

número 11 - federación de servicios a la ciudadanía

perspectiva


servicios a la ciudadanía

 perspectiva

Debate sobre los medios de comunicación



Dirección:

Xavier Navarro

Consejo de redacción:

Xavier Navarro, Pepe Gálvez, Gina Argemir, Mertxe Paredes, Joan Coscubiela, Juana Olmeda, Manuel Fernández Albano, Javier Jiménez

Consejo Asesor:

Manel García Biel, Javier Doz, Ignacio Muro, Juan Laborda, Bruno Estrada, Joan Herrera, Lluís Camprubí, Maite Ojer, Aritz Cirbián, Jaume Bosch, Isàvena Opisso, Javier Tébar, Rosa Sans, Ricard Bellera, Beatriz Ballestín, Lidia Brun, Carlos Tuya, Gemma Lianas, Juan Manuel Tapia, Francisco Rodríguez de Lecea, Alfons Labrador

Edición y maquetación:

Comunicación FSC-CCOO





El estado actual de los medios de comunicación, la realidad que vivimos y la necesaria alternativa; éste es el debate que planteamos en este nuevo número de **perspectiva**. Un debate que no se puede quedar en la simple constatación de una difícil y compleja realidad de unos medios cada vez más propagandísticos más que de análisis y de información contrastada.

En este número encontraréis un análisis crítico de la realidad, una valoración de la práctica de la mentira propagada como instrumento de propaganda al servicio de un posicionamiento político, el tratamiento que de las minorías realizan los medios; y sobre todo, propuestas para avanzar, alternativas para conseguir unos medios de comunicación, plurales y democráticos, al servicio de una democracia avanzada, con cogestión de los trabajadores de los medios de comunicación.

Los medios de comunicación son un elemento clave, fundamental, en una sociedad democrática, y con este número de **perspectiva** empezamos un debate imprescindible y necesario para elaborar propuestas para avanzar.

Agradecer finalmente las colaboraciones recibidas de diferentes profesionales, de parlamentaria y desde el propio sindicato, todas y todos han aportado elementos importantes e interesantes para el debate.

Xavier Navarro
Director



El vértigo del abismo en los medios de comunicación

Félix Iglesias. Responsable de Comunicación del Sector de Medios de Comunicación, Artes, Cultura y Deporte de FSC-CCOO estatal



Ante la pérdida del oligopolio por parte de las tradicionales empresas de comunicación con el estallido digital, el periodismo está apoyando sus pies de barro en los bordes de una falla sin saber a dónde saltar para no caer al vacío. En estos momentos el papel convive con las ediciones web, la televisión con las plataformas de contenidos audiovisuales, la radio con el *streaming* y *podcast*, mientras los ingresos publicitarios son engullidos por los agujeros negros de Google y Facebook. Además, por intereses empresariales los editores no han considerado la necesidad de cobrar en la red por la misma información elaborada en los soportes tradicionales, educando a las nuevas generaciones en el gratis total. Esta coyuntura ha cogido a sus directivos y gran parte de los periodistas a contrapié, no por falta de información, faltaría más, sino por un corporativismo de considerarse inmunes a las vicisitudes abiertas. Nada más lejos de la realidad.

Los intereses editoriales, escorados sin sonrojo a posiciones ideológicas de poder, la mercantilización de los espacios informativos y la rutina y comodidad de ser altavoz de las élites económicas y políticas, han convertido a una parte significativa de cabeceras de periódicos y cadenas de televisión y radio en portavoces oficiosos de intereses ajenos a sus lectores, televidentes y radioescuchas. De ahí que de la confianza y

respeto a la pérdida de influencia y consideración social, dista el tiempo de un clic en el ordenador.

Ante esta deriva, los nuevos medios digitales han entrado en liza. Muchos vuelven a cometer el error de ser meros voceros de los gabinetes de prensa de gobiernos, partidos, bancos o clubes de fútbol. Por fortuna, hay nuevos medios que apuestan por ofrecer menos noticias a cambio de calidad y análisis al considerar que son contrapoder y no milicias. Bien es cierto, que en los primeros borboteos del periodismo digital la interacción con el consumidor de información se ha disparado hasta hablar de periodismo ciudadano. Desde luego que las redes sociales son un avance de la libertad de expresión, pero a su vez por ellas galopan caballos de Troya cargados de noticias falsas, y que sólo los periodistas pueden y deben domar. La información no es asamblearia y tampoco elitista; he ahí el desafío cotidiano del periodismo.

Capítulo aparte merece la distinción entre medio público y privado. Dentro del liberalismo económico, el periodismo considera orgánico que los medios públicos se deben al gobierno de turno, admitiéndose en las redacciones durante muchos años esa premisa y olvidando su función constituyente de servicio público y plural, con especial atención a los sectores

“Hay que velar desde lo público por la pluralidad informativa y no dejar al mercado regir las redacciones informativas.”

ciudadanos, culturales y sociales con menos proyección mediática. Por otra parte, también es una premisa pétrea que los medios privados son un cortijo privado, donde la línea editorial y comercial están por encima de la deontología profesional, a pesar de la sentencia del Constitucional de 1982, fijando que el derecho a la creación de medios de comunicación está al servicio del derecho a transmitir opiniones e informaciones, es decir, se encuentra subordinado al derecho a la información y al de la libertad de expresión. Este aspecto se acentúa con las televisiones privadas, que tienen en usufructo licencias públicas para su emisión, por lo que deberían abrir su espacio a intereses no meramente comerciales y editoriales.

Finalmente, otro aspecto capital en el futuro en los medios de comunicación es la necesidad de velar desde lo público por la pluralidad informativa y no dejar al mercado regir las redacciones informativas creando Consejos de Información, además de velar por un reparto de subvenciones a favor de la diversidad informativa. En países nórdicos los medios con mayor difusión reciben menos ayudas estatales y son, precisamente, los que tienen menos publicidad comercial y difusión, y en aras de la pluralidad informativa, los que, porcentualmente, tienen más subvenciones públicas. El actual desequilibrio se acentúa con los buscadores digitales, donde mediante pago se prima en la red unos medios y contenidos frente a otros, usurpando a la ciudadanía de una información plural y libre. ■



Nuevas realidades de la comunicación: un difícil reto para la izquierda

Héctor Maravall. Ex-Consejero del Consejo de RTVE en representación de CCOO.
Abogado Laboralista



No es fácil pronunciarse desde la izquierda sobre el modelo de medios de comunicación que queremos. Por tres razones básicas: los acelerados cambios tecnológicos, el proceso de globalización y buena parte de las personas menores de 40 años prescinden de utilizar, al menos de forma habitual, los medios de comunicación tradicionales. Las redes sociales son mucho más seguidas que cualquier televisión, radio y no digamos prensa escrita. Por ello las posiciones de los progresistas a la hora de diseñar su modelo de medio de comunicación están cada día más desfasadas.

Los medios de comunicación tradicionales están sufriendo una intensa transformación en su relación con la ciudadanía. De las tres funciones que se atribuyen a los medios: informar, incrementar la formación y entretener, los dos primeros van a quedar cada vez más reducidos a unas minorías, más politizadas o interesadas en la vida pública, más cultas y con mayor disponibilidad de tiempo libre. Y el entretenimiento, por el contrario, interesará fundamentalmente a los sectores populares menos formados y cultos.

Por otra parte, los generadores de información cada vez más no van a ser periodistas o profesionales de la información, ni tampoco editorialistas, ni por supuesto los dueños de los

medios de comunicación tradicionales, sino una amplísima y capilar multitud dispersa por todo el planeta, que produce y reproduce información o cualquier género de comunicación, por supuesto sin garantías de veracidad o rigor. A su vez la ciudadanía cada vez va a tener más dificultades para priorizar y asimilar la avalancha de información y comunicación disponible en la red.

La experiencia banal de Youtube, el discutible rigor de Wikipedia, el fracaso en la contención de la inmensa red de pornografía o las dificultades para evitar prácticas de acoso, con sus evidentes diferencias, son ejemplos muy significativos de esa nueva realidad, que, dicho sea de paso, llega hasta las aldeas de África, la altiplanicie andina o el delta del Mekong.

