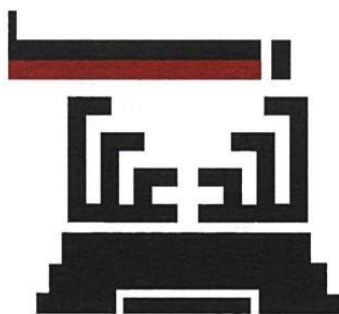


FORO DE ORGANIZACIONES DE PERIODISTAS



FORO DE ORGANIZACIONES DE PERIODISTAS

IV CONVENCION DE PERIODISTAS DE ESPAÑA

Gijón, 4, 5 y 6 de noviembre de 2005

LIBRO DE PONENCIAS

La información, al servicio de la ciudadanía
La informació, al serviciu de la ciutadania
La informació, al servei de la ciutadania
A informació, ó servizo da cidadanía
Argi bidea, hiritarren esku

Agrupación de Periodistas de CCOO



Agrupación General de
Periodistas de UGT



Col·legi de Periodistes de Catalunya-
Colexio de Xornalistas de Galicia



Federación de Sindicatos de
Periodistas



Federación de Sindicatos de Periodistas

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32

ÍNDICE

PONENCIA 1. Profesional	5
<i>¿Queremos de verdad un estatuto? De un proceso de unidad a un resultado de división</i>	5
<i>La profesión periodística en los escenarios parlamentarios autónomos</i>	9
PONENCIA 2. Laboral	13
<i>La necesidad de una ley de regulación laboral de los periodistas en España</i>	13
PONENCIA 3. Periodismo y sociedad	19
<i>Medios de comunicación, democracia y ciudadanía</i>	19
<i>Periodismo basura. La situación en Europa y en España</i>	31
PONENCIA 4. Medios públicos	35
<i>La radiotelevisión pública, una necesidad democrática</i>	35
Proceso de presentación de aportaciones	49

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16

PONENCIA 1. Profesional

18

¿Queremos de verdad un estatuto?

19

De un proceso de unidad a un resultado de división

20

21

22 Un cuarto de siglo después de la entrada en vigor de la Constitución Española, el intento
23 de desarrollar y profundizar en los derechos y deberes de los informadores está siendo objeto de
24 un debate en el que sobran descalificaciones y faltan razonamientos.

25

26 La II Convención de Periodistas de España (Valladolid. 2000) aprueba la redacción de
27 un estatuto profesional. Durante dos años, una comisión formada por representantes de todas las
28 organizaciones que componen el Foro (Federación de Sindicatos de Periodistas, agrupaciones
29 de periodistas de CC.OO y UGT, Colegio de Periodistas de Cataluña y Federación de
30 Asociaciones de la Prensa de España) trabajan para cumplir ese mandato. El resultado son dos
31 propuestas, una de ley ordinaria de los derechos laborales del periodista profesional y otra de ley
32 orgánica del estatuto del periodista profesional. Ambas propuestas se aprueban por la III
33 Convención de Periodistas (Tarragona, 2002). Las organizaciones del Foro hacen cada cuál a su
34 modo campaña a favor de estas propuestas y el Foro como tal contacta con los grupos
35 parlamentarios. En la anterior legislatura fracasan las proposiciones no de ley instando al
36 gobierno a presentar a las Cortes un estatuto profesional. En la presente legislatura se admite a
37 trámite la proposición de ley del grupo Izquierda Verde-Izquierda Unida-Iniciativa per
38 Catalunya Verds, que recoge el texto del Foro. En el momento en que se escribe esta ponencia
39 es incierto el destino último de esta iniciativa. Izquierda Unida, por razones de aritmética
40 parlamentaria, presentó la proposición como de ley ordinaria. Pero es claro que, en cuanto que
41 desarrolla derechos fundamentales, su rango ha de ser orgánico. De modo que, o hay consenso
42 parlamentario, o el estatuto resultará vulnerable.

42

43 Hasta que el proyecto no llega a sede parlamentaria los grandes medios ignoran el
44 debate. Pero con la toma en consideración de la proposición de ley se lanza toda una ofensiva
45 contra él mismo. Los sectores empresariales y medios como El Mundo le descalifican. Otro
46 tanto hacen páginas y bitácoras de Internet (es curioso como los *blogs* son patrimonio preferente
47 del neoliberalismo más recalcitrante), en muchos casos movilizados ante la exigencia de un
48 periodista profesional al frente de páginas informativas, prevista por el proyecto. Pero las peores
49 descalificaciones llegan de Fernando González-Urbaneja, ahora al frente de la Asociación de la
50 Prensa de Madrid y de la FAPE. González-Urbaneja, arrogándose la representación de toda la
51 profesión, tilda al proyecto de disparate e intento de control político y sindical de la
52 información. Finalmente, la asamblea anual de la FAPE (13 de marzo 2005) decide presentar un
estatuto alternativo y abandona el Foro de Organizaciones de Periodistas¹.

¹ El texto alternativo asume gran parte de las propuestas del Foro, sobre todo en el capítulo de derechos, pero plantea la automática consideración como periodistas profesionales de los licenciados en las

1 Se ha querido presentar la propuesta del Foro como una especie de golpe de mano a la
2 profesión. El recorrido de la iniciativa ha sido público y en él han participado todas las
3 organizaciones del Foro. No sólo un representante del Foro estuvo en la comisión redactora,
4 sino que muchas asociaciones dieron publicidad, por ejemplo a través de sus webs, al proyecto.
5 Y por si faltara poco, la III Convención, en la que participaron periodistas de toda España y de
6 todas las organizaciones, dió su aprobación al proyecto.

7 Por primera vez una iniciativa de este tipo era fruto del esfuerzo de todas las
8 organizaciones que encuadran a la profesión. Es más, este trabajo reforzó al Foro y puso de
9 manifiesto la necesidad de ir un paso más allá de la mera coordinación y encontrar instancias
10 permanentes (por ejemplo, comisiones deontológicas, observatorio de la información), que
11 manteniendo la independencia de cada una de las organizaciones diera un servicio a toda la
12 profesión y visibilidad unitaria ante la sociedad.

13 La historia de la profesión periodística durante la democracia es una historia de
14 desunión. Los periodistas españoles no han sido capaces de establecer organizaciones
15 profesionales unitarias o sindicales poderosas que, como en el resto de los países europeos,
16 hayan logrado un estatuto profesional, por la vía legislativa o por la vía de hecho. Si esa unidad
17 hubiera existido y hubiera estado formulada en una lucha común por los derechos de los
18 periodistas y concretada en unas instituciones poderosas el estatuto podría ser otro.
19 Lamentablemente, cuando más necesaria era esa unidad y se vislumbraban mecanismos para
20 alcanzarla, la FAPE rompe el único punto de encuentro de toda la profesión.

21 Siguen a continuación aclaraciones y refutaciones en defensa del texto de estatuto salido
22 del Foro.

23 24 25 **De los periodistas, acreditaciones y habilitaciones**

26
27 La propia definición del periodista como sujeto de derechos y deberes profesionales ha
28 sido –como siempre en los últimos 30 años- el elemento más cuestionado.

29 Los sectores ultraliberales no admiten que pueda existir una distinción entre los
30 derechos de cualquier ciudadano a opinar e informar y los derechos de los profesionales de la
31 información. Los derechos propuestos en nada menoscaban los derechos de todos y ofrecen un
32 marco de independencia y responsabilidad. El concepto función social es para estos sectores
33 anatema. Nosotros decimos que, en el marco económico y laboral creado por el neoliberalismo,
34 la única forma de dar una oportunidad de independencia a los periodistas para que puedan
35 cumplir con su deber de informar al servicio del derecho del público a ser informado, es superar
36 los derechos laborales con unos derechos y deberes profesionales específicos. Ese status
37 especial no será más que un punto de partida. Cada informador sabe que la independencia hay
38 que ganarla día a día con coraje y esfuerzo.

39 Desde los sectores corporativistas se critica que no se regule el acceso a la profesión. Si
40 así lo hubiéramos propuesto hubiéramos caído en un sistema de habilitación, condenado por la
41 interpretación que el Tribunal Constitucional ha hecho del art. 20. Parece innecesario recordar
42 que la profesión de periodista no está sujeta ni a habilitación ni a colegiación obligatoria. La
43 titulación universitaria en Periodismo es, desde luego, el cauce normal de preparación
44 profesional y resulta muy positivo que determinados convenios colectivos exijan ese título para
45 desempeñar categorías laborales específicas, pero eso no quiere decir que cualquier titulado
46 quede de inmediato convertido en periodista, porque para ello se requiere un ejercicio
47 profesional que no todos llegan a desempeñar. Ni todos los titulados en Periodismo son
48 periodistas, ni el título puede considerarse una habilitación profesional. Y en cuanto que no
49 existe una colegiación obligatoria, sino un derecho de asociarse a las distintas organizaciones
50 profesionales, ninguna organización ni menos persona puede arrogarse la representación de toda
51 la profesión.

52 En vez de proponer quién puede ser periodista, el Foro apostó por desarrollar los
53 derechos y exigir los deberes a aquellos que, de forma continuada, han convertido el ejercicio de
54 los derechos a la libertad de expresión e información en una profesión. Se critica que de, este

1 modo, se deja en manos de las empresas, la definición de periodista. Pero, ¿es que acaso no es
2 esa la situación actual? ¿Está en condiciones la profesión periodista de imponer a las empresas
3 una definición de periodista? Un estatuto que regulara el acceso debiera de incluir sanciones
4 muy rigurosas para aquellas empresas que contrataran a informadores a personas no habilitadas
5 como periodistas. ¿Tiene la profesión y fuerza para imponer esta solución, sospechosa, incluso
6 de inconstitucionalidad. Además, hecha la ley, hecha la trampa. Las empresas contratarían a
7 informadores no habilitados bajo las más diversas categorías y figuras contractuales.

8 El intrusismo es un problema, pero mayor es la degradación profesional a la que se ven
9 sometidos los miles de licenciados que cada año producen las universidades públicas y privadas.
10 De lo que se trata es de garantizar a todos una dignidad profesional.

11 El carné propuesto es un sistema de acreditación, un modo de poner de manifiesto ante
12 todos que su titular es un periodista profesional, sujeto de derechos y deberes. Pero en caso de
13 conflicto esta condición podría demostrarse por cualquier otro medio. Y si la expedición de este
14 documento se confía a una autoridad independiente es porque no existe una organización
15 unitaria que pudiera asumir esta función. No es admisible que una sola organización se arroge
16 la expedición de este documento acreditativo. Que la competente sea una autoridad
17 independiente otorga al documento un marchamo público, que no tendrían los documentos que
18 las distintas organizaciones sin duda seguirán expidiendo. Claro que esa autoridad
19 independiente podría, en la práctica, tomar en consideración la afiliación a las distintas
20 organizaciones profesionales y sindicales.

21 Se ha dicho que los problemas de los periodistas son esencialmente laborales. Bien,
22 pues el Foro también propuso una ley de derechos laborales, caída en el más absoluto olvido. En
23 esencia, nuestra propuesta consistía en incorporar a los periodistas a la pieza al Régimen
24 General de la Seguridad Social y a establecer cautelas para que las distintas formas irregulares
25 de becarios no ocupen puestos estructurales en las redacciones. No debe olvidarse que dignidad
26 profesional y dignidad laboral van unidas. Dotando de un conjunto de derechos profesionales a
27 todo aquél que, en la práctica, ejerce el periodismo estamos dignificando la profesión, estamos
28 mejorando su imagen, estamos apreciando y dando valor a los trabajadores que ejercen la
29 profesión y, por tanto, indirectamente, podemos estar colaborando a mejorar sus condiciones
30 laborales.

31 32 33 **Control y autocontrol**

34
35 Se ha criticado que un órgano no profesional, el Consejo Estatal de información, una
36 autoridad pública independiente, lleve a cabo un control de los deberes deontológicos incluidos
37 en el Estatuto.

38 Duele que la iniciativa del Foro, asumida por Izquierda Unida, quede incluida entre los
39 atentados a la libertad de expresión, como en este recuento de Reporteros Sin Fronteras de las
40 distintas formas de censura en el ámbito mediterráneo:

41
42 *“... la amenaza que se cierne sobre la libertad de prensa ante la admisión a*
43 *trámite en el Congreso de un proyecto de ley que podríamos llamar de*
44 *autorregulación de la prensa, con ribetes de ley mordaza por cuanto comporta*
45 *sanciones y expedición y retirada de carnés a los periodistas.”²*
46

47 Ante esta y otras críticas, cabe preguntarse ¿estamos dispuestos a asumir una
48 responsabilidad profesional que vaya más allá del Código Penal? La ley penal es el único límite
49 legítimo en un estado de derecho, pero los periodistas, como otros profesionales, requieren para
50 un mejor servicio a la sociedad de una referencia ética más estricta y, sobre todo, menos formal
51 y adaptada a una difícil casuística. No olvidemos que si el Estatuto desarrolla unos derechos
52 profesionales, el objetivo último es servir mejor al derecho del público a la información.

53 El Estatuto propuesto por el Foro toma como referencia ética el Código Deontológico
54 de la propia FAPE (con algunas mejoras) por lo que todavía se entienden peor las críticas que

² Masana, M^a Dolores, “Libertad de prensa en el Mediterráneo o la censura bajo diversas formas”, Cuadernos de Periodista, nº 3, abril 2005, p. 112.

