, el fax, el correo electrónico o los SMS, con un potencial inmenso para llegar de inmediato a cientos de miles de personas, pero solo eso. No es un medio de comunicación, no podrá suplantar a un periódico, a una radio o a una televisión, donde los periodistas hacen periodismo

Lo que refleja este vaivén, en espera de que el sucesor de Steve Jobs invente lo siguiente al Ipad, es que aún desconocemos el modelo de negocio, lo que será la plataforma multimedia a través de la cual se ofrecerá el producto que los periodistas realizaremos, porque necesario sea cual sea el soporte.

La Asociación de la Prensa de Madrid y la FAPE queremos estar en ese diseño para dar nuestra opinión, para dibujar también el futuro.

Aquí quiero apelar al Gobierno a que abra una mesa de ayudas a la prensa, como la que ya hubo la legislatura pasada sin que se llegara a nada, para estudiar fórmulas de apoyo a la reconversión tecnológica que tendrán que sufrir todos los medios de comunicación. Unas ayudas destinadas a esto, no a sanear los balances o a despedir a periodistas, unas ayudas vinculadas al mantenimiento del empleo.

Quiero hablar de periodismo, pero antes quiero denunciar como Asociación de la Prensa de Madrid, las prácticas del poder para suplantar al periodismo. No hablo solo del poder político, eso ya ha calado en la retina de los ciudadanos. Hablo de las prácticas antiperiodísticas que se nos imponen desde el poder económico, con presiones a los medios y amenazas de retirar publicidad de sus empresas o bancos, si se habla mal de ellos. De las prácticas habituales en sectores como el cultural, que ha desterrado, este sí, las ruedas de prensa entendidas como son las ruedas de prensa, es decir, con preguntas. Y qué decir del

mundo del deporte. Como hay un caso muy reciente, lo voy a poner de ejemplo, para que no parezca siempre que el periodismo político es el que padece esta lacra.

El jueves por la noche oí con estupor en una cadena de televisión, al inicio de su informativo, en el sumario, que estaban esperando que el Real Madrid les proporcionara la entrevista que “su” televisión, la del Real Madrid, había realizado al futbolista Pepe, que por si no lo saben es jugador del Real Madrid, en la que hablaría del pisotón a Messi. El informativo de esa cadena privada de televisión esperaba como agua de mayo las declaraciones de Pepe ¿pensando quizá que el periodista de la televisión del Real Madrid habría sido incisivo con el jugador del Real Madrid? No es que esté minusvalorando el papel de los periodistas del canal de televisión del Real Madrid, que espero que lo sean, y que las preguntas no se las hiciera Mourinho. Pero quizá otros periodistas, por supuesto tampoco del canal de televisión del Fútbol Club Barcelona, sino de profesionales de los medios no involucrados en la polémica, deportivos o generalistas, le hubieran hecho una entrevista a Pepe con repreguntas, para intentar saber por qué pisó a Messi, o por lo menos ponerle frente a sus contradicciones. ¿Ha protestado alguien? No. ¿Ha dejado de dar algún medio esas declaraciones? No. Hemos sido, de nuevo, más cómplices, que víctimas, de esas prácticas y ese intento del poder, en este caso futbolístico, de anular la razón de ser de los periodistas, del periodismo. ¿Se imaginan si después de un mes sin hablar, el presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, hubiera concedido una entrevista a Tele PP? Todavía estaríamos poniendo el grito en el cielo. ¡Ah!, pero la habríamos dado.

Son muchos los obstáculos que se nos ponen en el ejercicio del periodismo. Las limitaciones de entrada a actos, con la excusa real de que no hay capacidad para tantos medios como han proliferado, ha dado lugar a que desde las instituciones, partidos políticos, bancos, grandes empresas, no se permita la entrada de cámaras a sus actos y se opte por la señal realizada de estas instituciones. Si algún día hay un incidente en ese acto, ¿Proporcionarán las imágenes?, o solo lo podremos contar los plumillas que no hemos renunciado a exigir un sitio, aunque sea pequeño y mal ubicado, en los actos públicos. Son imágenes que sirven a los medios para abaratar sus costes, pero que están limitando el ejercicio del periodismo.

Son muchas las prácticas que intentan controlar la forma de ejercer el periodismo. Los bloques electorales que se imponen a las televisiones públicas son el paradigma del antiperiodismo. No dejan un margen a acumular tiempos o que se repartan de otra forma, con criterios más profesionales; y el intento de trasladar esa fórmula a las cadenas de televisión privada, está haciendo un gravísimo daño al periodismo que tiene mucho que ver con la pérdida de credibilidad de políticos y periodistas.