Por tanto, las posibilidades de diseñar y sobre todo hacer cumplir un marco legal garantista de los derechos, deberes, principios y valores democráticos, desde los poderes públicos es de una enorme dificultad.

Los instrumentos tradicionales de influencia de los poderes públicos en los medios de comunicación, desde la censura, la financiación explícita o encubierta, las presiones políticas a los propietarios o directamente a través de los propios medios

públicos, no es operativa o lo es de forma limitada en las redes sociales. No hay más que ver la imposibilidad hasta la fecha de controlar las formas de comunicación y adoctrinamiento que utilizan las minorías extremistas y terroristas o las dificultades de una dictadura como la existente en China para evitar el tráfico de noticias críticas.

¿Quiere decir todo lo anterior que nos tenemos que resignar a la decadencia de los medios tradicionales y a la creciente hegemonía de las redes y a abandonar la presencia de unos medios de comunicación responsables e identificados con los valores del progreso social, la solidaridad, la democracia, la cultura y el entretenimiento de calidad? ¿Debemos olvidar el objetivo de servicio público de los medios de comunicación tradicionales? Por supuesto que no, pero siendo muy conscientes del marco real en el que nos movemos y en el que nos vamos a mover en el futuro.

Intentando profundizar en esa dirección, tenemos dos magníficos ejemplos en España del papel e influencia de dos modelos de medios de comunicación en las tres últimas décadas. La televisión basura o al menos sensacionalista y populista que llegó de la mano de las cadenas privadas y la breve, pero fructífera, etapa de una RTVE alejada de las garras de los intereses partidistas.

En mi opinión, la paulatina derechización de la sociedad española desde principios de los años 90 del siglo pasado, tiene bastante que ver con la influencia de las cadenas privadas que en la inmensa mayoría de su programación han fomentado una perversa ideología reaccionaria de la frivolidad, el cotilleo, el sensacionalismo, el individualismo, la condena de la política y de los políticos, la invisibilidad de los sindicatos, los científicos, los intelectuales, las ONGs solidarias, etc. El que en los últimos procesos electorales haya triunfado un partido político tan desgastado y corrupto como el PP, tiene mucho que ver con el papel de banalización de la vida pública que han desempeñado los medios audiovisuales.

Es significativo que los únicos programas de contenido político que aún quedan en las principales cadenas privadas, “Al rojo vivo”, “Salvados”, “El objetivo”, “La sexta noche”, aun con diferencias notables entre ellos, bordean continuamente la demagogia, la frivolidad, la superficialidad, la banalidad. De tal forma que el único programa de perfil político que queda en España, no manipulado gubernativamente y con una evidente dignidad e identificación con los valores

democráticos, es *El intermedio*, un programa inicialmente de humor, que de forma creciente ha ido asumiendo un nítido contenido político, de manera que hoy día es el sustitutivo del *Telediario* para mucha gente de ideas progresistas.

Es evidente que la lucha legal contra ese tipo de medios de comunicación privados es muy difícil, por no decir que imposible, incluso en países con sólidas tradiciones democráticas.

La alternativa solo puede ser unos medios de comunicación públicos que sean un modelo claramente alternativo. Las dos únicas referencias que tenemos en nuestro país han sido la RTVE en la etapa presidida por Pilar Miró, y sobre todo el periodo 2007-2011. El nuevo modelo de RTVE impulsado por el primer gobierno de Rodríguez Zapatero, partía de un equilibrio político y social en la configuración de su órgano máximo de dirección, el Consejo de Administración, y una exigencia de muy cualificada mayoría parlamentaria en la designación de su Presidencia, además de un sistema de financiación que garantizaba una razonable, aunque limitada financiación.

RTVE en esos años mantuvo altos niveles de calidad y dignidad en su programación, compatible con su función de entretenimiento, una amplia independencia política en los contenidos de sus servicios informativos, un respeto al pluralismo de la sociedad española; todo ello se tradujo en una sensible recuperación de la audiencia y en el liderazgo en los programas informativos.

El triunfo del PP y su inmediata reforma legal, arrasó con ese modelo de RTVE, hundiendo como inevitable consecuencia su credibilidad y audiencia.

Sabemos por tanto cuáles son las exigencias para disponer de un medio de comunicación social, que cumpla esa función de servicio público y que sea garantía de pluralidad, calidad y audiencia. La reciente reforma legislativa recupera una parte, aunque no toda, del modelo del 2006. Algo es algo, esperemos que no se haya llegado demasiado tarde. De todas formas está por ver la influencia que pueda tener esa renovada RTVE en un ámbito hoy dominado por los medios privados y ante el inexorable predominio de las redes sociales.

No es un panorama halagüeño ni hay recetas mágicas, en todo caso los progresistas tenemos que profundizar cuanto antes en diseñar alternativas al respecto. 



¡No crean a los medios, sean ustedes los medios!

Orsola Casagrande. Periodista, ha trabajado 25 años para el diario italiano *Il Manifesto*, es co-directora de www.globalrights.info



El antiguo lema de la Indymedia en los años 90 del pasado siglo, es hoy más relevante y necesario que nunca. La globalización mundial ha traído consigo también una homogeneización de los medios de comunicación que hoy en día se reducen de hecho en la concentración de los más importantes diarios y televisiones en manos de unos pocos grupos de poder económico, y en una multitud de pequeños medios independientes que casi nunca se inter-relacionan entre sí.

Prácticamente han desaparecido los medios tradicionales de izquierda o alternativos, que hacían de la investigación rigurosa, las denuncias, las propuestas y las campañas sus principales herramientas de trabajo. Nos referimos por ejemplo al diario comunista italiano *Il manifesto*, al periódico vasco *Egin*, *Red Pepper* en Inglaterra, *Libération* en Francia, *La Jornada* de México, a *Ozgur Gundem* en el Medio Oriente, entre otros.

Indymedia hacía de alguna manera de catalizador de todos estos medios (algunos cerrado por orden judicial), que si bien tenían su propia vida en los territorios y lenguas en las cuales se publicaban al mismo tiempo, compartían y ponían a disposición de otros traducciones, periodistas, análisis y denuncias para armar campañas comunes que sobrevolaban fronteras y barreras idiomáticas. Quizás los ejemplos más

exitosos de esta sinergia mediática desde la izquierda serían la gran campaña de rechazo a la primera guerra del Golfo, y la movilización en contra de la cumbre de G-8 en Génova en el 2001. No se trataba solo de protestas y movilizaciones, era también el momento de los grandes Forums Mundiales Sociales, un intento de construir alternativas políticas desde abajo que rompían fronteras y distancias.

La intensa represión tras las protestas en contra del G-8, significó una retirada coyuntural del movimiento no global. Un movimiento que retornó nuevamente a las calles para decir NO a la estrategia imperialista de guerra permanente declarada en el 2001, tras los ataques a las Torres Gemelas, cuando millones de personas salieron a manifestarse en contra de la ocupación de Iraq del 2003. Aquellas movilizaciones llegaron a ser denominadas por algunos de los medios *mainstream* como “la segunda superpotencia mundial”.

La previsible crisis económica y política que estalló en el 2008 marcó una diferencia. La guerra continuó y se expandió, las mal llamadas Primaveras Árabes fueron reprimidas a sangre y fuego, mal acompañadas y entendidas desde las sociedades europeas, mientras el ya marchito “movimiento de movimientos” lamía sus heridas, causadas por la represión y las divergencias internas.

“La democracia en que vivimos está sujeta a los intereses de las grandes potencias mundiales y de una pequeña y una muy exclusiva élite financiera supranacional.”

Los medios de comunicaciones no fueron ajenos a estas dinámicas, internet y sus inmensas potencialidades ponían en cuestión la necesidad y el papel de los medios de comunicación conocidos hasta ese momento.