1 provienen de ese entorno. Esa referencia ética no puede ser una simple declaración de
2 intenciones sin mayores consecuencias. Asumir una norma deontológica quiere decir establecer
3 mecanismos sancionadores para asegurar su cumplimiento. En profesiones como la abogacía y
4 la medicina la sanción deontológica puede llegar hasta la retirada de la habilitación (estos
5 profesionales si que está sometidos a un sistema de habilitación), lo que significa la muerte
6 profesional. En nuestra propuesta las sanciones era apercibimiento privado y público y sólo la
7 violación grave reiterada daría lugar a la reiterada temporal del carné que, insisto, no pasa de ser
8 un documento probatorio para el facilitar el ejercicio de los derechos. Lo que ha escocido a las
9 empresas es la posibilidad de una sanción pecuniaria de un 1% de sus beneficios netos, cuando
10 se demostrara que esa violación grave y reiterada de los deberes éticos venía siendo exigida o
11 alentada por la empresa.

12 Lo ideal es que el control del cumplimiento de normas deontológicas se lleve a cabo por
13 los propios profesionales. Pero eso presupone la existencia de organizaciones unitarias y de
14 adscripción obligatoria, lo que no es el caso. Basta recordar las críticas con la que empresas y
15 algunos medios acogieron la creación de un Comité Deontológico de la FAPE para comprender
16 las dificultades que el autocontrol encuentra en España. Por eso, la propuesta del Foro confía
17 ese control no a un aparato gubernamental, como se ha querido hacer ver, si no a una autoridad
18 pública independiente en la que estén presente no sólo la profesión, sino también la sociedad,
19 sistema que, hay también que recordar, es el adoptado por la FAPE para su Comité
20 Deontológico, donde, de hecho, los periodistas en ejercicio son minorías.

21 En resumen, el Foro proponía una autorregulación profesional, confiando el control a
22 una autoridad pública independiente. Una autorregulación extendida no sólo a los profesionales,
23 sino también a las empresas.

24 25 26 **Consejo Estatal de Información**

27
28 La propuesta de un Consejo Estatal de Información se ha criticado como si fuera el
29 Gran Hermano de Orwell. En toda Europa encontramos instancias en la que profesionales y
30 empresas asumen una responsabilidad ante la sociedad. Por ejemplo, en el Reino Unido existe
31 una autoridad independiente que vigila el respeto de los Standard en televisión y otra para la
32 prensa, la Comisión de Quejas, en la que están presentes los editores de diarios.

33 La propuesta del Foro pasa por una autoridad independiente en la que estuvieran
34 representados los periodistas, las asociaciones empresariales y la sociedad a través de los
35 sindicatos y las asociaciones de usuarios de la comunicación y los consumidores. La
36 composición de este Consejo y su incardinación dentro del derecho estatal y autonómico puede
37 ser discutible, pero no debiera serlo la necesidad de promover el derecho del público a la
38 información, la responsabilidad ética de periodistas y editores, exigida por un órgano
39 independiente y la acreditación profesional también a cargo de un organismo independiente. Los
40 legisladores, sea cuál sea el texto último que adopten, no debieran de dar de lado estos
41 principios generales.

42 La existencia de una autoridad independiente de este tipo no supone una ingerencia
43 pública indebida, ni la muerte –como se ha dicho– del sistema de organización profesional
44 basado en las asociaciones de la prensa. Las asociaciones, su federación y el resto de las
45 organizaciones y sindicatos tendrían la ingente tarea de hacer realidad los derechos y deberes
46 desarrollados por el Estatuto. En este marco, el Foro es más necesario que nunca, como órgano
47 de coordinación, interlocutor común de la profesión ante los poderes públicos y como
48 dinamizador de una información de calidad, más libre y más al servicio del público.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16

PONENCIA 1. Profesional

18

La profesión periodística en los escenarios parlamentarios autónomos

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

Una iniciativa a tener en cuenta

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

El Col·legi de Periodistes de Catalunya, miembro de este Foro, ha propugnado que, además de la aprobación en el Congreso de los Diputados del primer Estatuto del Periodista, el Parlament catalán lleve a cabo un desarrollo legislativo que complete la ley de rango estatal cuando esta se apruebe, y que el nuevo Estatut otorgue a la Generalitat las competencias necesarias en esta materia.

La Constitución española reconoce y protege la libertad de expresión (Art. 20.1 a) y la distingue de la libertad de información (Art. 20. 2.d), aunque no se trata de una diferenciación simple. En palabras del Tribunal Constitucional, "nos encontramos no solamente ante los derechos fundamentales de cada ciudadano, sino también delante de las libertades que significan el reconocimiento y la garantía de una institución política fundamental que es la opinión pública libre, indisolublemente ligada al pluralismo político considerado como un fundamento y un requisito del funcionamiento del estado democrático y al hecho de que sin una comunicación pública libre quedarían vacíos de contenido real otros derechos que la constitución consagra".

1 Evidentemente, todos los ciudadanos son libres de expresar sus opiniones, pero la
2 función de difundir información a través de un medio de comunicación requiere una pericia y
3 una responsabilidad que solamente debería poder practicar el profesional de la información
4 debidamente acreditado. Ese profesional, como sujeto individual, es quien puede respetar la
5 deontología profesional libre de interferencias y obstáculos, con el requisito imprescindible de
6 la veracidad de las informaciones, deber imprescindible del ejercicio profesional. Pero, para
7 hacer respetar esta deontología, así como los límites establecidos en la Constitución española
8 (Art. 20.1 d), que hacen referencia al título primero de la Carta Magna, es necesario establecer
9 reglas, límites y principios deontológicos.

10 11 **Mecanismos de protección**

12
13
14 La regulación de la profesión periodística, y en concreto, la aprobación y el desarrollo
15 posterior a nivel estatal y autonómico del estatuto de la profesión periodística, lejos de atentar
16 contra el derecho fundamental de la libertad de información y de expresión, constituye un
17 mecanismo efectivo y eficaz para proteger esos derechos fundamentales de todos los
18 ciudadanos. La regulación implica establecer los mecanismos y procedimientos para obtener y
19 difundir la información, salvaguardando la independencia profesional del periodista y no un
20 control de la información. En todo caso, son los medios de comunicación y determinados
21 medios de presión y poder económicos los interesados en controlar la información.

22 Probablemente, el periodista no será más o menos independiente porque lo diga la ley,
23 pero una protección legal le ampararía efectivamente cuando el medio en el que trabaja o la
24 organización a la que sirve (gabinetes de prensa) quiera limitar el ejercicio del derecho público a
25 la información, desvirtuando las obligaciones del periodista.

26 Los ciudadanos quieren confiar, querrían poder confiar, en la función que realizan los
27 periodistas, porque tienen la percepción de que son estos quienes les sirven una información
28 profesional basada en los criterios de independencia que exige el servicio público de informar.
29 De la misma manera que reclaman las máximas prestaciones en la sanidad pública, la mejora
30 real de la calidad de la enseñanza y más sensibilidad por parte de todos respecto a diferentes
31 grupos de desprotegidos, los ciudadanos exigen una mejor información. Esto quedó muy patente
32 a raíz de los trágicos acontecimientos del 11-M. Y precisamente, regular la profesión
33 periodística es la mejor garantía y una de las mejoras más "vendibles" por parte de los políticos
34 al conjunto de la sociedad.

35 Legislar sobre el ejercicio del periodismo significa ampliar la protección pública desde
36 el ordenamiento jurídico, civil y social. Los periodistas quieren ampliar los requerimientos de
37 independencia profesional para dar una mayor cobertura a lo que llamamos información veraz y
38 plural, de manera que esta protección abarque a todos los medios, públicos y privados.

39 En la comunidad catalana se conocen los resultados de la autorregulación, propugnada
40 por organizaciones ajenas al Foro como la solución ideal. El Consejo de la Información catalán
41 se creó en 1996, este organismo sólo cuenta con la fuerza moral de sus componentes, ya que sus
42 resoluciones no tienen carácter obligatorio. Sólo la ley obliga. Y si la información es un derecho
43 de la ciudadanía y un bien a proteger, exige el despliegue de la fuerza legal para su protección
44 eficaz.

45 46 **La Ley Fraga**

47
48
49 La única regulación existente en España es, todavía, el decreto 744/1967 del 13 de abril
50 que aprobó el texto remodelado del Estatuto de la Profesión Periodística que emanaba de la Ley
51 de Prensa de 1966, conocida como la Ley Fraga. Este Estatut, con las modificaciones
52 introducidas por el Real Decreto 3148/1976, del 3 de diciembre, en los artículos 10, 49, 50 y 51
53 (que tratan del jurado de ética profesional) puede considerarse aún vigente. Estamos pues ante
54 una regulación preconstitucional y contraria, en muchos aspectos, a los principios contenidos en
55 la Constitución de 1978. En ese decreto 744/1967 se establece que sólo serán considerados
56 periodistas aquellas personas que en posesión de un título de periodistas, estén inscritos en el
57 Registro oficial de Periodistas. La exigencia de este registro obligatorio fue revocada y

IV Convención de Periodistas de España

1 sustituida por un registro Privado en el ámbito de la Federación de Asociaciones de Prensa
2 Española (Fape). Este registro también desapareció, a petición de la propia Fape, mediante una
3 disposición de la Secretaría de Estado para la Información, disposición de rango inferior al
4 decreto 744/1967, vulnerando el principio de jerarquía normativa.

5 El artículo 149.1.27 de la Constitución española atribuye al Estado la "competencia
6 exclusiva" en materia de "normas básicas de régimen de prensa, radio y televisión y, en general,
7 de todos los medios de comunicación". Y el desarrollo legislativo de estas materias corresponde
8 a la Generalitat, según dispone el artículo 16 del Estatut de Autonomía. Por tanto, nos
9 encontramos ante una situación de competencias compartidas donde las normas básicas
10 corresponden al Estado y su desarrollo y ejecución a las comunidades autónomas.

Sugerencias para el nuevo Estatut

11
12
13
14
15 No obstante, la actual redacción estatutaria en vías de reforma, es insuficiente para
16 completar la capacidad legislativa de la Generalitat en la materia. Por ese motivo, se ha
17 propuesto desde el colegio catalán un nuevo punto en el articulado del nuevo Estatut, con el que
18 se pretende salvaguardar las competencias de la Generalitat en estas materias y favorecer el
19 futuro desarrollo legislativo por el Parlament de Catalunya.

20 De momento, el Estatut de Catalunya debería reconocer como bien público de interés
21 general la contribución que la opinión pública hace al sistema democrático, entendiendo que esa
22 opinión pública se genera a partir de las informaciones difundidas por el conjunto de los medios
23 de comunicación y de las fuentes informativas, y que la preservación del derecho a la
24 información veraz exige preservar al mismo tiempo la independencia de los periodistas
25 profesionales, como servidores públicos de la información que la sociedad tiene derecho a
26 recibir.

27 La necesidad de que el Estatuto del Periodista sea aprobado con el máximo consenso
28 posible dará lugar, muy probablemente, a un texto de mínimos inferior a nuestra propuesta. Sin
29 embargo, la reforma del Estatut catalán es de máximos y no de mínimos; algo que también
30 puede suceder en otras reformas autonómicas. Por tanto, desde el Foro de Organizaciones de
31 Periodistas consideramos la necesidad de abrir puertas en todas las direcciones posibles, entre
32 ellas las sendas autonómicas, para avanzar con la máxima eficacia y pragmatismo posible hacia
33 nuestros objetivos.
34

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17

18 **PONENCIA 2. Laboral**

19

20 ***La necesidad de una ley de regulación laboral*** 21 ***de los periodistas en España***

22

23

24 El estatuto que se apruebe tendrá escaso efecto si la exigencia de su
25 implantación en las empresas y la eficacia de su práctica estuviera en manos de
26 trabajadores en la actual situación de precariedad laboral.

27

28 En los fundamentos de la propuesta de Ley de derechos laborales de los
29 periodistas elaborada por el Foro de Organizaciones de Periodistas y aprobada por la
30 Convención de Periodistas de Tarragona se explica que:

31

32

33 *Las condiciones laborales de los periodistas profesionales se ha*
34 *deteriorado seriamente en los últimos años. Las tendencias desreguladoras en el*
35 *ámbito laboral, la aparición de nuevas técnicas de trabajo y la proliferación de*
36 *los Licenciados en Periodismo salidos de las cada vez más numerosas*
37 *Facultades de Ciencias de la Información, han sido factores que han incidido en*
38 *mayor inestabilidad, más bajos salarios, abuso de las distintas figuras de*
39 *contratos en prácticas y de aprendizaje, largos horarios y degradación general*
40 *de los derechos de los trabajadores.*

41

42 *El fenómeno tiene incidencia más allá de los profesionales afectados. En*
43 *efecto, la independencia de los informadores es condición para que estos*
44 *ejerzan la función pública al servicio del derecho de los ciudadanos a ser*
45 *informados. La independencia supone una garantía de calidad informativa y un*
46 *contrapeso al poder de los grandes grupos informativos, cuya titularidad se*
47 *encuentra cada vez más concentrados. Malamente puede pensarse en un*
48 *ejercicio con independencia del periodismo cuando se carece de unos mínimos*
49 *derechos y estabilidad laboral.*

50

51 Estos razonamientos han sido casi miméticamente admitidos en todas las
52 propuestas parlamentarias presentadas al Congreso de los Diputados en la legislatura
anterior y en la presente. Concretamente, en el proyecto de ley presentado por IU-Verds
el Madrid, 19 de noviembre de 2003, que recoge todas las reivindicaciones expresadas
por el Foro en su II y III convención de periodistas, el diputado Joan Saura Laporta
exponía:

1
2 *La III Convención de Periodistas del Estado español que se celebró en*
3 *el mes de mayo del pasado año puso sobre la mesa las carencias legislativas*
4 *existentes en el entorno de los profesionales de los medios de comunicación,*
5 *que se traducen en unas precarias condiciones laborales que se deterioran*
6 *año tras año.*

7 *El derecho a la información es un derecho constitucional básico para la*
8 *formación de la opinión ciudadana y la preservación de la democracia, y la*
9 *situación actual de los profesionales de la información ponen en entredicho el*
10 *cumplimiento correcto de la tarea y la responsabilidad de informar dada la*
11 *dificultad para el desarrollo de una profesión cuyo cumplimiento supone*
12 *dedicación y que, sin embargo, está mal pagada y deteriorada por el*
13 *intrusismo.*

14 *Los profesionales de la información se encuentran, además, con una*
15 *situación laboral indefinida dado el abuso que existe de los colaboradores por*
16 *piezas y de los becarios, lo que hace necesario que se regule la relación*
17 *laboral de estos trabajadores para evitar que se encuentren desprotegidos*
18 *como están actualmente, y cuáles son exactamente sus atribuciones.*

19
20 Esto no es casual.