Mi apelación, en esta ocasión, no es al Gobierno ni a los partidos, sino a los directores de los medios de comunicación, para que dejen claro en sus informaciones la procedencia de la información, para que los ciudadanos sepan que sus redactores no han tenido la oportunidad de hacer periodismo, no es que no se les haya ocurrido hacer la pregunta obvia que a todos los que están sentados en su casas les viene a la cabeza.

Y les pido a los directores de los medios, que si el problema continúa, se pongan de acuerdo ellos, los periodistas ya lo estamos, para hacer bueno el eslogan que un buen día

surgió de nosotros mismos como un grito desesperado: Sin preguntas no hay cobertura, y que cuando sea evidente que un político de turno, o un deportista de moda, no se ha sometido a las preguntas de sus redactores para que no les pongan en un apuro, no se publiquen las declaraciones sin preguntas, porque eso no es información en el 90% de los casos, sino solo propaganda.

Y ahora quiero hablar de periodismo, aunque creo que llevo un cuarto de hora haciéndolo. Quiero hablar de lo que es el periodismo y de lo que los periodistas debemos entender por periodismo, y lo que no lo es. Podría citar a Chesterton que afirmaba que el periodismo consiste esencialmente en decir “Lord Jones ha muerto” a gente que no sabía que Lord Jones estaba vivo”. Nunca una frase resumió tan bien uno de los grandes males del periodismo, fijarnos no en lo que le interesa a la gente, sino a nosotros, a muy poca gente, olvidándonos de que nuestro papel es garantizar el ejercicio del derecho a la información que tienen los ciudadanos consagrado en el artículo 20 de la Constitución española. Por eso quizá me quede con el concepto que tenía de nuestra profesión Arthur Miller: “Un buen periódico es una nación hablándose a sí misma”.

Los periodistas sabemos qué es el buen periodismo, lo dice también el sentido común, por eso debemos ser los primeros que denunciemos las malas prácticas. Solo así seremos respetados y recuperaremos la credibilidad perdida. No tenemos que ponernos siempre de parte de lo que hagan los periodistas. Hay cosas que no son aceptables: pagar por las informaciones, utilizar cualquier método, incluido el robo, para obtener una información, violar derechos de los ciudadanos, el de la intimidad, el del honor o el de las telecomunicaciones. No todo está justificado en aras del derecho a la información o de la libertad de expresión. Los límites los han puesto las leyes y la jurisprudencia, pero es mejor que nosotros nos autorregulemos en nuestro quehacer diario, para que no nos regulen.

Deberíamos tenerlo todos muy claro: No todo vale, y si no nos ponemos límites, nos los pondrán, nosotros saldremos perdiendo y también los ciudadanos, que son los que nos deben importar más.

Los límites están claros. Los aprobamos nosotros en el Código ético que la FAPE tiene desde 1993, que recoge los derechos y deberes de los periodistas en sus actuaciones profesionales y por cuyo cumplimiento vela la Comisión de Quejas y Deontología creada por Fernando González Urbaneja en el año 2004. Su presidente, Manuel Núñez Encabo, está aquí. Una comisión convertida ahora en Fundación, lo que la hace más independiente y a la que pueden acudir las agrupaciones de periodistas, los medios de comunicación y los ciudadanos que presenten quejas documentadas de hechos que crean que han contravenido las normas.

Se trata, y es la línea que quiere seguir la Asociación de la Prensa que presido, de que quien infrinja las reglas sufra el reproche de la profesión, pero también el reproche social. Los ciudadanos tienen que acostumbrarse a reivindicar sus derechos, y uno de ellos es estar bien informados y denunciar cuando creen que los medios de comunicación no cumple con ese fin.

Invito a todos los asistentes a leerse las resoluciones de la Comisión de Quejas y Deontología, y a los directores de los medios de comunicación, a los directores de informativos de las cadenas de radio y televisión, a hacerse eco de ellas, de todas, no sólo de las que afectan a la competencia más cercana y a obviarlas cuando se refieren a uno mismo. Deberíamos alcanzar un compromiso de un espacio en los medios para publicar estas resoluciones, afecten a quien afecten, porque a los ciudadanos les serviría para recuperar la confianza en nosotros y a nosotros, los periodistas, nos servirían de normas orientadoras de actuaciones en nuestra profesión.

Sólo de esta forma, estoy convencida, los periodistas recuperaremos la razón de ser de esta profesión que como dijo Gabriel García Márquez “es el mejor oficio del mundo”.