Las noticias pasaron rápidamente a transmitirse *online*, con lo cual las estadísticas y cálculos de influencia relacionadas a la distribución y lecturas de diarios impresos y televisiones se tornaron obsoletos en muy poco tiempo

Muchos periódicos y cadenas televisivas decidieron entonces reducir sus estructuras y apostar por un periodismo web, pero sin manejar ni analizar en profundidad las herramientas y posibilidades de las nuevas tecnologías, así que el resultado fue en la mayoría de los casos desastroso, sobretodo en términos económicos y de sostenibilidad. El papel impreso y los niveles de tele-audiencia eran cuantificables y por lo tanto permitían establecer el precio de los espacios publicitarios, sin embargo las publicaciones digitales resultaron mucho más volátiles, y consecuentemente los anunciantes podían difícilmente calcular la repercusión de su inversión publicitaria en red digital.

Sin duda internet colocó al mundo de los medios de comunicaciones tradicionales ante la necesidad de repensar sus contenidos, sus maneras de presentarse y hasta el sentido mismo de su necesidad social y de su influencia.

Los sistemas de información, comunicación y debate también se han visto afectados por la implosión de los mecanismos bipartidistas imperantes en la mayor parte del mundo occidental, pero las nuevas propuestas desde la izquierda apenas llegaron a ser el sueño de una noche de verano.

Sin embargo la derecha, como representante de grupos y élites de poder económico e ideológico, sí fue encontrando nuevas formas políticas a partir de un populismo de fácil propagación con mensajes simples que apelan más a las entrañas que a

pensar, un buen mejor ejemplo es el reciente lema electoral de Trump “América primero”.

En ese esquema de una derecha globalizada, simplista en su pensamiento pero eficiente en su actuar, los “enemigos”, por ejemplo, de la doctrina Trump son sencillos de identificar: emigrantes, extranjeros, especialmente en su variable musulmán, negros, latinos...

Lo mismo se puede decir de la vieja Europa a través de la ecuación emigrante igual a portador del virus terrorista, y en este caso además habría que sumar los “enemigos” internos dependiendo el caso, pongamos catalanes o vascos para España, o cualquiera que se atreva a reclamar sus derechos más elementales como pueden ser decidir, votar, expresarse, y ser dueños de sus vidas y destinos (de manera pacífica). En este saco también pueden entrar otros conflictos vivos o latentes, como la soberanía escocesa, su similar en Quebec, o los irlandeses del Norte (que no piden separación sino unificación de su Isla), o cualquier otro grupo o comunidad que ponga en peligro el *statu quo* imperante.

La democracia en que vivimos y sus valores acompañantes, están sujetos en nuestra vida real a la correlación de fuerzas, y sobre todo a los intereses de las grandes potencias mundiales y de una pequeña y una muy exclusiva élite financiera supranacional.

Este es el contexto político en que se mueven muchos de los medios de comunicación, aunque también podríamos decir que es precisamente a este contexto al que han contribuido de manera muy especial muchos de estos mismos medios.

No todos los mass-media han sufrido por igual: los que son propiedades del capital financiero internacional, con más recursos, tanques pensantes y posibilidades de aguantar drástica reducción de ingresos, han conseguido una especie de reciclaje de sí mismos, al menos hasta el momento.

Sin embargo desde el punto de vista de la izquierda sus medios afines no han conseguido, por lo general, construir paradigmas adaptados a estos nuevos tiempos, y por lo tanto hay que hablar en este campo de una crisis cultural e ideológica.

Carlos Marx afirmaba que la investigación era la base del periodismo porque se trataba de indagar sobre los hechos (las situaciones), identificar sus causas y razones, y una vez establecidas entonces se podía pasar a proponer soluciones, algo que en principio le corresponde a la política, pero también al periodismo en la medida que este sea portavoz de propuestas comunitarias. El periodismo de izquierda o alternativo debe asumir también la función de “servir de puente” entre las comunidades, los ciudadanos y sus representantes.

La difusión de la protesta aunque sea una condición necesaria, no es suficiente para poder construir alternativas desde la izquierda, hace falta poner en el centro del debate, y por lo tanto también de la comunicación, las ideas sobre la sociedad, sus valores acompañantes y sus inter-relaciones.

En el debate político de hoy en día, la cuestión de la relación entre capitalismo y democracia sigue en el centro de la agenda. A pesar que la derecha califique este debate como propio de la “modernidad de los años 70”, este asunto es y será crucial para el futuro del planeta y de la humanidad, en tanto se relaciona también con el cambio climático. Es evidente que a partir de la mercantilización de la vida la economía ya no es una ciencia exclusiva de “expertos”, como tampoco lo es la ecología. El discurso y los debates se mueven hoy alrededor del eje economía-ecología.

Un medio de izquierda, o alternativo, debería conjugar lo local con lo global en una relación de ida y vuelta. Por ejemplo, la guerra en Siria es una “cosa nostra” y no solamente porque las armas y parte de las tropas proceden de nuestros países (lo que ya sería suficiente como indicio de complicidad criminal).

También es “nuestra” porque las sociedades en que vivimos han cambiado, ya que como consecuencia de guerras anteriores se produjeron migraciones y numerosos desplazados que se instalaron “entre nosotros”, y nacieron niños y niñas que hoy son nuestros conciudadanos.

Muchos medios de comunicación “alternativos” tienen una gran responsabilidad por no haber sabido o no haber querido contar las historias de transformación social y cultural.

El periodismo de izquierda o alternativo sufre de la misma crisis de identidad que Europa, pero en lugar de encabezar la transformación social y cultural, ha preferido por lo general mirarse el ombligo y formar parte de la feria de banalidades y de los peligrosos “lugares comunes” que usan los medios burgueses.

Lo cierto es que la derecha, y los poderosos intereses económicos que la financian (dueños de las grandes cadenas mediáticas), han invertido mucho en transformar sus medios, y como consecuencia se ha producido en las últimas décadas la concentración de la propiedad de estos. Actualmente apenas unos grupos de poder económico reconcentrado son dueños y señores de grupos mediáticos casi monopolísticos que abarcan todos los nichos de mercado: diarios, revistas del corazón, científicas, de ocio o para adolescente, etc... Al mismo tiempo que poseen varias cadenas de televisión y sus correspondientes espacios radiales y digitales. Este fenómeno es muy visible en Europa pero también es extensible a lugares como América Latina.

La derecha y los poderes económicos buscan la perversa utopía de un monopolio del pensamiento y de la comunicación, no han conseguido totalmente su objetivo pero sí han logrado una notable influencia y dominio de la “opinión pública”.

Resulta una paradoja que la derecha esté haciendo lo que debería hacer la izquierda. Para hacer unos ejemplos: El diario



El País, acorazado del poderoso grupo Prisa, es un medio especializado en campañas que se establecen de acuerdo a los intereses de sus propietarios. Sus investigaciones e informaciones parciales, interesadas, dirigidas y seleccionadas, no para servir de herramientas a los lectores sino para que confirmen las conclusiones establecidas de antemano por el grupo mediático-financiero.

Pongamos dos casos concretos: la campaña contra el derecho a decidir de los catalanes, y la demonización del Gobierno venezolano.

Los propietarios de Prisa tienen intereses muy concretos económicos-hegemónicos, tanto en Catalunya como en Venezuela. Consecuentemente *El País* ha dedicado todo su esfuerzo a construir una campaña en contra, no de la independencia, sino del derecho básico de los ciudadanos catalanes de decidir su futuro, de expresarse, manifestarse y hasta de votar.

En el caso de Venezuela la tesis inmutable es que el Presidente Maduro es un dictador y que en Venezuela la gente se muere de hambre. Incluso en matemáticas, nunca se comienza por una hipótesis confirmada sino que hay que verificarla y comprobarla, en este caso mediante reportajes y análisis en el terreno. En el caso venezolano la conclusión está escrita de antemano, no hay investigación posible, ni tan meros siquiera indicios en sus páginas que puedan hacer dudar a los lectores.

Ante estas realidades cabe preguntarse ¿hay espacio para una alternativa? La respuesta es afirmativa pero condicionada, hace falta atreverse, imaginación y dejar atrás de mirar y analizar el mundo en que vivimos como hace 30 o 20 años. Hay que volver a la calle, a las fábricas, a los barrios, hay que regresar a los trabajadores, a los movimientos sociales de todo tipo, que ya no son los de hace unas décadas.