21 En los últimos tres años por lo menos cinco organizaciones de periodistas han
22 realizado en sus ámbitos de actuación distintos estudios para conocer la situación de la
23 profesión. Los resultados de esas prospecciones son públicos y han sido suficientemente
24 difundidos pero merecen ser mencionados los realizados por la Asociación de la Prensa
25 de Aragón (sobre 172 profesionales en junio de 2001); por la Asociación de la Prensa de
26 Cádiz (con 313 respuestas sobre un censo de 520 periodistas en diciembre de 2003) y en
27 el último año por el Col·legi de Periodistes de Catalunya, por la Agupación de
28 Periodistas Digitales junto con el Sindicat de Periodistes de Catalunya; por el Colexio
29 de Xornalistas de Galicia junto con la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la
30 Universidad de Santiago y por último, el presentado por la Asociación de la Prensa de
31 Madrid el pasado noviembre.

32 Los signos de precariedad señalados en aquellos fundamentos se hallan
33 plenamente confirmados por esos estudios y, de hecho, ninguna empresa ni ninguna
34 organización patronal ha manifestado la menor intención de rebatir estos argumentos
35 que tienen el peso sólido de la realidad que los trabajadores de la información
36 comprobamos a diario en nuestras redacciones.

37 38 39 **Estudiantes en prácticas**

40
41 En el reciente Congreso Anual de Periodismo Digital celebrado en Huesca en
42 enero se informaba que 33.000 personas están estudiando periodismo en las facultades
43 españolas y cada año, intentan acceder a este mercado laboral 5.000 nuevos licenciados.
44 Esta desproporción entre la oferta y la demanda de empleo esta siendo aprovechada por
45 las empresas para traicionar los fundamentos que inspiran la normativa sobre las
46 prácticas de estudiantes en la empresas. Estas carecen de todo rigor formativo en la
47 inmensa mayoría de los casos y estos estudiantes son simplemente mano de obra
48 gratuita, cuya cualificación no importa a las empresas. Una explotación sistemática que
49 no preocupa a las autoridades laborales ni a la mayoría de las facultades que deberían
50 supervisar esas prácticas.

51 Para intentar poner coto a esta situación el proyecto de Ley propone en su:
52

1 *Artículo 2*

2 *Los estudiantes en prácticas y becarios no podrán ocupar puestos de trabajo*
3 *estructurales propios de las Redacciones o Departamentos Informativos. Sea*
4 *cual sea la forma jurídica que adopten, los convenios que regulen esta relación*
5 *tendrán naturaleza formativa. La supervisión de esta formación correrá a cargo*
6 *de un tutor. Estudiantes y becarios no podrán superar el 10% de la plantilla de*
7 *la respectiva Redacción o Departamento Informativo.*

8
9
10 **El periodista a la pieza**

11
12 Dentro de este gran panorama de precariedad una de las figuras más agredidas y
13 que actúa casi como el motor de esa situación es la del periodista a la pieza: ya sea
14 redactor, fotógrafo, cámara o de cualquier otra especialidad. Tengamos presente que la
15 singularidad de la producción periodística, ha dado lugar y admitido en todas las
16 latitudes la modalidad del colaborador periodístico; los *publicisti* en Italia o los *pigisti*
17 en Francia son lo que hoy conocemos en España como periodista a la pieza, vinculando
18 su definición a la forma como es retribuida su tarea.

19 Estamos hablando de trabajadores que por esa singularidad de la producción
20 periodística no se integran en la estructura formal de la empresa pero que, salvando esa
21 diferencia, cumplen con las características de cualquier periodista de plantilla y con más
22 de una de las condiciones exigibles para fijar la relación laboral con las empresas que
23 los contratan.

24 Para eludir esa relación muchas empresas están apelando al torpe subterfugio de
25 exigirles que se den de alta el Régimen de Autónomos, cuando saben que eso comporta
26 un claro fraude de ley como lo ha denunciado el Sindicato de Trabajadores Autónomos.
27 El periodista a la pieza en su inmensa mayoría no es un trabajador independiente y
28 desempeña sus tareas cumpliendo instrucciones directas de la empresa.

29 Mencionemos las situaciones más comunes:

30 a) Produce por encargo expreso del medio y bajo su directiva elabora un material
31 previamente convenido con la empresa tanto en su contenido, como en su forma y en su
32 extensión.

33 b) Ese material suele estar previsto en el sumario o la programación del medio y por el
34 tratamiento de la información exigido por la empresas es de improbable publicación o
35 emisión por otro medio.

36 c) Muchas veces cumplen su trabajo integrando equipo de producción con trabajadores
37 de la plantilla de la empresa u otros periodistas a la pieza que asigna la misma empresa.

38 d) Muchos periodistas a la pieza tienen a su cargo secciones específicas o cubren de
39 manera habitual o permanente un determinado tipo de tarea o información, sobre todo
40 en la prensa no diaria y en los medios audiovisuales.

41 Cualquiera de estos requisitos es suficientes para demostrar la existencia de
42 relación laboral con la empresa y existe numerosa jurisprudencia al respecto que lo
43 certifica.

44 La ley de regulación de derechos laborales a la que aspiramos nos colocaría,
45 simplemente, en igualdad de derechos con las legislaciones laborales de los periodistas
46 existentes desde hace años en el resto de Europa y que ha recomendado a todos los
47 países miembros el Código Deontológico Europeo del Periodismo aprobado por
48 unanimidad en el Consejo de Europa hace ahora trece años. Este entiende la dignidad
49 laboral de los periodistas no ya como un elemento de justicia sino como una necesidad
50 para garantizar la calidad de la información que estos deben ofrecer a los ciudadanos.

51 Así recoge en su apartado nº 10 que: *El tratamiento del periodismo debe*
52 *efectuarse teniendo en cuenta que éste se ejerce desde los medios de comunicación, que*

IV Convención de Periodistas de España

1 *están sustentados en un soporte empresarial y donde se deben distinguir editores,*
2 *propietarios y periodistas, por lo que además de garantizar la libertad de los medios de*
3 *comunicación, es necesario también salvaguardar la libertad en los medios de*
4 *comunicación evitando presiones internas.*

5 Y en el capítulo siguiente apunta que: *Las empresas periodísticas se deben*
6 *considerar como empresas especiales socioeconómicas, cuyos objetivos empresariales*
7 *deben quedar limitados por las condiciones que deben hacer posible la prestación de*
8 *un derecho fundamental.*

9 Por último, en el apartado 28 hace expresa referencia a las condiciones laborales
10 del los periodistas expresando que: *Para asegurar la calidad de trabajo del periodismo*
11 *y independencia de los periodistas es necesario garantizar un salario digno y unas*
12 *condiciones, medios de trabajo e instrumentos adecuados.*

13 Respondiendo a todas esas formulaciones la ley propuesta pretende terminar con
14 esa tremenda discriminación formulando en su articulado 4 al 7:

Artículo 4

15
16 *El trabajo de los periodistas a la pieza tiene la consideración de relación*
17 *laboral de carácter especial, conforme lo previsto en el art. 2.1 i) del Estatuto*
18 *de los Trabajadores. Esta relación especial podrá concluirse por las empresas*
19 *con periodistas profesionales para satisfacer las necesidades esporádicas de*
20 *información sobre un tema o zona específica.*

Artículo 5

21
22
23 *Esta relación laboral deberá concluirse por escrito. En el*
24 *correspondiente contrato se harán constar el tipo de trabajo contratados, las*
25 *directrices generales a las que se someterá el periodista, la remuneración*
26 *prevista para los distintos tipos de encargo y los responsables editoriales que*
27 *dirigirán su trabajo, así como el plazo de vigencia del contrato.*

28
29 *Este trabajo podrá ser regulado por las partes en el ámbito de la*
30 *negociación colectiva con el objeto de acomodar en lo posible la situación de*
31 *estos trabajadores a los de los periodistas integrados en la Redacción.*

32 *En ningún caso podrán estos colaboradores a la pieza ocupar puestos de*
33 *trabajo estructurales. Si la empresa incumpliera esta norma, el colaborador a*
34 *la pieza se incorporaría como trabajador de plantilla. (El número de*
35 *colaboradores a la pieza no superará el 10% de los periodistas de la*
36 *plantilla).*

Artículo 6

37
38 *Las empresas informativas no podrán exigir la exclusividad de los*
39 *servicios de los periodistas a la pieza. La presencia de una cláusula de este*
40 *tipo en el contrato o la exigencia de hecho de tal exclusividad comportará la*
41 *existencia de una relación laboral ordinaria sometida a los correspondientes*
42 *convenios colectivos.*

Artículo 7

43
44
45 *Los periodistas a la pieza se integrarán al Régimen General de la*
46 *Seguridad Social. A estos efectos se calculará el salario real por el percibido*
47 *como media durante los doce primeros meses de contrato. Estos trabajadores*
48 *quedarán incluidos en el Grupo I. En el caso de prestar servicios a distintas*
49 *empresas informativas, las cotizaciones empresariales se prorratearán entre*
50 *éstas.*

1
2 **El ámbito de la Ley**
3

4 Un aspecto sustancial es el ámbito que debe abarcar esta Ley o a quienes afecta,
5 por tratarse de una ley que pretende modificar una situación laboral ese ámbito no puede
6 ser otro que los trabajadores de la información que están empleados en las empresas de
7 medios. En este aspecto, pretender involucrar en este ley de ámbito laboral definiciones
8 de acceso a la profesión no sólo no se corresponde, sino que dejaría fuera de su
9 protección a un número importante de trabajadores; con lo cual el efecto corrector del
10 proyecto no solo perdería toda eficacia sino que podría aumentar la precariedad.
11 Debemos atender que no existe y que es muy difícil que prosperara una normativa que
12 exigiera a las empresas de contratar solo trabajadores titulados.

13 Por lo mismo y solo a título de definición de ámbito el proyecto de ley recoge
14 que:

15
16 *Artículo 1*

17 *Son periodistas aquellos profesionales que tienen por ocupación*
18 *principal y remunerada la obtención, elaboración, tratamiento y difusión por*
19 *cualquier medio de informaciones de actualidad, en formato literario, gráfico,*
20 *audiovisual o multimedia. Las condiciones de trabajo de los periodistas*
21 *profesionales se regirán por los correspondientes Convenios Colectivos. Su*
22 *remuneración no podrá ser en ningún caso inferior a la establecida en el*
23 *Convenio para los titulados universitarios.*

24 *Artículo 3*

25 *Son periodistas a la pieza aquellos profesionales que tienen por*
26 *ocupación principal y remunerada la obtención, elaboración, tratamiento y*
27 *difusión por cualquier medio de informaciones de actualidad, en formato*
28 *literario, gráfico, audiovisual o multimedia, en virtud de encargo regular de*
29 *una o varias empresas y siguiendo las instrucciones básicas de las mismas.*
30

31
32 **Regulación ya**
33

34 Si hay una realidad innegable es que los problemas laborales y profesionales de
35 los periodistas son inseparables y que se hace imposible atender unos sin hacerlo al
36 mismo tiempo con los otros. A la confrontación de intereses que se da de forma normal
37 entre patronos y trabajadores en cualquier empresa, los periodistas debemos sumar las
38 diferencias que suele generar la defensa leal de nuestra función de informadores frente a
39 los intereses puramente económicos de muchos empresarios.

40 No es extraño que el proyecto de Estatuto del Periodistas Profesional
41 actualmente a debate en el Congreso de los Diputados recoja en su anexo transitorio que
42 una vez aprobado el mencionado proyecto debe elaborarse en un plazo perentorio una
43 ley de regulación laboral de los periodistas. La razón evidente es que el estatuto que se
44 aprobare tendría escaso efecto si la exigencia de su implantación en las empresas y la
45 eficacia de su práctica estuviera en manos de trabajadores en la actual situación de
46 precariedad laboral.

47 Sin embargo, desde el Foro de Organizaciones de Periodistas entendemos que no
48 hay argumentos razonables para demorar ese proyecto y que no existe ningún
49 impedimento para debatir y sancionar la ley de regulación laboral ya mismo.

50 Por lo tanto:

51 *Proponemos a la IV Convención de Periodistas de España que resuelva*
52 *solicitar a todos los grupos del parlamento español la más pronta elaboración de un*

IV Convención de Periodistas de España

1 *proyecto de ley de regulación de la condiciones laborales de la profesión periodística*
2 *en la línea del elaborado por el Foro de Organizaciones de Periodistas y aprobado*
3 *por la III Convención de Periodistas de España celebrado en mayo de 2002 en*
4 *Tarragona.*
5

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16

17 **PONENCIA 3. Periodismo y sociedad**

18

19 *Medios de comunicación, democracia y ciudadanía*

20

21

22 La experiencia constata que, si bien es cierto que las tecnologías de la
23 información y de la comunicación anhean nuestra capacidad productiva, nuestra
24 creatividad cultural y nuestro potencial comunicativo, no lo es menos que también son
25 utilizadas y acaban siendo eficaces en privar de sus derechos ciudadanos a las
26 sociedades y a los individuos que conviven en ellas. A la hora de abordar la dimensión
27 social, cultural y política de la información y de la comunicación será, pues,
28 imprescindible saber diferenciar entre el potencial que representan esas tecnologías y lo
29 que en cada sociedad o tiempo social acaban produciendo.