Hay espacio y necesidad para medios “subjetivos”, militantes, que no se amparen en “generalizaciones” (que es lo que hacen los medios corporativos), que se basen en investigaciones serias y construyan campañas, que sepan navegar en la red y la aprovechen para coordinarse, intercambiar y construir redes activas. Esa es la vía, hoy más que nunca.

Aislarse y pensar solo en nuestros pequeños espacios y ámbitos está condenado al fracaso, nuestro mundo está hoy más conectado que nunca antes.

Los medios de izquierdas y alternativos deben ser, desde su autonomía, instrumentos complementarios de la lucha sindical y política de quienes quieren transformaciones sociales y apuestan por ser sus protagonistas. 



La información, un derecho de los ciudadanos

Joan Busquet. Periodista



Es indispensable reformar los medios públicos y proteger los medios independientes.

Casi todas las constituciones, incluida la española, consagran el derecho a la información sin censuras ni obstáculos. Se trata de un derecho universal, no de un privilegio de los periodistas y de los medios de comunicación. El derecho de los medios a informarse basa en el de los ciudadanos a recibir una información veraz que respete la dignidad de las personas y el pluralismo. Los medios de comunicación tienen una función social y son, por definición, un servicio público. Lo son incluso los privados para que lo que cuenta no es sólo que estén en manos privadas, sino el hecho de que su existencia responde a la necesidad de que todos puedan ejercer un derecho, el de la información y la comunicación, que pertenece a la ciudadanía y que es imprescindible para ejercer los demás derechos y para garantizar la democracia.

El caso es que el ejercicio de este derecho está gravemente amenazado por el dominio de los grandes grupos industriales y financieros, la promiscuidad entre la prensa y el poder y la concentración de la propiedad y de los recursos tecnológicos, que llevan a la exclusión de los circuitos informativos de la mayoría de los ciudadanos, a la unilateralidad de las

informaciones, a la marginación de las voces críticas con el poder, a la confusión de información, espectáculo y entretenimiento y a la uniformización y el empobrecimiento culturales. En esta situación de vulneración de la Constitución es indispensable la aplicación del principio de que todas las personas tienen el derecho de investigar, buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas, sin censuras ni obstáculos, mediante todas las plataformas existentes, en el marco del respeto a la libertad y los derechos humanos.

Esto exige desgubernamentar y fortalecer la televisión y la radio públicas, las estatales y las autonómicas, y ponerlas al servicio de la ciudadanía. Una radiotelevisión pública con mecanismos de control democrático real reforzaría el pluralismo, facilitaría el acceso igualitario al conocimiento y fortalecería los valores de la diversidad lingüística y cultural de España. En este sentido hay una reforma de la Ley General de Comunicación Audiovisual orientada a evitar el oligopolio audiovisual, a promover las sinergias entre los medios públicos nacionales y locales y a facilitar canales abiertos a los medios privados sin ánimo de lucro, las cooperativas y las pequeñas empresas de economía social y solidaria. También se debería crear un Consejo Estatal del Audiovisual independiente del Gobierno y de las empresas del sector e integrado en la

“Garantizar el derecho a la información exige también regular la concentración de la propiedad entre los medios, evitando así que sólo tres compañías controlen el 58% del mercado.”

Plataforma Europea de Autoridades Reguladoras (EPRA), similar a los que existen en prácticamente todos los países europeos. Sería responsabilidad del consejo fijar los criterios de gestión del espectro radioeléctrico –que es un bien común– y garantizar un reparto más equilibrado entre todos los sectores de la comunicación. Con carácter urgente, habría que derogar el Decreto Ley 15/2012 de modificación del régimen de administración de la Corporación RTVE, que impuso el PP, y promover una auditoría de RTVE.

Garantizar el derecho a la información exige también regular la concentración de la propiedad entre los medios, de manera que se eviten situaciones escandalosas como el hecho de que actualmente sólo tres compañías controlen el 58% del mercado y que una parte de la propiedad termine haciéndolo con el control de grupos enteros. Igualmente, exige regular la participación de las empresas estratégicas en el accionariado de los medios privados para garantizar su independencia de los poderes fácticos.

También es necesario proteger los medios independientes y sin ánimo de lucro, los que rehuyen las aventuras y las deudas impagables, y, en general, los que son resultado de la autoorganización de los ciudadanos que ejercen el derecho a ser emisores de información y constituir y gestionar medios de comunicación propios. Esto puede contribuir a rescatar los periodistas y los profesionales de los medios del paro, los salarios de miseria y el trabajo gratis, de la censura y el miedo, como garantía de libertad, imparcialidad e independencia.

Es indispensable igualmente limitar y reequilibrar los gastos en publicidad institucional y hacer un reparto de las ayudas y los incentivos que combine los criterios objetivos de transparencia y equidad con la necesidad de contribuir a un reequilibrio progresivo entre todos los sectores de la comunicación.

Estas son cuestiones prioritarias, pero se tendrían que añadir dos más. La primera es la derogación total o parcial de las leyes que limitan el derecho a la información, especialmente la Ley Orgánica 4/2015, de Protección de la Seguridad Ciudadana (conocida como ley mordaza) y las reformas del Código Penal y de la Ley de Enjuiciamiento Criminal. Y la segunda, la promoción del consenso necesario para aprobar una Ley del Derecho a la Información y la Comunicación de la ciudadanía, para proteger el derecho de todos los ciudadanos a recibir una información plural, veraz y completa y el de los periodistas a trabajar con condiciones laborales y profesionales dignas. 



Los medios públicos que queremos

Sección sindical de CCOO en TV3



Unos medios abiertos al conjunto de la ciudadanía que es plural política y socialmente, con participación profesional de los trabajadores en la gestión de las empresas, unos medios modernos, y con un presupuesto estable y suficiente.

Unos medios abiertos al conjunto de la ciudadanía que es plural política y socialmente

En los medios públicos hay que acabar con el control gubernamental y deben rehuir el uniformismo que les resta credibilidad y competitividad. Es urgente la reforma de las leyes que regulan los entes públicos de medios audiovisuales y se deben recuperar consensos políticos para conseguir autonomía de funcionamiento de las corporaciones públicas audiovisuales, que son mucho más que televisión y radio, son industria de producción de contenidos audiovisuales.

Más participación profesional de los trabajadores en la gestión de las empresas

En este sentido se han de incorporar fórmulas de cogestión en las estructuras de dirección de las empresas para mejorar la profesionalización de los medios, y también se han de promover los Consejos profesionales de Informativos y de Producción. El sector audiovisual está en continua evolución y el papel de los sindicatos y los comités de empresa debe

avanzar en la participación en diferentes ámbitos estratégicos, deben encarar los cambios atendiendo a las necesidades de formación de los trabajadores, la adaptación de nuevos perfiles profesionales y la necesaria incorporación de gente nueva al sector público.

Unos medios modernos

Ahora la tecnología permite abrir mucho más el abanico de contenidos, y por lo tanto es posible diversificar la oferta para atender la diversidad social. Se puede ver y escuchar todo lo que se quiera cuando se quiera. Se debe producir para las redes sociales, para internet y para todas las plataformas existentes, y en ese camino está el futuro de los medios públicos: en la producción de contenidos para todos los formatos. Estamos viendo cómo conviven en la oferta audiovisual existente productos de gran calidad, con procesos de producción muy exigentes, como las series por las que apuestan tanto las grandes cadenas, incluyendo Netflix y HBO, como aquellos países que hacen una apuesta estratégica y también encontramos otros contenidos con producción muy simplificada, a los que los medios públicos deben adaptarse y estar atentos a los cambios de tendencias sin caer en el “todo vale”.



Presupuesto estable y suficiente

Hay varios modelos de financiación de los medios públicos, pero la mayoría, sino todos, reciben una aportación directa de los presupuestos públicos. El modelo de la CCMA, Corporación Catalana de Medios Audiovisuales, es el de doble financiación: aportación pública, más ingresos por publicidad y venta de producción.

Cogiendo la referencia del presupuesto público muy ajustado de los últimos años, vemos que la aportación pública es de 235 millones de euros. Esto representa 31 euros al año por ciudadano. Con este dinero tenemos 4 canales de televisión (TV3, 324, 33/S3, E3), 3 emisoras de radio, más las redes. De este presupuesto también sale dinero para la producción audiovisual y cinematográfica catalana. Conviene recuperar una financiación estable y suficiente que nos acerque la aportación pública a las medias europeas de dimensiones similares para poder hacer producción de calidad y ser motor del sector audiovisual como sector económico estratégico.



La información tiene un precio

Jéssica Beiroa. Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la
Universidade de Santiago de Compostela



¿Qué es un/a periodista? ¿Quién es periodista? He aquí las preguntas más breves que podríamos realizar sobre esta profesión, pero que, paradójicamente, necesitarán las respuestas más largas para su resolución. Ambos interrogantes son ricos en matices y encierran el diagnóstico sobre la situación del periodismo y esbozan las claves para atisbar el horizonte de posibles salidas del actual atolladero.

Desde la facultad se nos inculca que periodista es la persona que se dedica profesionalmente al periodismo, el cual, a su vez, es un labor de mediación entre los hechos noticiosos y la ciudadanía. No obstante, esta mediación no es aséptica, sino fruto de un trabajo profesional. El/la periodista recoge la información, la jerarquiza, la trabaja y la distribuye. Esta dinámica se hace siguiendo los códigos y criterios profesionales, cuyo correcto cumplimiento es lo que permite que hablemos de profesionalidad. Repito en varias ocasiones, y con toda la intención, términos de la familia léxica de la profesión. Llegaremos a ello.

Definido en lo esencial el trabajo periodístico, parecería sencillo definir quién lo desempeña. «Es periodista quién hace periodismo». Quizá, pero la realidad nos dice que hay muchas personas que lo hacen sin estar formadas académicamente

para ello. «Es periodista quién está licenciado/a en Periodismo». Puede, pero hay muchas personas licenciadas que no ejercen. «Es periodista quién está licenciada/o en Periodismo y ejerce la profesión». Entonces volvemos al primer caso y dejamos fuera de la definición a personas que ejercen brillantemente la profesión y carecen de la formación académica. Pero nos aproximamos, volveremos sobre ello.

Falta de regulación y choque de legitimidades

Con la ley en la mano, cualquiera puede ser periodista, ya que la profesión no está regulada legalmente. La importancia del periodismo no se menciona explícitamente, pero sí de modo implícito, en la Constitución Española (CE). Pese a esta relevancia, y al contrario que en otras profesiones, para el ejercicio del periodismo no se exige la posesión de un carnet profesional, ni estar licenciada/o —o graduado/a—, ni mucho menos existe la obligación de estar colegiado/a.

Algunos ejemplos de carnets profesionales que todas y todos conocemos son los de manipulador/a de alimentos, instalador/a... o de entrenador/a, que cada vez en más deportes se exige. Algunos ejemplos de profesiones que exigen estar colegiado/a para su ejercicio son, por ejemplo, la abogacía, la medicina o la enfermería. En el caso periodístico, hay tanto

“Una forma de salir de este atolladero quizá sea el separar legalmente el derecho constitucional a la información del ejercicio de la profesión periodística.”

carnets como colegios profesionales, sin que la posesión de o pertenencia a uno u otros sean obligatorios en la actualidad.

Una forma de salir de este atolladero quizá sea el separar legalmente el derecho constitucional a la información del ejercicio de la profesión periodística. El actual artículo 20 de la CE es un batiburrillo en que se mezclan la libertad de expresión, la libertad de prensa, la libertad de cátedra o la regulación de los medios de comunicación públicos.

En lo que atañe estrictamente a la prensa, se mezclan el derecho constitucionalmente reconocido —y que atañe a toda la ciudadanía— con el ejercicio profesional. En concreto, el artículo 20a) de la CE señala que «[Se reconocen y protegen los derechos:] A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción»; mientras, el art. 20d) expone que «[Se reconocen y protegen los derechos:] A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. La ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y al secreto profesional en el ejercicio de estas libertades».

Esta confusión —o indefinición, según se vea— choca, por ejemplo, con la concisión que más adelante vemos respecto al tratamiento de otro importante derecho constitucional, como es la protección de la salud. Así, el artículo 43.2 de la CE reza (la cursiva es mía): «Compete a los poderes públicos organizar y tutelar la salud pública a través de medidas preventivas y de las prestaciones y servicios necesarios. La ley establecerá los derechos y deberes de todos al respecto».

Tal vez la solución pase, como decía, por hacer una distinción entre el derecho de todas las personas a recibir y transmitir información veraz —¿y qué mejor define la veracidad sino el adecuado cumplimiento de las normas profesionales?— y el ejercicio profesional del periodismo.

Cuando hace cuarenta años se redactó la Constitución, el periodismo era más un oficio que una profesión. En ese

tiempo se crearon en todo el Estado varias facultades del ramo —como mi alma mater, que data de 1991— y colegios profesionales, al tiempo que decenas de promociones de periodistas se sometieron a una ardua formación de entre cuatro y cinco años —según los distintos planes de estudios—, muchas veces complementada por programas de postgrado, máster, prácticas remuneradas o contratos formativos.

Cada vez más, los medios de comunicación exigen la titulación específica para el acceso a vacantes periodísticas y progresivamente se va conformando redacciones en que comienzan a ser mayoría las personas tituladas. Según datos de 2011, más del 60 % de las personas que ejercen el periodismo en Galicia poseen la titulación, cifra que va en aumento.

Nos hemos vendido barato

Uno de los principales problemas del periodismo gallego, extrapolable al resto del Estado, es lo barato que hemos vendido nuestra fuerza de trabajo. Años de formación —cuatro como mínimo— vertidos por el desagüe en cuanto nos ofrecemos al mejor postor tirando los precios —cuando no gratis— por el mero hecho de hacer algo y figurar.

Pongámonos en situación. Un/a periodista termina su carrera, quizá incluso sin haber hecho prácticas en empresas del sector, y se encuentra con la inhóspita realidad. «¿Qué hago?» Hay quien opta por seguir formándose, hay a quien le suena la flauta y encadena facultad con un trabajo, y hay quien se encuentra con lo puesto. En esta tercera situación, la desesperación nos invade; no tenemos nada más que ofrecer que el paso por la Universidad, quizá una o dos líneas reseñando prácticas profesionales. Por más que tengamos una formación de años, nos sentimos como un folio en blanco, nos embarga la necesidad de dotarnos de contenido y valor adicional que nos diferencie de la —creciente— competencia en idéntica situación.

Es entonces cuando nos encontramos con lo que el periodista David Lombao, director del diario digital Prazagal, denomina

cobrar —ya no en euros contantes y sonantes— «en visiblos», un pago en visibilidad, o sea, con dinero invisible pero a cambio de que el nombre de la persona figure en algún sitio. En resumen, un trabajo profesional realizado de manera gratuita, con la esperanza de que eso permita obtener una referencia pseudolaboral que aporte valor a nuestro currículum y ayude en futuras búsquedas de empleo.

Nos reímos de quién pueda pensar en pagar por trabajar, ¡pero no hay tanta diferencia! Ante la falta de un trabajo que incluir en el currículum, estamos dispuestos/os a regalarnos, a trabajar gratis, para que a renglón seguido de la formación académica podamos introducir alguna referencia alentadora en el vacío campo de la trayectoria profesional. «He colaborado con...», «he participado en proyectos como...» y otros eufemismos del montón.

Esto sucede también porque los/las periodistas olvidamos con suma facilidad que, ante todo, formamos parte de la clase trabajadora. No somos ni artistas ni plumillas, sino que somos trabajadoras y trabajadores que, a cambio de un salario, ponemos a disposición nuestra fuerza del trabajo. La misma facilidad con que analizamos los valores noticia de un hecho parecemos tener para pasar por alto una realidad tan obvia. Y olvidamos que toda actividad profesional debe ser remunerada.