30

31 Aplicándolas al campo de los medios de comunicación, las tecnologías tanto
32 pueden servir para concentraciones salvajes, destripando entonces los principios que
33 fundamentan su carácter de *servicio público*, como para abrir y dinamizar nuevos
34 espacios y nuevos escenarios para la información que prioriza objetivos de interés
35 público y para la comunicación alternativa. Esta última es forzosamente subversiva, por
36 cuanto que acaba provocando la participación activa de los receptores no como simples
37 consumidores y sí como ciudadanos con derechos y deberes en los procesos de
38 producción informativa, reforzando los niveles de control social y cualificando la
39 opinión pública, factores que inciden de manera decisiva en la musculatura de la
40 democracia.

41

42 Las tecnologías hacen que surjan los mercados globales en los que la
43 información es actualmente la mercancía más valiosa, como pusieron de manifiesto los
44 representantes de los países del G-7 cuando, tras una maratónica y monográfica sesión
45 de debates en Bruselas (1995), optaron por bautizar este nuevo tiempo como el de la
46 *sociedad global de la información*. Desde el momento en que la información entra de
47 lleno en la órbita de la economía como la materia prima por excelencia, sin que queden
48 claros los límites entre esa concepción mercantilista y la que sigue corroborando su
49 dimensión sociocultural, se hace inevitable fuera y dentro de los medios la
50 confrontación entre la lógica de los intereses y la lógica de los valores –derechos
51 humanos, pluralismo, diversidad cultural... –

52

Si lo que se prioriza es su dimensión económica por encima de cualquier otra
dimensión social, cultural o política -socialización, culturalización, democratización-,
las tecnologías de la información y de la comunicación contribuirán a desvirtuar las
funciones sociales que se atribuyen a los medios y a sus respectivos sistemas

1 mediáticos. Son las consecuencias de hacer del mercado el nodo rector de la actividad
2 humana, y del negocio de flujos de dinero y poder un serio condicionante de las
3 bondades sociales y culturales que las tecnologías son capaces de producir.

4 Quien pierde entonces es el pluralismo, porque todo queda supeditado a si se
5 tiene o no acceso directo a esas tecnologías, a si se poseen o no –evidenciándose
6 grandes y graves desigualdades entre sociedades con niveles de desarrollo muy
7 distantes–, y también a la rentabilidad económica como objetivo prioritario,
8 desencadenando dinámicas de concentración empresarial y tecnológica que dan en
9 procesos de concentración informativa y, consiguientemente, también de contenidos.

12 **El mercado y las funciones de los medios**

14 Lo cierto es que los medios de comunicación están cada vez más
15 contaminados por los grandes negocios que se articulan, sin límite fronterizo alguno, en
16 el siempre tenso y complejo mercado global de la información. Como consecuencia del
17 desarrollo en ese mercado de los grandes conglomerados de la comunicación, que
18 condicionan a distancia sistemas y proyectos nacionales y/o regionales y locales, los
19 medios actuales difícilmente se conciben ya en el esquema tradicional del *espacio*
20 *público*, sino que se definen como espacios privados susceptibles de influir en la
21 política, en la gestión de los intereses a los que se debe el Estado y en la misma vida
22 privada de los individuos.

23 Se produce de esta forma una perversión de sus funciones tradicionales,
24 porque en democracia los medios se basan en el modelo de *espacio público*, en el que se
25 pondera el *interés público*. En la valoración del espacio público, y del interés público
26 como criterio para evaluar si los medios se mantienen o se distancian de sus funciones
27 en ámbitos democráticos, el sistema de medios se identifica como una de las áreas clave
28 en la que los ciudadanos se constituyen, se informan y tienen la posibilidad de debatir y
29 deliberar.

30 Pues bien, esa mediación y esa finalidad están siendo cortocircuitadas por las
31 fuerzas que regulan el mercado –las mismas que proyectan, regulan y utilizan la
32 globalización de flujos económicos-. Los cambios substanciales que producen en las
33 maneras de comunicar y de acceder a la información condicionan el derecho y la
34 capacidad de los ciudadanos tanto para hacer realidad una democracia deliberativa, sin
35 la que difícilmente puede existir una opinión pública, como para incrementar en
36 consecuencia su capacidad de control social sobre los poderes establecidos.

37 Esos cambios en el mismísimo corazón de la comunicación afectan a los
38 contenidos mediáticos y, en consecuencia, afectarán también la manera en que las
39 personas piensan la ciudadanía, la acción pública, la acción de los gobiernos, la de los
40 dirigentes políticos y la propia responsabilidad democrática. Esos efectos son palpables
41 en los modelos de producción informativa que más habitualmente encontramos
42 reflejados en los medios de comunicación actuales.

43 A ellos se refiere el experto en comunicación política, L. Bennett (2002)³, para
44 quien las fórmulas de mercadotecnia de la información con las que se producen ahora
45 las noticias “debilitan la cobertura de los asuntos públicos, de la que depende una
46 elaboración sensata de las políticas públicas”, subrayando como la calidad de la
47 información pública restante que supera los filtros de la rentabilidad es “políticamente
48 más sospechosa”. En su análisis/denuncia, este prestigioso comunicólogo mantiene que
49 “la lógica de las organizaciones informativas preocupadas por los costos es una lógica

³ Lance Bennett, W. (2002) “La globalización, la desregulación de los mercados de los medios de comunicación y el futuro de la información pública”, en Vidal Beneyto, J., La ventana global, Taurus, Barcelona, pp.249-279.

1 políticamente lamentable desde el punto de vista del ciudadano”, por cuanto que “el
2 menguante espacio que ocupan las noticias políticas serias se mezcla con los
3 decrecientes recursos organizativos para hacer que las noticias sean más vulnerables a
4 unas relaciones públicas, a los intentos de dorar la píldora política, a la promoción de
5 productos de empresas matrices relativos a famosos y ocio, y a unos acontecimientos
6 profesionalmente orquestados...” Estas pautas degenerativas varían de una nación a otra,
7 de un espacio de comunicación a otro, de un sistema mediático a otro, pero son
8 evidentes en mayor o menor grado en las democracias avanzadas.

9 Que la información sea impulsada y controlada por el mercado, con ese tipo de
10 efectos o de consecuencias, obliga a una reivindicación ética y profesional en el ámbito
11 de la información y de la comunicación, porque vician principios y deterioran procesos
12 y sistemas de relación que son esenciales en cualquier sociedad democrática. Esa
13 reivindicación, que los profesionales de la información tendrían que asumir como
14 intermediarios necesarios en los procesos de comunicación social, reclama una
15 estrategia sociocomunicacional de base global y a la vez local que, apoyándose en las
16 políticas que le dan cobertura operativa ateniéndose al principio regulador del *servicio*
17 *público*, y proyectándose a través de los procedimientos que aseguran ética y
18 profesionalmente la cualificación y democratización informativa, se convierta en uno de
19 los principales activos en la construcción de un modelo de sociedad que asienta sobre
20 los valores que construyen y dan contenido a la *ciudadanía*.

21 En esa estrategia convergerán necesariamente los diferentes sujetos sociales
22 que protagonizan la vida en sociedad en un contexto democrático. Los preexistentes y
23 aquellos nuevos sujetos sociales que emergen para enfrentarse a esa otra estrategia, de
24 signo bien distinto, que vuelca todos sus argumentos legitimadores en la soberanía
25 absoluta del consumidor y que, al tiempo que asegura la correa de alimentación que
26 precisa el capitalismo para superar la crisis en la que entró el ya obsoleto modelo de
27 producción industrial, sirve para desideologizar y desregular el sistema, haciendo
28 así difícilmente operativa cualquier política pública que apueste por remarcar y
29 consolidar la soberanía del ciudadano. A esta última es a la que se deben los medios de
30 comunicación y sus periodistas.

31 Sin salir del ámbito en el que tradicionalmente visualizaron los medios su
32 capacidad para influir como actores sociales y actores políticos sobre aquellos procesos
33 en los que se dilucidan cambios estructurales de pequeño o gran calado, esa
34 confrontación de estrategias es todo un reto mediático y profesional. De que se lleve a
35 cabo o no va a depender en buena medida la subsistencia de unos y otros. Y no lo tienen
36 fácil. Al experimentar con el sistema tecnológico de redes –estructura descentralizada a
37 todos los niveles y para todo tipo de actividades humanas- su capacidad operativa en
38 términos de rentabilidad económica, los agentes de la globalización aprovechan para
39 diseñar e imponer un mundo que, al revés de lo que vino siendo durante el tiempo del
40 industrialismo, no necesita de intermediarios. Es un mundo que se auto organiza,
41 negándose a cualquier tipo de jerarquización y control.

42 Esa estrategia sociocomunicacional tendría que establecerse mediante un gran
43 pacto social, y nunca podría dejar de ser entendida por eso en términos de poder.
44 Ignacio Ramonet y Armand Mattelart hablan de “quinto poder”, por oposición o por
45 superación con el denominado “cuarto poder”, que a día de hoy no responde ya a lo que
46 en su momento constituyó el principal activo de la prensa de información general: una
47 serie de factores que daban como resultado hacer de cada medio de comunicación un
48 verdadero y auténtico contrapoder. Un quinto poder que tendría como objetivo el de
49 controlar ya no sólo a los otros poderes –legislativo, gubernamental y judicial–, sino
50 también a los propios medios de comunicación. En el foro social de Porto Alegre, los
51 altermundialistas y numerosos estudiosos y productores de información en los

1 diferentes medios tradicionales, dieron ese grito de guerra ante el encendido de todas las
2 alarmas.

3 Una estrategia que, aprovechando ese mismo potencial tecnológico y
4 descentralizador, y más en concreto, la conformación de un modelo de sociedad en red,
5 acabe desafiando todo lo que en buena lógica puede dar como resultado una verdadera
6 *ciudadanía comunicativa* –los ciudadanos que activan sus derechos y satisfacen sus
7 expectativas valiéndose de las tecnologías de la información y de la comunicación, y ya
8 más en concreto, valiéndose de los medios de comunicación de masas, los tradicionales
9 y también los nuevos medios, que las utilizan–. Para hacerla posible y operativa, es
10 imprescindible un proceso previo de mentalización y contraste permanente entre la
11 realidad y la que producen los medios –entre la verdad social y la verdad informativa–.
12 El pacto se establecería entre el sector profesional concienciado, los estudiosos y
13 analistas de la comunicación y de la información, y los actores sociales que viven y
14 experimentan un hondo y estructural desasosiego ante lo que a todas luces, y en razón
15 de los intereses creados que priman en el recorrido, está vaciando de sentido los
16 procesos de comunicación social y la propia práctica del periodismo como su principal
17 instrumento.

18 Es aquí donde la distinción entre la lógica de los valores y la lógica de los
19 intereses se hace más necesaria. La información y la comunicación que se precisan para
20 la producción de flujos económicos no son idénticas a la información y a la
21 comunicación entendidas como un valor democrático. Para mayor claridad: existe una
22 oposición o contraposición real entre la *comunicación funcional*, la cobertura de las
23 necesidades que alimentan los flujos de dinero y poder, y la *comunicación normativa*,
24 que se relaciona con el mundo de las ideas, o mejor, con los flujos que los medios están
25 obligados a transportar para acrecentar los niveles de conocimiento y tensión
26 democrática, tal como lo describe Dominique Wolton.

27 28 29 **Medios de comunicación, democracia y ciudadanía**

30
31 Siguiendo la lógica capitalista, el mercado acaba poniéndole a la libertad de
32 información las mismas barreras que antaño ponía la censura estatal de los regímenes
33 dictatoriales de uno u otro signo. La tiranía de la lógica del mercado no se limita al
34 binomio Estado-empresa, sino que configura la propia organización de los medios de
35 comunicación, que son en sí mismos empresas privadas con afán de lucro y se alejan
36 cada vez más de verse implicadas en los valores propios del servicio público,
37 resultándoles precisamente por eso muy poco rentable oponerse al poder establecido. El
38 espectro de los medios públicos de comunicación conlleva otras variantes de control,
39 dependiendo de los sistemas políticos y de la fidelidad o infidelidad democrática de
40 aquellos que los administran.

41 Esa situación hay que confrontarla con otra realidad igualmente constatable: la
42 de ser los medios de comunicación el principal instrumento de poder, del que se valen o
43 del que se sirven los demás poderes para perpetuarse. En esa confrontación radica la
44 necesidad de vigilar y analizar su comportamiento de acuerdo con los principios
45 ideológicos que marcaron desde siempre su condición de *servicio público*, por una
46 parte, y su tarea de mediación y de control a favor de una equilibrada y justa
47 distribución del poder y a favor del pluralismo, por la otra. Porque sin eso no quedan
48 garantizados los derechos de los ciudadanos, poniendo en peligro la democracia, o
49 cuando menos, la calidad de la democracia.

50 Ya es una idea consensuada que los medios de comunicación, los tradicionales
51 y los de nueva marca, ocupan el centro del poder político contemporáneo. En el cambio
52 en profundidad que afectó a la jerarquía tradicional de poderes, al que contribuyeron las

1 tecnologías de la información y de la comunicación modificando las reglas y dinámicas
2 tradicionales con las que el viejo modelo de sociedad se articulaba, organizaba y
3 participaba colectivamente, les correspondió a los medios un papel rector. De ser
4 instrumentos de difusión relevantes en los años 20 y 30 del pasado siglo, y de
5 convertirse en el cuarto poder político a partir de los 60 y 70, en la década de los 90 se
6 transformaron en el vértice del poder actual, o si se quiere, como muchos teóricos
7 constatan o vaticinan, transformándose en el primer poder.