Tampoco ayuda el lodazal en que se halla el buen nombre de la profesión: el prestigio que un día ostentó es ya un sueño muy lejano. El intrusismo, la telebasura, el amarillismo, el sensacionalismo y las redes de intereses —factores todos ellos que van muchas veces de la mano— han dejado muy tocada la percepción del periodismo y de su labor.

No hay explotación sin explotadores

Nos hemos vendido barato, demasiado barato, sí. Pero aun teniendo nuestra pequeña cuota de responsabilidad, no podemos olvidar que somos las víctimas de una explotación, y que no hay explotación sin explotadores. Los explotadores tienen mil caras —y muy duras, por lo general—.

El perfil de explotador no corresponde siempre al empresario de la comunicación que se solaza en la cubierta del yate en verano mientras acumula dos o tres meses de retraso en el pago de sus nóminas a una plantilla de aspirantes a mileuristas. No, el explotador se esconde también tras el rostro —pétreo— de la ONG que recluta a destajo personas voluntarias para el desempeño de una labor profesional, desvirtuando el propio concepto de voluntariado. Explotador es también el responsable de recursos humanos que inunda la web con ofertas de empleo en que exige saber de lo divino y lo humano, pero a coste de fastfood. Explotador —y sinvergüenza— es también el responsable de una institución pública que tolera —cuando no fomenta— el trabajo no remunerado en los proyectos o iniciativas que financia.

Las cosas no marchan bien para el periodismo gallego y me figuro que en el conjunto del Estado tampoco van boyantes. La crisis no ha servido para reconvertir el sector, sino para extender la precariedad por doquier. Antes maldecíamos la desgracia de ser mileuristas, ahora añoramos un salario de «mil euros pelados».

Problemas arrastrados de tantos años no se van a solucionar de la noche a la mañana, no. Serán necesarios años de batallas a múltiples bandas, sobre todo en los terrenos laboral y legal, para que podamos llegar a ese día en que la profesión levante cabeza.

Trabajo precario, información precaria

Es difícil levantarse y dar la cara por la profesión cuando la ciudadanía tiene tan mal concepto de ella. Más difícil todavía poder defenderla cuando no sin defendibles ni las condiciones laborales.

Un estudio realizado por Sergio Roses en 2011 —y la situación no habrá mejorado, me temo— señalaba que un tercio de los periodistas españoles cobraba menos de 1.500 netos mensuales en 14 pagas.

En el mismo año, el Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia, la Consellaría de Traballo y la Facultade de Ciencias da Comunicación publicaron un exhaustivo estudio que, entre otras variables, analizaba la estructura salarial de la profesión a partir de una muestra de los profesionales colegiados. Según este trabajo, el 65,07 % cobraban menos de 1.800 brutos en 14 pagas. No obstante, el dato más desalentador es que cuatro de cada diez cobraban menos de 1.200 brutos, o sea, rigurosos mileuristas, cuando la crisis estaba casi comenzando.

El resumen de casi una década de crisis es que en Galicia han cerrado varios medios de comunicación y los restantes han reajustado sus plantillas mediante brutales regulaciones de empleo. Los cuadros de personal se redujeron a la mínima expresión, igual que los salarios, incrementándose solo la carga de trabajo.

La crisis empresarial del periodismo en Galicia arrancó en 2008 con el cierre de las delegaciones de *ADN*. A ello siguió en 2009 el fin de *Metro* en España —y la desaparición de la publicación, aunque residual, en Galicia—, así como la eliminación de ocho de las quince delegaciones de *20 Minutos* —entre ellas las dos gallegas—.

Pero lo más duro vendría en el trienio 2010-2013, con el cierre de numerosas publicaciones —especialmente afectadas las editadas total o parcialmente en gallego— y expedientes de regulación de empleo —con despidos e importantes recortes salariales— en todos los grupos de comunicación relevantes.

En 2010, la compañía pública CRTVG cerró las delegaciones de Ferrol y Burela, mientras que la de Pontevedra se integró en la de Vigo. En verano del mismo año cerraron el diario digital gallego de referencia, *Vieiros.com*, y el semanario *A Nosa Terra*. A comienzos de 2011 cierra la publicación *A Peneira* y, en otro verano aciago, los diarios *Galicia Hoxe* y *Xornal de Galicia*, junto a la versión electrónica de *A Nosa Terra*. En diciembre de 2013 desapareció el cuasidiario —salía cinco días a la semana, como indicaba su nombre— *De Luns a Venres*, durante un tiempo asociado a *ADN*.

Esta auténtica escabechina provocó el uso y abuso de figuras como las becarias y becarios, los contratos en prácticas, becas FEUGA —Fundación Empresa-Universidade Galega—, recurso a freelances y colaboradoras/es de lo más variado. En resumen, una desestructuración de las redacciones, marcadas en muchos casos por la pérdida de referentes y por la eventualidad. Según una encuesta del Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia (2016), solo el 60 % de los profesionales colegiados tienen un contrato indefinido. Casi el 20 % son eventuales y otro tanto trabaja por cuenta propia.

La especialización temática, un valor antaño, se ha difuminado y cada vez más son los periodistas que se ven obligados a cubrir informativamente temas de los cuales no tienen ni idea ni contexto. Este trabajo, ejercido en condiciones precarias y por encima mal pagado, suele tener su correlato en noticias pobres o incluso con errores de bulto que serían impensables muy pocos años antes. Pero sucede, y quien lo paga es la ciudadanía. ■



La transversalidad versus los nuevos medios específicos

Tomeu Ferrer. Periodista



Los últimos conflictos laborales han mostrado con crudeza la necesidad de que exista una prensa que contraste las fuentes, que no sea dependiente de las subvenciones públicas y que no dependa tampoco de la publicidad del Ibex 35.

Hemos visto como los estibadores, los operarios del Metro de Barcelona o los trabajadores de los filtros de seguridad de Eulen eran estigmatizados por grandes diarios y televisiones. Y hemos visto también que era y es imprescindible la existencia de otros medios de comunicación que daban voz a los afectados y permitían que trascendiera un relato alternativo.

La crisis ha hecho emerger otros medios de comunicación. La prensa ha sido después de la construcción el sector con más despidos. Las direcciones de los diarios han aprovechado la ocasión para deshacerse de elementos incómodos o críticos.

La respuesta a las purgas ha sido inesperada para el poder: muchos periodistas han creado nuevos medios para buscar la independencia, profesional y económica y unas estructuras mucho más horizontales que las de la prensa clásica.

A menudo estas nuevas publicaciones tienen solo un formato informático, lo que limita la difusión, porque hay sectores

que no tienen aún acceso a Internet o no poseen suficiente habilidad para usar este medio. La razón de dicha elección es clara: mediante Internet se eliminan dos de los grandes costes de la prensa: el papel y la distribución.

Las nuevas publicaciones suelen no tener ánimo de lucro. Esto significa que su ambición es pagar salarios y gastos fijos y, si hay beneficios, invertirlos en dos direcciones: contratar más periodistas y mejorar el producto. Y cuando desde los nuevos medios se contrata, se hace en condiciones socialmente correctas: tienen claro que nuestra precariedad es tu desinformación.

¿Cómo se financian los nuevos productos periodísticos?, suma, con el apoyo de sus lectores y en segundo lugar con publicidad. Afirmamos que nada es gratuito, y que la información o la pagamos nosotros o la paga la familia Botín. Y los lectores pagan de maneras diferentes las publicaciones con las que se identifican. Una es seguirlas, colaborar, hacerse socios cuando así se plantea, o difundirlas. La segunda es contribuir en forma de suscripción.

Desde el punto de vista periodístico se ha abierto el debate sobre si estos nuevos medios, que son por definición

“La Soli era un diario pequeño, pero gracias a su existencia se denunció y se pudo detener el pistolero en Barcelona, con la denuncia del caso del varón de König o el caso del estraperlo, que tumbó el gobierno del Bienio Negro con Lerroux al frente.”

pequeños y con una visión parcial del mundo, ayudan o no a la creación de fenómenos de nuevo fascismo, como el que representa Trump en Norteamérica. Por el contrario, se esgrime que en aquel país, medios clásicos como el New York Times o el Washington post representan una barrera contra planteamientos populistas. Los partidarios de esta tesis tildan a los grandes medios de transversales.

Yo creo que debemos hacer el análisis concreto de la realidad concreta. Ver si en España, o en Catalunya, la tesis anterior se cumple. Por lo tanto, primero habría que identificar ¿cuáles son los medios transversales aquí? Como quien planteaba la tesis citada era subdirector de un diario convencional pienso que se debe referirse a este tipo de publicación. ¡Examinemos si los diarios transversales aquí se comportan como tales en momentos de tensión! os planteo un reto, mirad 15 días antes de la realización de las últimas huelgas generales qué decían las publicaciones transversales sobre aquellas movilizaciones y verá si lo son o no transversales en el sentido norteamericano.

Se podría pensar si la existencia de medios que tienen una visión determinada sobre la realidad, Diari del Treball, sin ir más lejos, apuesta por el trabajo como un derecho; afirma sin ambages que es partidario del Estado de bienestar, juegan un papel positivo o no. Opino que si éste, o medios similares, no existieran, la clase obrera desaparecería prácticamente de la información o solo saldría para ser culpada de los males que convengan en cada momento, es una constatación.

Cuando una sociedad tiene tensiones sociales o las posiciones diferentes no tienen mecanismos de expresarse se produce una dictadura del pensamiento. Esto facilita actitudes autoritarias y permite ocultar la corrupción del poder. Solo un apunte en este sentido, La Soli era un diario pequeño, pero gracias a su existencia se denunció y se pudo detener el pistolero en Barcelona, con la denuncia del caso del varón de König o el caso del estraperlo, que tumbó el gobierno del Bienio Negro con Lerroux al frente. Y son sólo dos muestras. 



Por unos medios de comunicación que no nos mientan

Siscu Baiges. Periodista



Las “fake news” (falsas noticias) se han abierto camino en los medios de comunicación. Mucho camino. Tanto que algunos teóricos del mundo del periodismo consideran que tienen más peso e incidencia en la formación de la opinión pública que las noticias reales. Ya no se trata tanto de informar correctamente y objetivamente sino de influir en la mentalidad y las ideas de los ciudadanos engañándolos descaradamente.

Cuesta determinar en qué momento de la historia del periodismo reciente aparecen estas falsas noticias como herramienta propagandística. Pero no hay que remontarse demasiado lejos. Quizá por pudor o quizás por honradez los responsables de los medios no las han utilizado de forma masiva hasta hace unos pocos años.

Su aparición coincidió en una etapa en la que los medios de comunicación tradicionales han ido perdiendo fuerza ante los digitales y donde se ha polarizado mucho la oferta. En las campañas electorales o en la pelea política de tiempos relativamente cercanos se intentaba socavar el apoyo a los rivales mediante periodistas que investigaban asuntos que les perjudicaran: negocios sucios, corrupción, enredos sentimentales o, incluso, si habían fumado marihuana de jóvenes. No se trataba de inventar nada sino de descubrir los

defectos o secretos inconfesables de la pieza a abatir y ponerlos al descubierto.

Desde hace algún tiempo, sin embargo, estas investigaciones periodísticas han ido dejando paso a las mentiras puras y duras. Y al revés de los procesos judiciales, los afectados deben demostrar su inocencia en lugar de que sea necesario confirmar la acusación. Donald Trump insistió, con la ayuda de los medios de su confianza, en que Obama no había nacido en Estados Unidos y, aun hoy, todavía hay muchos ciudadanos de ese país que creen que nació en África, por más partidas de nacimiento que haya puesto sobre la mesa.

Juega a favor de los mentirosos que la progresiva polarización ideológica de los grupos mediáticos hace que mucha gente se informe sólo a través de medios de un único color ideológico. Son medios que mienten y que no se sienten obligados a publicar los desmentidos. Sólo si la justicia se pone por medio y les obliga a hacerlo, aceptan publicar o emitir las rectificaciones oportunas.

Ejemplos de estas noticias falsas los encontramos en todas partes y en casi todas las grandes polémicas políticas y sociales de los últimos tiempos. La campaña del Brexit estuvo repleta

de ellas. Incluso el líder de los partidarios de que Gran Bretaña abandonara la Unión Europea, Nigel Farage, lo reconoció después de ganar esta batalla. 'Hemos mentido y lo sabíamos, pero ¿qué pasa?', vino a decir. Ya no había marcha atrás y nadie le ha pedido responsabilidades por sus falsedades.

Xavier Trias está convencido de que no sigue siendo el alcalde de Barcelona porque el diario 'El Mundo' se inventó que tenía una cuenta corriente en Suiza con dinero escondido a la fiscalidad española. La cuenta no ha aparecido y 'El Mundo' no ha rectificado su acusación. Un debate diferente es si Trias perdió las elecciones por ese engaño o por méritos propios.

Trump difundió muchas mentiras contra su contrincante demócrata en la carrera hacia la presidencia de Estados Unidos, Hillary Clinton. El digital Breitbart, dirigido por su amigo Steve Bannon, le ayudó enormemente en este uso desvergonzado de las falsedades para desgastar al adversario.

Y es en el mundo digital donde las noticias falsas se han implantado más. Los debates entre candidatos que se consideraban tan determinantes a la hora de decantar las preferencias de los electores han perdido fuerza ante las informaciones que circulan a gran velocidad por las redes. Los asesores de los políticos ya no se preocupan tanto de su oratoria o de cómo visten sino que se concentran en crear equipos de personas que inunden las redes con mensajes de todo tipo, con un apartado destacado para las mentiras o distorsiones de la realidad.

El proceso independentista catalán ha jugado fuerte esta carta. Mensajes falsos han llenado facebook, twitter, portales digitales o chats de telefonía móvil. Se han imputado cartas favorables a la independencia a personas que nunca las habían escrito. Imputación que ha afectado a periodistas como Julia Otero o Iñaki Gabilondo o a políticos como Julio Anguita. Tuvo una gran aceptación la carta de una supuesta adolescente que no podía votar el 1 de octubre porque era demasiado joven y que circuló por Internet con una fotografía que resultó que correspondía a una actriz modelo de Estados Unidos. Mayor de edad, por cierto.

Dicen que se coge antes a un mentiroso que a un cojo. A estas alturas del siglo XXI, a los mentirosos les da igual que les atrapen si antes ya han logrado decidir quien preside un país o hacia qué lado se decanta un referéndum.

Es trabajo de políticos y periodistas recuperar el imperio de la verdad en los medios de comunicación. Sin olvidar que la lucha por la objetividad y la pluralidad en los medios todavía estamos muy lejos de ganarla. **E**



Minorías étnico/raciales y medios de comunicación



Rita Bosaho Gori. Diputada por Alicante. G.P. Confederal de Unidos Podemos-En Comú Podem-En Marea (GCUP-EC-EM)

¿Alguna vez nos hemos parado a pensar en cómo son representadas las minorías étnico/raciales por los medios de comunicación? ¿Hay comunidad afrodescendiente en España?

Como ya podéis imaginar por la firma del artículo mi nombre es Rita Bosaho Gori, lo que muchos no sabréis es que soy la primera diputada afrodescendiente en el Congreso, y algunas ni siquiera habéis pensado en esto porque no sabíais que había una diputada negra.

Antes de centrarme en el enfoque que quiero dar a estas palabras, quiero dejar plasmado que si dentro de unos años sigue pesando en mí el cartel de primera diputada afrodescendiente en el Congreso, es que algo no estamos haciendo bien.

Los medios de comunicación son creadores de imaginarios sociales, son máquinas ideológicas que inventan y representan fantasías por las que se guían las psiques de las personas. Por lo cual, tienen un gran poder de influencia en la toma de decisiones de las personas, en la forma en la cual nos pensamos e imaginamos a los otros o a las otras.