8 Más aún. No sólo se convierten en el centro del poder contemporáneo, sino
9 que son las instituciones de las que depende cada vez más la capacidad educativa y
10 persuasiva de los ciudadanos. Es decir, su capacidad perceptiva e interpretativa, porque
11 es a través de los medios como se accede al nivel de conocimiento que cualquier
12 individuo precisa para satisfacer activa y críticamente –no como simple consumidor,
13 sino como sujeto de derechos y deberes en el ámbito social al que pertenece– las
14 expectativas que una sociedad cada vez más compleja va provocando en él y en los
15 demás individuos con los que se identifica y siente solidario.

16 Las verdades mediáticas sustituyen cada vez más al resto de las verdades
17 sociales. Construyen y crean la realidad, porque ese papel rector acaba haciendo porque
18 sólo lo que empieza a existir como noticia pueda llegar a existir como acontecimiento
19 social. Tal es el poder de la *agenda setting*, o la realidad que un medio de comunicación
20 impone a partir de la selección que haga de los hechos o sucesos de actualidad.

21 Es en lo que radica la capacidad de influencia de los medios. En eso también
22 hay consenso entre los teóricos. Lo que básicamente influye en la sociedad es la imagen
23 de presente –la actualidad seleccionada– que los medios de comunicación le ponen
24 delante. La influencia o capacidad persuasiva de los medios está no en conseguir que los
25 receptores sepan por ellos qué hay que pensar en relación con los sucesos de actualidad,
26 sino en convencerlos sobre qué realidades tienen que pensar.

27 Los medios tienen la posibilidad y la capacidad para elegir y dar prioridad a
28 ciertos acontecimientos o aspectos de la realidad social sobre otros, convirtiendo en
29 noticia ciertos sucesos y silenciando otros, construyendo de esa forma la realidad social.
30 En este sentido, los medios son los que dictan la agenda política. Así pues, lo que se
31 califica como influencia mediática se traduce en poder en un sistema democrático,
32 porque los gobiernos dependen de los votantes que están sujetos a persuasión (Köster
33 Rausell, C y P: 2002)⁴.

36 **Proceso democrático y proceso comunicativo**

37
38 De acuerdo con la definición clásica de O'Donnell y Schmitter, la democracia
39 se entiende como un proceso histórico con fases de transición, consolidación y
40 persistencia analíticamente distintas, aunque superpuestas. Por ello, la relación entre
41 medios y democracia consiste en que la información es la base de todo proceso
42 democrático. En otras palabras, todo proceso democrático es un proceso comunicativo.
43 Siendo esto así, se explica que existan intereses diversos en la posesión y en la gestión
44 de los medios –los del Estado, los de los propios empresarios mediáticos y, cada vez
45 más, los de la sociedad organizada–. A poco que reflexionemos a este respecto,
46 concluiremos que la democracia es el resultado de procesos deliberativos, y toda
47 deliberación supone la modificación endógena de las preferencias a través de la
48 comunicación.

49 Se hace, sin embargo, necesaria una pregunta relacionada con la manera que
50 tienen los medios de producir la actualidad, sin por eso traicionar los principios que les

⁴ Rausell Köster, C. y P. (2002) Democracia, información y mercado. Propuestas para democratizar el control de la realidad, Tecnos, Madrid.

1 dan una impronta singular en la sociedad global de la información. ¿Cómo asegurar la
2 existencia de la diversidad y pluralidad de productos y/o relatos sobre las diferentes
3 parcelas de la realidad, para que el receptor pueda elegir entre ellos y expresar así su
4 voluntad?.

5 Siguiendo en la perspectiva de cómo darle vida y seguridad a la democracia,
6 los medios de comunicación tendrán que sortear las trampas del mercado informativo y,
7 con criterios de servicio público y de respeto a los derechos de los ciudadanos, construir
8 realidades sociales que satisfagan a una demanda plural y heterogénea. Para eso deben
9 asegurar que los mensajes de los receptores y votantes lleguen a sus líderes, y a través
10 de la difusión de los diferentes proyectos políticos, asegurar además que los mensajes
11 de los dirigentes políticos lleguen a los ciudadanos. Democracia y comunicación son,
12 pues, conceptos que van unidos cuando nos referimos al desarrollo de una sociedad civil
13 que quiere ser actora y dueña de su presente y de su futuro.

14 Sin el efecto de la comunicación –o si se quiere, ya más en concreto, sin unas
15 políticas de comunicación que busquen la mayor congruencia posible entre política y
16 comunicación– se haría prácticamente imposible, como reafirma el comunicólogo
17 latinoamericano Martín Barbero, recuperar la dimensión simbólica de la política, tan
18 deteriorada. Un objetivo decisivo, porque es como puede recuperar la política su
19 capacidad para representar el vínculo entre los ciudadanos, y también el sentimiento de
20 pertenencia a una comunidad. Esa es, por otra parte, la exigencia que se le viene
21 planteando desde que también empezó a ser víctima de la erosión de valores propiciada
22 por factores que sobrepusieron la fuerza de la globalización económica a la fuerza de la
23 razón normativa, que es la que está en el origen de la misma ciudadanía.

24 En esa dirección, y avanzando propuestas, podríamos abogar por tejer una red
25 de relaciones entre comunicación, cultura y política democrática, articuladas por el
26 puente que constituye la *ciudadanía*, mejor aún, las *ciudadanías* en plural, respetando la
27 diversidad y la pluralidad de culturas, políticas y sistemas de comunicación.

28 Urge, por lo tanto, que los medios participen activamente junto con otros
29 actores sociales representativos en la constitución de una nueva cultura política
30 ciudadana, aquella que se demuestra capaz de formar una ciudadanía activa y
31 responsable que estimule la conciencia sobre los derechos y deberes que tienen los seres
32 humanos, por el hecho de serlo, y fortalezca asimismo el sentimiento de pertenencia y
33 compromiso con una comunidad política y con los ciudadanos que la integran.

34 35 36 **De receptores/consumidores a ciudadanos inteligentes**

37
38 Así pues, es preciso encarar procesos mediáticos de construcción de
39 ciudadanías. Lo que algunos teóricos denominan, cuando esos procesos lleguen a su
40 máximo nivel, la *ciudadanización de la sociedad*. La propuesta se enmarca dentro del
41 campo de la comunicación para el cambio social, concebida como un proceso de
42 diálogo privado y público a través del cual se pretende que las personas,
43 fundamentalmente los grupos marginados tanto política como cultural y
44 económicamente, decidan quién son, qué quieren y cómo pueden obtenerlo, y en la
45 insistencia por conseguirlo -en un contexto que les facilite la elección de opciones y
46 oportunidades- mejoren su calidad de vida guiados por los principios de tolerancia,
47 autonomía, equidad, justicia social y participación.

48 Esos procesos sociales de comunicación tendrán por lo tanto como exigencia
49 fundamental la creación de condiciones para el pleno ejercicio del derecho a la
50 información, que no sólo se tiene que quedar en permitir que los receptores sepan sobre
51 qué deben pensar y en función de eso qué deben hacer, sino que debe ir más allá,
52 haciendo que esas personas vean cubiertas sus propias necesidades y aspiraciones,

1 permitiéndoles tomar el control de sus propias vidas. El acceso a la información, o
2 mejor, el derecho a la información, que tiene una relación directa e intrínseca con el
3 derecho a la libertad de expresión, no se cumple de todo si únicamente se le permite al
4 receptor acceder a una información de calidad, aunque ya sea de por sí importante. Se
5 cumple totalmente cuando, aparte de acceder a esa información de calidad, el receptor
6 está preparado para saber administrarla –registrarla, sistematizarla, validarla e integrarla
7 adecuadamente con otros hechos- y aprovecharla ampliando su caudal de
8 conocimientos.

9 Porque de lo que se trata es de que los receptores/consumidores se transformen
10 en receptores/ciudadanos inteligentes y, como tales, se constituyan en sujetos que
11 ejercen la *ciudadanía*, en tanto que participan conscientemente en la definición e
12 implementación de acciones de carácter público que afectan directamente a su calidad
13 de vida, en tanto que controlan socialmente a los poderes representativos, y también en
14 tanto que debaten sobre problemas comunes y toman decisiones para su presente y para
15 su futuro.

16 En definitiva, el derecho a la información no se quedará en facilitarle a los
17 componentes de una comunidad el acceso a cuanto les puede dar noticia de lo que es
18 importante y tiene relevancia pública, lo que es de por sí imprescindible. También
19 conlleva el uso que pueden hacer de los medios y de la información que ellos producen
20 para que todos y cada uno de los grupos sociales, todas y cada una de las audiencias o
21 colectivos diferenciados que coexisten en una misma sociedad, puedan cubrir sus
22 necesidades, aspiraciones, demandas y expectativas específicas. Posibilidad esta última
23 que es real a partir sobre todo de la implantación de las TICs (tecnologías de la
24 información y de la comunicación aplicadas al proceso que los medios ponen en marcha
25 para construir la realidad a través de las correspondientes agendas). Responderían así
26 los medios a lo que se empieza a asumir como nuevas condiciones del pluralismo
27 informativo.

28 Es entonces cuando podremos hablar de *ciudadanía comunicativa*, en la que
29 hay que reconocer la existencia inseparable de dos dimensiones (Garretón: 1994). La
30 primera subraya el hecho de que las personas expresen o ejerzan su ciudadanía en
31 diversos campos, y más en concreto a través de las diversas formas de control social del
32 poder, y de entre ellas, la que ofrecen los medios de comunicación. La describiremos en
33 síntesis así: también ejerzo mi ciudadanía a través de los medios de comunicación. La
34 otra dimensión se refiere al hecho de que las personas definen y (re)configuran su
35 ciudadanía en la relación que establecen con la oferta mediática, entendida en términos
36 de consumo cultural. En síntesis, esta segunda dimensión podría esbozarse así: también
37 aprendo a ser ciudadano en mi relación con los medios, sobre los que puede ejercer un
38 control para su regulación democrática (la democratización de los medios en un marco
39 de servicio público, de servicio al ciudadano).

40 De esas dos dimensiones de lo que hemos de entender por ciudadanía
41 comunicativa entresacamos otras deducciones. A través de la primera se explica como
42 al tiempo que hacen posible la construcción y el ejercicio de la ciudadanía, los medios
43 de comunicación consolidan la democracia, o una determinada sociedad democrática,
44 por cuanto que mediante el acceso a la información que estos últimos producen y
45 difunden, los ciudadanos hacen uso de la libertad de expresión y acceden al espacio
46 público, contribuyendo a reforzarlo, controlando y ejerciendo a la vez presión sobre las
47 instituciones de poder. A partir de la segunda dimensión, se justificaría la puesta en
48 marcha de aquellos modelos de comunicación alternativa que, en función de la
49 evolución histórica y política de la sociedad en medio de la cual actúan, más y mejor se
50 correspondan con las aspiraciones y las necesidades de los diferentes colectivos
51 sociales. No sólo las de aquellos que, en razón de su ubicación y posición social pueden
52 hacerse visibles al margen de los mismos medios, sino también y sobre todo de aquellos

1 otros sobre los que, por no disponer de esa misma posición, están condenados a sufrir
2 una lacerante e injusta espiral de silencio.

3 Pese a las múltiples posibilidades de acceso a una mayor cantidad y calidad de
4 la información, y pese a que las TICs ofrecen múltiples oportunidades para la difusión
5 de diferenciadas visiones del mundo, sigue percibiéndose una *brecha informativa* entre
6 los que tienen posibilidades reales de acceso, aprovechamiento y uso de la información
7 mediática, y los que son marginados y excluidos, continuando sin voz y sin visibilidad
8 en un mundo que parece querer avanzar sin contar con ellos.

9 No es de menor calado el que, metidos de lleno en los flujos y contraflujos en
10 los que se reconoce la sociedad global de la información, los medios hayan de afrontar
11 además la cobertura obligada de esas necesidades y demandas teniendo en cuenta su
12 progresiva cualificación y especialización. De no hacerlo, traicionarían igualmente el
13 derecho a la información en su dimensión más actualizada y completa. Tanto si se trata
14 de los medios tradicionales, a los que se exige una progresiva adaptación a los cambios
15 y transformaciones estructurales y fenomenológicas que se derivan de la evolución
16 histórica, social y cultural, como de los nuevos medios. Porque el medio no es
17 alternativo, o cuando menos no lo es necesariamente, sino que es el instrumento de una
18 opción de comunicación alternativa promovida por un grupo social, con el objetivo de
19 modificar de alguna manera el sentido de la realidad, de cuestionar el estatus quo, y de
20 ostentar una diferencia cualitativa respecto de los productos informativos que
21 únicamente poseen una finalidad mercantil y/o de entretenimiento.

22 Es en esa dirección como entendemos la apuesta por una comunicación
23 alternativa que, para subvertir la tendencia economicista de la que son víctimas
24 actualmente, están obligados a acometer unos medios y otros, porque esa es una de las
25 dimensiones de la ciudadanía comunicativa a la que aspiramos. Lo de la comunicación
26 alternativa se ha de entender así por oposición a comunicación autoritaria, que es la que
27 vino imponiendo que el proceso de recepción sea limitado y no compartido, que es a lo
28 que tiende la alternativa, que a su vez propicia discusión e intercambio entre la sociedad
29 y los medios.