Es por ello que la forma en la cual los medios de comunicación representan, a las diferentes minorías étnico/raciales que hay

en nuestro país, puede darnos pistas si vamos encaminadas hacia una democracia avanzada, o si vamos en camino de seguir negando la diversidad que ya tenemos en las calles de nuestros barrios.

Lastimosamente, muchos medios de comunicación fomentan la cristalización de los prejuicios sociales existentes hacia las diferentes comunidades étnico/raciales, creando una representación caduca que excluye a una parte de la sociedad, y, sobre todo, que no educa la mirada de los nuestros hacia el respeto y la riqueza que supone la diversidad.

La comunidad africana y afrodescendiente a la que pertenezco sólo aparece en los medios de comunicación ligada a la migración. Y siempre hablándose de ella desde los términos de asalto, invasión, avalancha, etc., con una imagen deshumanizada de las personas, quitándoles toda capacidad de acción, toda historia vital, cercenándose al individuo para convertirle en cosa migrante.

No digo que no exista la migración, sólo discuto la forma en la que se informa de la situación de violencia sistemática que sufre una parte de la comunidad en la frontera sur, tenemos que cambiar esos marcos, las narrativas se acaban convirtiendo en cómplices absolutos de lo que sucede en la frontera sur.

En el informe del 2016 del Comité para la Eliminación de la Discriminación Racial de la ONU (CERD) se señalaba que la comunidad africana y afrodescendiente sufre racismo institucional. Es decir, más allá del prejuicio existente hay unas estructuras de poder que alimentan la discriminación hacia la comunidad africana y afrodescendiente. Y una de esas instituciones son los medios de comunicación que siguen invisibilizando la heterogeneidad de la comunidad de la que hablamos ¿Cuándo hablaremos de las personas afrodescendientes que han nacido y se han criado en este país? ¿Cuándo dejaremos de ser “la primera” para los medios? ¿Cuándo saldremos de los estereotipos que nos encierran en simplificaciones?

Para finalizar este escueto artículo, quiero señalar dos puntos del informe del CERD para que empecemos a reflexionar sobre la representación que realizan los medios de comunicación de las minorías étnico/raciales.

Necesitamos unos medios de comunicación a la altura de la sociedad que queremos muchas y muchos.

Señala el Comité para la Eliminación de la Discriminación Racial los siguientes puntos:

25. El Comité observa la existencia de estereotipos negativos respecto de varias minorías en los medios de comunicación y las redes sociales. También toma nota de informes que dan cuenta de la tendencia de los medios a informar sobre hechos delictivos, haciendo referencia al origen étnico o racial de los presuntos autores.

26. El Comité recomienda al Estado parte que tome las medidas necesarias para superar los estereotipos en los medios de comunicación y en las redes sociales, incluyendo la creación o adecuación de un órgano independiente e imparcial con los recursos necesarios, para que vigile la efectiva implementación de las mismas. El Comité insta una vez más al Estado parte a que, de conformidad con los artículos 4 y 7 de la Convención y a la luz del Plan Nacional del Reino de España para la Alianza de las Civilizaciones, promueva el uso responsable de los medios de comunicación para combatir incitaciones al odio y a la discriminación racial y a que promueva una sensibilización general a la diversidad en todas las áreas de los medios de comunicación y las redes sociales. 



TV3 es el NO-DO y el NO-DO es TVE

Xavier Sitjà. Periodista de Televisión Española



En plena crisis sobre el proceso de independencia de Cataluña, un dirigente de Ciudadanos afirmó: “TV3 es el NO-DO” y alguien retituteó: “Y el NO-DO es TVE”.

TV3 lleva años retransmitiendo en directo las masivas manifestaciones catalanistas. Son parte de su ADN y la audiencia le corresponde. TVE las minimiza o las esconde y las audiencias le abandonan.

TVE se volcó en la cobertura de la masiva demostración españolista del 8 de octubre en Barcelona. La retransmitió en directo por La 1 y el canal 24h. Sin embargo, nunca antes lo había hecho con las grandes protestas independentistas en Cataluña: Diada del 11 de septiembre, referéndum del 1 de octubre o paro general del 3 de octubre.

Así, en momentos de máxima tensión informativa, como la del pasado octubre, las audiencias televisivas son irrefutables. En toda España TVE es doblada por La Sexta y en Cataluña sextuplicada por TV3.

“Hay que controlar de manera democrática los medios de comunicación públicos [de Cataluña], que son una vergüenza”, arengó Josep Borrell el 8 de octubre en la manifestación a favor de la unidad de España en Barcelona. Y los manifestantes

corearon al unísono: “¡TV3, manipuladora!”. En aquel momento de máxima exaltación españolista en vivo y en directo se olvidaron de que ellos mismos eran los protagonistas de la otra gran manipulación. Así es como se entiende la televisión pública en España.

Televisión española nació en 1956 como innovador aparato de propaganda del régimen de Franco. Hasta entonces, la dictadura sustentaba su comunicación audiovisual en el llamado NO-DO, acrónimo de Noticiarios y Documentales que se proyectó semanal y obligatoriamente en los cines antes de exhibir ninguna película hasta 1976. Durante los sesenta y un años de existencia de TVE, este enorme aparato informativo ha pasado por distintas etapas, pero en la inmensa mayoría de su historia ha sido controlada burdamente por el gobierno de turno.

En 1983 arrancaron las primeras televisiones autonómicas: la EITB vasca y TV3 catalana fueron las primeras. Les siguieron la TVG gallega, Canal Sur en Andalucía, Tele Madrid y Canal 9 en Valencia. En general, las cadenas de televisión autonómicas han seguido un patrón parecido al de TVE. En España, se asume como normal que los gobiernos utilicen la radiotelevisión pública como parte de su aparato de propaganda, a veces incluso de agitación y propaganda (*agitprop*).

“Durante los gobiernos de Rodríguez Zapatero y de Maragall en Catalunya se modificaron las leyes para elegir por consenso a los máximos responsables de TVE y TV3. Cuando PP y CiU recuperaron el poder, las laminaron para designar directamente a sus prosélitos.”

Con su política partidista consiguen marginar a segmentos sociales que se alejan de las televisiones públicas por considerarlas parciales. Todo lo contrario de lo que corresponde a un medio público que, por ser propiedad de toda la ciudadanía, debería esforzarse por incluir a todos/as en sus informativos y programas.

En el caso concreto de las dos cadenas públicas más representativas de España, ambas han construido su relato de la actualidad en coincidencia con las políticas de sus gobiernos. Ahora, TVE solo da voz a los partidarios de la unidad de España y raramente, aparecen portavoces independentistas. De modo parecido, TV3 restringe la aparición de españolistas que, según las encuestas, representan a la mitad de la población catalana.

Durante los gobiernos de Rodríguez Zapatero en toda España, y de Maragall en Catalunya, se modificaron las leyes para elegir por consenso a los máximos responsables de TVE y TV3. Cuando PP y CiU recuperaron el poder, las laminaron para designar directamente a sus prosélitos.

En la ley del Audiovisual de Rodríguez Zapatero también se reconocía la existencia de los llamados Consejos de Informativos en RTVE, formados mayoritariamente por periodistas elegidos cada dos años por las respectivas redacciones. Su misión es velar por la independencia, calidad y pluralismo de las emisiones informativas de RTVE. En TV3 también existe un comité profesional de las mismas características, pero sus resoluciones son poco conocidas fuera de Televisió de Catalunya.

El Consejo de Informativos de TVE denuncia la manipulación sistemática y documenta la censura, ocultación o deformación de la realidad en los Telediarios, Informe semanal o en el canal 24 horas. Y a pesar de la contundencia de sus dictámenes públicos, los responsables de TVE designados por el Partido Popular los ignoran. En los últimos años los CdI han interpelado a los partidos políticos para que modifiquen la ley que permita la elección democrática del presidente de la corporación RTVE.

2018 debe ser el año del cambio en la principal empresa pública de comunicación de España, la última esperanza de los profesionales y de los espectadores expulsados de TVE. Si se consigue levantar el asedio a Televisión española, todos saldremos ganando. 



 **perspectiva**



servicios a la ciudadanía