30 Ubicados en la ciudadanía comunicativa, y mediante el consumo cultural de la
31 oferta informativa noticiosa de calidad –que no puede sino responder a contenidos
32 especializados para satisfacer nuevas y diversificadas demandas igualmente
33 especializadas-, los ciudadanos asumen una competencia política que coadyuva en la
34 generación de espacios públicos, o ágoras/plaza en las que los ciudadanos se interesan
35 sobre un hecho o acontecimiento de interés público, lo enjuician y lo expresan (opinión
36 pública), tomando decisiones en un contexto deliberativo y de participación.

37 Esos espacios públicos de deliberación acaban siendo una realidad en los
38 medios de comunicación. De ahí que, de la misma manera que argumentamos la
39 tendencia a la ciudadanización activa de la sociedad, también es posible argumentar la
40 realidad de un proceso de explícita y progresiva ciudadanización de los medios de
41 comunicación.

42 ¿Cómo entenderla? Descubriendo en primer lugar los objetivos que justifican
43 la función política que tienen los medios. Permitir el mayor grado posible de
44 entendimiento político dentro de la sociedad, es el primero de ellos. El segundo es
45 mucho más concreto y por ello más complejo: contribuir a que las estructuras cognitivas
46 de los sujetos sociales consigan el grado de flexibilidad suficiente, como para que la
47 ciudadanía se active en los espacios deliberativos que se establezcan a partir de los
48 estados de opinión en que dan las relaciones entre grupos cultural y sociológicamente
49 heterogéneos, por una parte, y su confrontación por la otra con los estamentos,
50 representativos o fácticos, del poder.

51 A su vez, los medios se realimentan de esos estados de opinión así
52 conformados, momento en el que la relación medios y ciudadanía logra toda su

1 funcionalidad social y política, por cuanto que unos cumplen como
2 iluminadores/mediadores, facilitando el acceso a cuanto –conocimientos, información,
3 fuentes...– permite conformar una opinión pública consistente, y los ciudadanos
4 establecen desde su heterogeneidad y autonomía una dinámica de participación y de
5 control social que los medios no pueden obviar.

8 **Los periodistas, intermediarios necesarios en una etapa de transición**

10 Nos encontramos en una etapa de transición que viene forzada por una serie de
11 transformaciones y de cambios, a partir de los cuales se crean nuevas maneras de
12 entender y de ejecutar los procesos de comunicación social. Aludimos por ello a la
13 necesidad de articular una estrategia sociocomunicacional que implique a los medios y a
14 la sociedad frente a esa otra estrategia de base fundamentalmente económica que tiende
15 a exclusivizar en la información su valor de cambio. Esa estrategia se ha de apoyar en
16 una alianza entre los medios de comunicación, los periodistas intermediarios y la
17 sociedad civil.

18 Para eso es imprescindible que los medios se reubiquen en el espacio de lo
19 público, abriéndose a la coparticipación en los procesos de producción informativa de
20 todos los sectores sociales, sin excepciones y sin consensos previos que desvirtúen los
21 contenidos y consecuentemente las verdades comunicadas, recuperando de esta manera
22 la credibilidad perdida.

23 Este proceso tendrá una doble dinámica: atender en primer lugar los
24 requerimientos de la sociedad civil para que tenga mayor impacto a través de los
25 medios, mejorando su relación con ellos y la comunicación entre las organizaciones que
26 la componen, y que la sociedad atienda a su vez los requerimientos que los medios de
27 comunicación le planteen en cuanto a tiempos, formatos y códigos comunicativos.

28 En esa dirección, tanto los medios como las organizaciones civiles acoplarían
29 sus respectivas dinámicas al potencial que ofrece una sociedad de redes. Si afianzan esa
30 relación-alianza en base a una interacción mutua, el resultado será el entrelazado de las
31 redes sociales para conocer qué y cómo hacer algo con respecto a los problemas que
32 emerjan en cada momento, y también en relación con los nuevos proyectos que surjan
33 para solucionarlos.

34 Con todos estos argumentos de necesidad por delante, se hace imprescindible
35 y urgente poner a prueba un modelo periodístico que haga frente a todos esos desafíos
36 con verdadera profesionalidad. Para ello es preciso establecer criterios que faciliten el
37 encuentro con una sociedad en transformación sin perder el norte. Esto es, sin dejar de
38 responder a cuanto vino conformando la base de la cultura periodística, pero abriendo al
39 mismo tiempo el sistema a cuanto facilite también respuestas inteligentes, creativas y
40 especializadas a los cambios que demanda esa misma sociedad en las formas de relación
41 y comunicación. Respuestas todas ellas que han de formar parte de esa estrategia
42 sociocomunicacional de la que se habló, y que afectarán directamente a la manera de
43 producir y representar la realidad en los medios.

44 Este tipo de respuestas exige un instrumental periodístico que se adecue tanto
45 a las necesidades de una sociedad multifragmentada como a los nuevos usos de la
46 comunicación. Porque, como ya queda apuntado, en este tiempo de grandes y rápidos
47 avances tecnocientíficos, en los que la eclosión del saber, y la consiguiente
48 fragmentación del conocimiento, corren en paralelo con la necesidad que tienen los
49 públicos de conocer su alcance y consecuencias, ya no es suficiente con defender y
50 sostener el valor ideológico de la información (pluralismo, objetividad, veracidad...) Se
51 hace imprescindible implementar su valor de uso social, lo que exige procesarla de

1 acuerdo con las demandas cada día más diversas y cualificadas de una sociedad abierta
2 a todo tipo de verdades contradictorias.

3 Medios y periodistas están, pues, obligados a ser instrumentos integradores del
4 conocimiento, que ha de estructurarse sobre la base de que el saber ha de ser
5 especializado, lo que entraña una nueva dimensión para la práctica del periodismo
6 contemporáneo, la de la especialización. El resultado será entonces un periodismo de
7 significación, un periodismo de sentido, que es el modelo en el que se van a substanciar
8 las estrategias de resistencia y de alternativa a cuanto desnaturaliza las funciones
9 sociales y culturales de medios y periodistas profesionales, y no un periodismo de
10 expresión que acentuaría la banalidad en la que ahora se desacredita.

11 Eso conlleva integrar la complejidad en que se manifiesta la sociedad
12 contemporánea en el discurso periodístico, o lo que es lo mismo, rechazar un
13 pensamiento simplificador y apostar por un pensamiento complejo, actuando medios y
14 periodistas como integradores de conocimientos que acaben dándole sentido a esas
15 verdades contradictorias que son producto de un tiempo global y convulso.

16 Con esa manera de afrontar esa complejidad del mundo contemporáneo,
17 reintroduciendo mediadores que den sentido a una información sobreabundante y
18 desbordada de contenido, los medios y los periodistas van a contracorriente del ideal de
19 modernidad. Y lo que es más duro: van a contracorriente de lo que un modelo de
20 sociedad ajerárquica, sin fronteras y sin normas preestablecidas, querría mantener sin
21 apenas testigos. Es esencial, por lo tanto, reafirmar la capacidad intelectual y
22 profesional del periodista para mediar, enjuiciar y generar discursos sociales que den
23 sentido a los acontecimientos de actualidad. Reafirmar su condición de intermediarios
24 necesarios en un mundo que se afana en demostrar su capacidad autoorganizativa para
25 detectar, analizar e interpretarse a sí mismo, sin echar de menos a los intermediarios que
26 tienen precisamente esa especialidad y esa función. Es por lo que se preguntan muchos
27 si los periodistas son una especie en extinción.

28 Son testigos molestos en un sistema basado fundamentalmente en las leyes del
29 mercado, que desnaturalizan el sentido prístino de la comunicación (poner en
30 comunión) y a la propia información. De ahí que sea preciso redimensionar ahora el
31 concepto y la práctica de la profesionalidad, lo que implica desechar todo lo que se
32 substantiva en la *ideología del profesionalismo* (Glaser:2002)⁵, que enmascara la
33 autoridad del periodista individual y de la institución del periodismo, utilizando la
34 objetividad como declaración de distanciamiento profesional. Rechazándola,
35 reivindicamos para el periodista su papel mediador y su autoría; en definitiva, su
36 autonomía –empresarial, política- en los procesos de producción informativa dentro de
37 las redacciones.

38 Entenderemos así mejor los procesos de democratización en los medios y la
39 consiguiente democratización informativa, que empieza y acaba en el derecho de
40 informar y en el derecho a la información, que tienen en la libertad de expresión su
41 antecedente natural y legal, y en la libertad de prensa su consecuencia. Empieza siendo
42 una exigencia para los medios de comunicación, que están obligados a pluralizar la
43 representación de la sociedad en sus agendas y en sus contenidos. Acaba cuando se
44 activan las luces del proceso de comunicación, que se ejecuta poniendo a prueba el
45 periodista intermediario su profesionalidad y autoría, y los ciudadanos interiorizan con
46 libertad los mensajes o contenidos que los medios les trasladan, y en función de ellos
47 enjuician la realidad y contribuyen a fortalecer con sus juicios de valor la opinión
48 pública, estando además en condiciones de participar en el debate cívico, que en su caso
49 pudiera desembocar en acciones sociales para presionar en los sistemas de poder.

⁵ Glaser, Th. L. (2002) “La autorregulación del periodismo: el papel de las asociaciones profesionales en una sociedad de la información”, en Vidal Beneyto, J., *La ventana global*, Taurus, Madrid, pp.281-302.

1 De hacerlo así, aparte de rehabilitar los valores que fundamental la función
2 social y política de los medios y del periodismo, los periodistas también se rehabilitan a
3 sí mismos. Nunca como ahora fue tan profunda la crisis de identidad en la que medios y
4 periodistas están poniendo en riesgo su propia supervivencia. Empezando porque la
5 mayor parte de los medios y de los profesionales más acreditados fueron víctimas de la
6 vorágine informativa en que desembocó la interesada y manipulada gestión de los
7 últimos grandes conflictos bélicos. Demostraron que supeditan sus estrategias a las
8 estrategias del poder y no a las del interés público. Entre los medios más locales esa
9 subordinación conlleva, además, romper unilateralmente con la lealtad que justifica su
10 pacto con los ciudadanos.

11 Es cierto que no se pueden obviar en el análisis los factores que desde fuera de
12 los medios siguen amenazando a los más débiles –la mayoría- en un mundo tan
13 competitivo como el actual. En el sector audiovisual es en el que están más activadas las
14 leyes que imponen una deriva puramente comercial y consumista. Pero la prensa escrita
15 tampoco se queda atrás, seducida por el modelo de producción audiovisual y también
16 porque se ve afectada por otros factores de carácter más estructural. España ocupa el
17 penúltimo puesto de la cola entre los Estados europeos, sólo por encima de Grecia, en lo
18 que respecta a la tasa de cobertura de lectores de diarios de más de 14 años (estamos en
19 el 35,9 %). Por otra parte, para una audiencia total de aproximadamente 12,5 millones
20 de personas, la difusión real apenas sobrepasa los cuatro millones de ejemplares diarios,
21 sin que existan otros indicadores que puedan hacernos pensar en un cambio de dirección
22 y de ritmo en los próximos años. Así, se constata un progresivo envejecimiento de la
23 población lectora –en un solo ejercicio pasó de los 41,2 años a los 41,9–, manteniéndose
24 estancada la audiencia femenina, mientras retrocede de forma alarmante el número de
25 lectores jóvenes. Y no son más halagüeñas las cifras publicitarias: los ingresos por
26 publicidad también disminuyen, entre altibajos, debido sobre todo a la desaceleración de
27 la economía.

28 Pero no es menos cierto que la crisis de identidad deriva de afrontar esos
29 factores condicionantes única y exclusivamente desde la óptica funcional y no desde la
30 óptica normativa. Para evitar los riesgos inducidos por esos factores extraperiodísticos,
31 la estrategia que emplean rompe con todo lo que vino constituyendo el fundamento de
32 la cultura periodística, y en ese marco global, todo lo que configuró tradicionalmente la
33 ideología de la información (o sea, los principios de los que se valen medios y
34 periodistas para afianzar esa alianza-pacto con la sociedad: pluralismo, objetividad,
35 veracidad...). Se generaliza la práctica de la *autocensura* y se impulsa bajo razones
36 espurias el *amarillismo*. Es así como crece la desconfianza del ciudadano hacia los
37 medios y hacia los periodistas, que se ven compensados con otras lisonjas
38 empresariales, tan tramposas como indeseables: se gratifica a los periodistas no por la
39 calidad de su trabajo, sino por el grado de identificación que demuestran tener con los
40 intereses del grupo de comunicación al que sirve.

41 Tampoco avanzan los medios en adaptar la estructura y organización del
42 trabajo de la redacción a las necesidades informativas, lo que les obligaría a seguir el
43 camino de la especialización de contenidos y de la correspondiente especialización de
44 quienes los producen. Más bien hacen todo lo contrario, porque conviene más el
45 generalismo informativo que la especialización, en tanto en cuanto el profesional
46 especializado establece un campo de juego propio como *gatekeeper* (guardabarreras) en
47 todos y cada uno de los procesos que constituyen la metodología propia de la
48 especialización y de la investigación periodística, y eso comporta ganar en autonomía y
49 en capacidad de iniciativa dentro de la redacción y de la empresa mediática
50 correspondiente.

51 Para conseguirlo, los centros de formación de comunicadores y/o periodistas –
52 las Facultades de Periodismo, en concreto- son cada vez más necesarios. Porque ya no

1 se trata sólo de tener olfato y dominar la técnica de la escritura o del montaje mecánico
2 a la hora de construir noticias y relatos periodísticos, sino también de profundizar en
3 realidades complejas y de buscar la verdad más allá de los hechos, teniendo en cuenta
4 tanto los ámbitos de conocimiento que pueden contribuir a darles sentido y significación
5 como las reglas de la comunicabilidad. Para un periodista del siglo XXI, la función
6 mediadora que está obligado a desarrollar no se queda en ser un simple notario que
7 levanta acta y posteriormente da testimonio de ello a su audiencia habitual. Caería así en
8 los males del *profesionalismo* (las rutinas y las liturgias a las que alude críticamente
9 Gaye Tuchman). Tendrá que comprometer su profesionalidad en la búsqueda diligente y
10 ética de la verdad, para lo que ha de poner a prueba procedimientos y técnicas de
11 investigación objetiva, por una parte, y de valoración intelectual, por otra, exigiéndole
12 esto último formación y capacidad para interrelacionar conocimientos y documentar
13 posibles consecuencias, que es como se sustancia lo que, dentro del ancho campo de la
14 especialización periodística, llamamos *periodismo de servicio y de anticipación*.

15 Será como los periodistas se rehabiliten ante la sociedad en calidad de
16 servidores públicos que sirven al interés público –sin diferenciar si lo hace desde una
17 empresa pública o desde una empresa privada–, respondiendo de esa manera a las
18 exigencias de la *ciudadanización* –de la sociedad, de los medios–, que es tanto como
19 someterse con voluntad constructiva a las pruebas de la identidad perdida.

20

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16

PONENCIA 3. Periodismo y sociedad

18

Periodismo basura. La situación en Europa y en España

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

España es el único estado de Europa que no tiene un Consejo Audiovisual para regular la programación televisiva. En este terreno estamos a la altura de San Marino, Mónaco, Liechtenstein y el Vaticano. Sí lo tiene Catalunya, y veremos después que esto tiene su importancia. La intención expresa del Gobierno español de crearlo antes de un año fue precedida por la firma entre el Ejecutivo español y las cadenas de un código contra la emisión de telebasura en horario infantil, el pasado diciembre. Y lo que hace un año parecía imposible ahora está al alcance de la mano y ha desatado un agrio debate entre partidarios y detractores de la medida estatal reguladora.

29

30

31

32

33

Defensores y contrarios del periodismo basura esgrimen sus argumentos. Los primeros se escudan en el éxito de este tipo de publicaciones y programas televisivos, e incluso apoyan sus conclusiones con llamadas a la libertad de expresión y de información. Los otros afirman que esos trabajos no son verdadero periodismo, vulneran la ética profesional y caen constantemente en el insulto y la desvergüenza.

34

35

36

37

38

Aunque las atribuciones de un Consejo Audiovisual van más allá de la regulación de la telebasura, ha sido la proliferación de estos programas en las parrillas de las cadenas televisivas españolas, también superior a la media europea, la que ha dado la voz de alarma en la sociedad y en la profesión, reclamando la imperiosa necesidad de su implantación. Hemos tocado fondo. Más bajo ya no se puede caer.

39

40

41

42

43

44

El hartazgo ha hecho mella incluso en algunas cadenas (Televisión Canaria, Canal Sur, Televisión Autónoma de Castilla-La Mancha) que han decidido suprimir programas o dotarse de un código de conducta. Pero, antes de continuar debemos definir qué es el periodismo basura.

45

Del rosa al amarillo

46

47

48

49

50

51

52

53

España ha sido un país pionero en lo que se refiere a la prensa del corazón. En los años 40, la revista Hola abrió el fuego con una publicación que no existía en ningún otro país y que se inspiraba lejanamente en los "ecos de sociedad" de los periódicos de la época. Desde la discreta amabilidad a la reverencia servil, las revistas del corazón trataron primero asuntos relacionados con la realeza y la aristocracia europea y local. El modelo fue seguido por otras publicaciones (Lecturas, Semana, y alguna otra posterior y más agresiva) y el mapa de famosos se fue ampliando poco a poco con millonarios, personas influyentes, toreros de postín y gentes

1 del espectáculo, estos últimos, casi siempre, en función de sus relaciones con las clases
2 privilegiadas.

3 Si hubiera que hacerle una crítica a este tipo de información, sería, precisamente, su
4 banalidad, pero está lejos del periodismo basura que ahora nos preocupa. Incluso, la
5 proliferación de subproductos la ha dignificado. Sin embargo, su nombre --prensa del corazón--
6 ha acabado por aplicarse de forma genérica a los subgéneros televisivos que centran sus
7 contenidos en el acoso, la provocación y el libelo.

10 **Sentencia en Estrasburgo**

11
12 El Tribunal Europeo de Derechos Humanos de Estrasburgo dictó a mediados del año
13 pasado una sentencia que además de levantar ampollas entre los partidarios del periodismo
14 basura sentó jurisprudencia. El Tribunal falló en contra de los medios de comunicación
15 alemanes demandados por la princesa Carolina de Mónaco al afirmar que la publicación de
16 fotografías de personajes de notoriedad pública en situaciones de su vida privada –ir de compras
17 o al colegio con sus hijos– no es relevante ni puede considerarse una noticia de interés general.
18 Según la sentencia, el derecho a la información no tiene carácter absoluto y, por tanto, toda
19 persona, incluso las de reconocida notoriedad, tiene derecho a proteger su intimidad. Las
20 decisiones de este tribunal son de obligado cumplimiento en España, según los acuerdos de la
21 Unión Europea.

22 El término 'telebasura' (trash TV) nació en Estados Unidos a mediados de los 80. Se
23 aplicaba a programas sensacionalistas de todo tipo, desde el modelo conocido como Reality
24 Show (realidad como espectáculo) a concursos y debates subidos de tono. En España, los
25 programas de sucesos se agotaron tras los crímenes de Alcàsser y pasaron a segundo plano. A
26 partir de 1995, las cadenas fueron evolucionando hacia programas del corazón que pronto se
27 centraron en escándalos de sexo y drogas.

30 **La situación en Catalunya: El CIC y el CAC**

31
32 Un comunicado emitido por el Col.legi de Periodistes de Catalunya en otoño pasado
33 señala que "muchos de estos programas (basura) conculcan claramente el Código
34 Deontológico", y no tienen nada que ver con el ejercicio del periodismo. "Manifestamos
35 públicamente que dedicarse a perseguir, asediar y ridiculizar a personas supuestamente célebres
36 que han sido invitadas (y a veces pagadas) para que expliquen detalles de su vida privada no es
37 periodismo. Perseguir a ciudadanos, a veces acompañados de menores, blandiendo micrófonos
38 para que hablen delante de las cámaras nada tiene que ver con el periodismo", afirma el
39 comunicado del colegio.

40 El Consell de la Informació de Catalunya (CIC), garante del Código Deontológico en
41 Catalunya, curiosamente, en siete años de funcionamiento no ha recibido ninguna queja de estos
42 programas, lo que seguramente indica que las televisiones catalanas (TVE-Sant Cugat, TV3,
43 BTV, City TV y otras locales) no incurren, o lo hacen en menor medida, en los abusos de la
44 telebasura. Quizá, también significa que las cadenas no catalanas que se ven en Catalunya
45 suscitan indignación a la hora de realizar una encuesta, pero no se dirigen al Consell para
46 denunciarlo. El 65,4% de los encuestados en un estudio del Consell de l'Audiovisual de
47 Catalunya (CAC) está a favor de que se intervenga contra la telebasura.

48 El CIC se creó en Barcelona en diciembre de 1996 bajo los auspicios del Col.legi de
49 Periodistes. Su objetivo es "velar por el cumplimiento y la observancia de los criterios recogidos
50 en el Código Deontológico de la profesión periodística catalana". Tras dos años de andadura
51 experimental, en septiembre de 1999 se inscribió en el registro de Fundaciones de la Generalitat
52 de Catalunya. El órgano de la fundación es un patronato formado por miembros del Col.legi a
53 título personal, medios de comunicación social de Catalunya, universidades y entidades cívicas
54 y profesionales.

55 En cuanto al Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), es una autoridad
56 independiente, con personalidad jurídica propia, que regula los servicios de comunicación
57 audiovisuales competencia de la Generalitat. La finalidad del CAC es velar por el respeto de

1 los derechos y las libertades, garantizar el cumplimiento de las normas reguladoras y velar por
2 la neutralidad y honestidad informativa, el pluralismo político, lingüístico y cultural en los
3 medios audiovisuales catalanes.

4 Navarra también cuenta con un Consejo Audiovisual de características similares al
5 catalán, mientras en Madrid y en Andalucía están en proceso de creación.

6
7
8 **Un problema de fondo**

9
10 Según algunas corrientes de expertos, una de las razones que podría explicar el
11 fenómeno del éxito de audiencia de la telebasura es el hecho de que la televisión se implantó y
12 popularizó en España antes de que los españoles hubieran desarrollado y adquirido el hábito de
13 la lectura, sobre todo de diarios de información general. Por este motivo, los intentos de
14 implantar una prensa genuinamente amarilla, al estilo anglosajón o alemán, han fracasado en
15 España. Aquí, incluso los diarios gratuitos son serios aunque sean de corte popular. Pero sí ha
16 arraigado la telebasura creando una nueva fórmula de amarillismo que partió del rosa y que
17 ahora exhibe con descaro el color de la podredumbre. Estos programas son muy baratos de
18 producir –la precariedad laboral es la norma–, generan grandes beneficios y despiertan interés
19 entre televidentes aburridos e insatisfechos que han trocado el cotilleo de su antiguo patio de
20 vecindad por la pequeña pantalla. ¿Acaso esta profesión y esta sociedad no es capaz de ofrecer a
21 esos ciudadanos algo mejor?
22

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55

PONENCIA 4. Medios públicos

La radiotelevisión pública, una necesidad democrática

La existencia de la radio y la televisión es una realidad objetiva, consolidada a lo largo del siglo XX y con unas perspectivas ilimitadas en este inicio de siglo. El fenómeno puede abordarse desde diversas perspectivas. Una, la técnica, la que hace referencia a la distribución de la señal, que caería más en el campo de las telecomunicaciones que de lo que todos reconocemos como el fenómeno audiovisual. El otro campo es precisamente ese, el del audiovisual como entramado en el que participan el sector de producción de contenidos, los operadores de radio y televisión, los profesionales de la comunicación y la audiencia. Este campo es el que nos interesa. La existencia de dos sistemas, uno público y el otro privado, compartiendo la presencia en el mercado, también es una realidad objetiva, quizás la más importante en España y en Europa. En este sistema conviven el sector privado y el sector público, actuando el Estado como proveedor y emisor de contenidos de este último.

La preocupación del Foro de Organizaciones de Periodistas, al elegir radio y televisión para dedicarles una reflexión en profundidad en la IV Convención de Periodistas de España, viene dada por diversos factores que han llevado a los medios audiovisuales a una encrucijada.

La normativa comunitaria y la ya iniciada reforma del sistema español de medios audiovisuales, por lo que respecta a su regulación legal y sus evidentes consecuencias fácticas, nos sitúan ante un horizonte no totalmente definido todavía. Tanto en la clarificación de ese horizonte como en el trazado del camino para llegar a él, queremos participar los profesionales de la información, a través de las organizaciones profesionales y sindicales que trabajamos unitariamente en el FOP: Agrupación de Periodistas de CCOO, Agrupación General de Periodistas de la UGT, Col·legi de Periodistes de Catalunya-Colegio de Xornalistas de Galicia y Federación de Sindicatos de Periodistas.

Al elaborar esta ponencia hemos tenido presentes el *Informe para la reforma de los medios de comunicación de titularidad estatal, elaborado por el Consejo creado al efecto, según Real Decreto 744/2004, de 23 de abril* (en adelante nos referimos a él como Informe del Comité de Expertos), el **proyecto de Ley de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal** y los **anteproyectos de la Ley General Audiovisual y de la Ley de Creación del Consejo estatal de los Medios Audiovisuales**.

Las organizaciones del FOP hemos constatado que globalmente, el informe del Comité de Expertos y los proyectos legislativos que ya conocemos proponen un modelo coincidente en líneas generales con el que exponemos en esta ponencia. Las diferencias, que las hay, son abordadas en esta ponencia. En todo caso, nos interesa reclamar al Gobierno del Estado y a los ejecutivos de las comunidades autónomas que procedan con urgencia en la reforma de la legislación con la elevación a normativa legal del modelo estable de radio y televisión pública que propone el Comité de Expertos.

1 Por otra parte, es obvio que los planteamientos que aquí hacemos no se pueden debatir
2 sin tener presente el citado informe del Comité de Expertos y los proyectos normativos aquí
3 considerados. Su consulta es posible en numerosas páginas *web* especializadas. A ellas
4 remitimos.

5 Demandamos nuestro espacio en el terreno de juego en el que se va a ventilar el futuro
6 del sector audiovisual en España. Esta demanda de participación no nace únicamente de un acto
7 de voluntad de las entidades que conforman el Foro de Organizaciones de Periodistas.

8 Como profesionales de la información, nos consideramos obligados a participar en el
9 debate y en la conformación del modelo. Al tiempo, consideramos que exponer nuestro análisis
10 y nuestra alternativa es también un derecho, que nace de la propia naturaleza de las
11 organizaciones, sindicales y profesionales, integradas en el Foro.
12

13 **PRINCIPIOS PROGRAMÁTICOS PARA UNA POLÍTICA DE** 14 **MEDIOS AUDIOVISUALES PÚBLICOS**

15 **1.- La necesaria existencia de la radio y la televisión públicas**

16
17
18
19 La existencia de un sector público de radio y televisión encuentra su justificación en la
20 necesidad de garantizar el pluralismo político, definido por la Constitución Española, en su
21 artículo 1, como uno de los valores superiores de nuestro ordenamiento jurídico, junto con la
22 libertad, la justicia y la igualdad. Otros artículos de la Constitución, especialmente el 20,
23 apuntan a la necesidad de la existencia de la televisión y la radio públicas, en el mundo de hoy,
24 para garantizar la efectividad de los derechos y libertades reconocidos en la Sección primera del
25 Capítulo segundo del Título primero de la Constitución Española.

26 Más aún, el artículo 1.1 de la Constitución proclama el pluralismo político como un
27 valor superior, que debe ser garantizado por los poderes públicos. En la sociedad actual, la
28 expresión práctica del pluralismo político encuentra su cauce en los medios de comunicación en
29 general, en los medios audiovisuales en particular y en los medios audiovisuales públicos en
30 concreto.

31 El debate político se ha trasladado de la propaganda tradicional y del *miting* a las
32 pantallas de televisión y a los altavoces de los radiorreceptores.

33 No se puede confiar la defensa de un valor superior constitucional a los medios
34 privados, cuyo objetivo es la creación de riqueza, valor constitucional también, pero con una
35 protección inferior a la que reciben los derechos y libertades. Dejar el sector audiovisual en
36 manos privadas exclusivamente nos enfrentaría a un fallo del mercado, fallo que desde la
37 aplicación de las políticas keynesianas en las democracias occidentales avanzadas, sociales y de
38 derecho, justifican la intervención estatal en la provisión de bienes y servicios. Es necesaria, por
39 tanto, la existencia de una televisión pública que garantice el pluralismo político y la
40 participación.

41 Hasta donde conocemos, no se han atrevido los teóricos a considerar los medios
42 audiovisuales como bienes preferentes (sanidad, educación, vivienda), y menos aún –y
43 compartimos el criterio- como bienes públicos puros (seguridad, defensa, justicia)

44 Los anteriores argumentos deberían bastar por sí mismos para no entrar ni tan siquiera a
45 cuestionar la existencia de los medios audiovisuales públicos.

46 La cuestión que se plantea es: ¿podría el sector privado ser productor y proveedor de
47 medios audiovisuales en exclusiva? ¿cubriría el sector privado las vertientes de garantía del
48 pluralismo político, de atención al interés general y de servicio público? Difícilmente.

49 Cuando la cobertura del servicio público viene impuesta por las democráticas razones
50 expuestas, es inevitable relativizar el componente de la rentabilidad económica. En un modelo
51 de exclusividad para el sector privado siempre se impondría el interés económico, por encima
52 de la prestación del servicio público. En todo caso, una función, la de servicio público, quedaría
53 contaminada por la otra función, la de buscar la rentabilidad económica.

54 Así lo han entendido los países que conforman la Unión Europea. Leamos el Protocolo
55 27 del *Tratado por el que se establece una Constitución para Europa*, “Sobre el sistema de
56 radiodifusión pública de los estados miembros”. En dicho protocolo, la Unión Europea consagra
57 constitucionalmente que “*el sistema de radiodifusión pública de los Estados miembros está*

IV Convención de Periodistas de España

1 *directamente relacionado con las necesidades democráticas, sociales y culturales de cada*
2 *sociedad y con la necesidad de preservar el pluralismo de los medios de comunicación”.*

3 En base a estas consideraciones, dicho protocolo de la Constitución Europea establece:
4

5 *“Las disposiciones de la Constitución se entenderán sin perjuicio de la facultad*
6 *de los Estados miembros de financiar el servicio público de radiodifusión en la*
7 *medida en que la financiación se conceda a los organismos de radiodifusión*
8 *para llevar a cabo la función de servicio público tal como haya sido atribuida,*
9 *definida y organizada por cada Estado miembro, y en la medida en que dicha*
10 *financiación no afecte a las condiciones del comercio y de la competencia en la*
11 *Unión en una medida que sea contraria al interés común, debiendo tenerse en*
12 *cuenta la realización de la función de dicho servicio público”.*
13

14 En decir, en la medida en que se realice una función de servicio público, los medios
15 audiovisuales de comunicación de propiedad estatal en sentido amplio (incluyendo, por tanto,
16 los medios autonómicos y comarcales o locales) encuentran el amparo a su existencia en el
17 propio tratado constitucional europeo.

18 Hacemos estas consideraciones desde la incertidumbre sobre el destino final del
19 Tratado, pero también desde la constatación de la coincidencia de los miembros de la Unión a la
20 hora de reconocer la necesidad de la televisión pública y su financiación mixta.
21

2.- Los valores democráticos y los principios constitucionales

24

25 ¿Para qué un sistema público de radiodifusión? No basta convenir que las sociedades
26 democráticas avanzadas aceptan y justifican la existencia de medios audiovisuales de
27 comunicación públicos.

28 Hay que hacer una reflexión sobre las funciones a desarrollar, sobre los valores, y
29 también sobre el concepto *servicio público*, sin dejar de lado el reconocimiento de la
30 importancia de la cuestión de la financiación. Nos ocupamos en primer lugar de los principios,
31 de los valores de la radio y la televisión públicas; valores y principios que se materializan en la
32 asunción de diversas funciones.
33

Pluralismo político

35

36 Ya se ha indicado. La Constitución Española pone los fundamentos de la existencia del
37 sector público audiovisual. Y no olvidemos la fuerza de derecho positivo que tiene la
38 Constitución.

39 El artículo 20, consagrado a la libertad de difusión de las ideas, de expresión y de
40 información, es fundamental en la construcción teórica.
41

Artículo 20.

42 *1. Se reconocen y protegen los derechos:*

43 *a) A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones*
44 *mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción.*

45 *b) A la producción y creación literaria, artística, científica y técnica.*

46 *c) A la libertad de cátedra.*

47 *d) A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de*
48 *difusión. La ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y al secreto*
49 *profesional en el ejercicio de estas libertades.*

50 *2. El ejercicio de estos derechos no puede restringirse mediante ningún tipo de*
51 *censura previa.*

52 *3. La ley regulará la organización y el control parlamentario de los medios de*
53 *comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público y*
54 *garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y políticos*
55 *significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas*
56 *de España*
57

IV Convención de Periodistas de España

1 4. *Estas libertades tienen su límite en el respeto a los derechos reconocidos en*
2 *este Título, en los preceptos de las leyes que lo desarrollen y, especialmente, en*
3 *el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la*
4 *juventud y de la infancia.*

5 5. *Sólo podrá acordarse el secuestro de publicaciones, grabaciones y otros*
6 *medios de información en virtud de resolución judicial.*

7
8 Asimismo, en el artículo II-71.1 de la Constitución Europea, se establece que “toda
9 persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión
10 y la libertad de recibir o comunicar informaciones o ideas sin que pueda haber injerencia de
11 autoridades públicas y sin consideración de fronteras”. En el apartado 2 del mismo artículo se
12 hace hincapié en que “se respetan la libertad de los medios de comunicación y su pluralismo”.

13 Aunque la Constitución Española recoge con mayor extensión y detalle la regulación de
14 la libertad de expresión, en un primer análisis se puede convenir que el texto constitucional
15 europeo coincide con el español en lo esencial: derecho a la difusión de ideas y opiniones y
16 derecho tanto a difundir como a recibir información, ideas y opiniones.

17 Conviene subrayar aquí el contenido del apartado 3 del citado artículo 20 de la
18 Constitución Española, ya que consagra la intervención pública para garantizar “el acceso a
19 dichos medios de los grupos sociales y políticos significativos” y para respetar “el pluralismo de
20 la sociedad y de las diversas lenguas de España”.

21 Las leyes de desarrollo, como el Estatuto de la Radio y la Televisión de 1980 y la Ley
22 del Tercer Canal de 1983, concretan los criterios y los valores a proteger desde el sector
23 audiovisual público.

24 La prevista reforma del marco legal audiovisual, uno de cuyos primeros pasos ha sido el
25 informe del Comité de Expertos designado por el Gobierno para el estudio y realización de
26 propuestas de futuro para RTVE, definirá el marco legal en el futuro. Ahora bien, los valores
27 constitucionales y los principios del Tratado de la Constitución Europea no pueden modificarse;
28 al contrario, son principios inspiradores del futuro modelo.

29 De entrada, el Proyecto de Ley de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal,
30 aprobado por el Consejo de Ministros el 29 de julio y que se tramita actualmente en el Congreso
31 de los Diputados, recoge, a nuestro entender, los principios analizados anteriormente.

32 También se construyen sobre dichos principios los otros dos proyectos normativos
33 anunciados por el Gobierno: el Anteproyecto de Ley de Creación del Consejo Estatal de los
34 Medios Audiovisuales y el anteproyecto de Ley General Audiovisual, cuya tramitación ha
35 relegado el Gobierno, a favor de una más pronta aprobación y entrada en vigor de la reforma de
36 RTVE.

37 Un aspecto fundamental de la reforma de los medios audiovisuales en la que trabajan
38 los poderes ejecutivo y legislativo nos conducirá a un cambio fundamental en la consideración
39 legal de servicio público. Con las reformas anunciadas, las televisiones privadas dejarán de ser
40 consideradas servicio público, naturaleza que quedará reservada a los operadores públicos de
41 televisión. El cambio no es intrascendente, sobre todo si consideramos la consolidación de un
42 sistema de doble financiación aceptable por Europa y que haga viable la existencia
43 económicamente estable del sistema de televisiones públicas.

44 En base a todo lo expuesto, el Foro de Organizaciones de Periodistas, manifiesta su
45 convicción de que es necesario y es posible mantener y consolidar la existencia de un sector
46 audiovisual público, como garante de la pluralidad y la democracia informativa.

3.- Servicio público

47
48
49
50
51 Es obvio, desde las consideraciones normativas expuestas anteriormente, afirmar que el
52 sector audiovisual de capital estatal (empleado aquí en un sentido extenso, que incluye los
53 ámbitos autonómico y local) presta un servicio público.

54 Legalmente están fijados los objetivos de servicio público. Así, el Estatuto de la Radio y
55 la Televisión - Ley 4/1980, de 10 de enero - establece en su artículo 4:

IV Convención de Periodistas de España

Artículo 4. *La actividad de los medios de comunicación social del Estado se inspirará en los siguientes principios:*

- A) *La objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones.*
- B) *La separación entre informaciones y opiniones, la identificación de quienes sustentan estas últimas y su libre expresión, con los límites del apartado 4 del art. 20 de la Constitución.*
- C) *El respeto al pluralismo político, religioso, social, cultural y lingüístico.*
- D) *El respeto al honor, la fama, la vida privada de las personas y cuantos derechos y libertades reconoce la Constitución.*
- E) *La protección de la juventud y de la infancia.*
- F) *El respeto de los valores de igualdad recogidos en el art. 14 de la Constitución.*

Esta norma se verá derogada en breve, una vez alcance el final de su tramitación parlamentaria el Proyecto de Ley de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal. Dicho proyecto, en su artículo 3, establece:

1. *Se atribuye a la “Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.”, Corporación RTVE, la gestión del servicio público de radio y televisión en los términos que se definen en esta Ley, para ser ejercido directamente por las sociedades filiales de la Corporación prestadoras de los servicios de radio y televisión.*
2. *En el ejercicio de su función de servicio público, la Corporación RTVE deberá:*
 - a) *Promover el conocimiento y difusión de los principios constitucionales y los valores cívicos.*
 - b) *Garantizar, la información objetiva, veraz y plural.*
 - c) *Facilitar el debate democrático y la libre expresión de opiniones.*
 - d) *Promover la participación democrática mediante el ejercicio del derecho de acceso*
 - e) *Promover la cohesión territorial, la pluralidad y la diversidad lingüística y cultural de España.*
 - f) *Impulsar el intercambio de la información y el conocimiento mutuo entre los ciudadanos de los Estados miembros de la Unión Europea como espacio común de convivencia.*
 - g) *Editar y difundir canales radiofónicos y de televisión de ámbito de cobertura internacional que coadyuven a la proyección hacia el exterior de las lenguas y culturas españolas y a la adecuada atención a los ciudadanos españoles residentes o desplazados en el extranjero.*
 - h) *Ofrecer acceso a los distintos géneros de programación y a los acontecimientos institucionales, sociales, culturales y deportivos, dirigidos a todos los sectores de la audiencia, prestando atención a aquellos temas de especial interés público.*
 - i) *Promover la difusión y conocimiento de las producciones culturales españolas, particularmente las audiovisuales.*
 - j) *Apoyar la integración social de las minorías y atender a grupos sociales con necesidades específicas.*
 - k) *Fomentar la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombre y mujer, evitando toda discriminación entre ellos.*
 - l) *Promover el conocimiento de las artes, la ciencia, la historia y la cultura.*
 - m) *Difundir el conocimiento de los derechos de los consumidores y usuarios.*
 - n) *Fomentar la producción de contenidos audiovisuales europeos y en lenguas originarias españolas y promover la creación digital y multimedia, como contribución al desarrollo de las industrias culturales españolas y europeas.*

IV Convención de Periodistas de España

o) *Velar por la conservación de los archivos históricos audiovisuales.*

3. *Forma parte de la función de servicio público de radio y televisión contribuir al desarrollo de la Sociedad de la Información. Para ello participarán en el progreso tecnológico, utilizando las diferentes tecnologías y vías de difusión, y desarrollarán nuevos servicios conexos o interactivos, susceptibles de enriquecer o completar su oferta de programación, y de acercar las diferentes Administraciones Públicas a los ciudadanos.*

4. *El conjunto de las producciones y emisiones de radio y televisión efectuadas por las sociedades prestadoras del servicio público de la Corporación RTVE deberán cumplir con las obligaciones integradas en la función de servicio público definida en la presente Ley.*

La Ley del Tercer Canal de 1983, que afecta a las televisiones autonómicas, en su artículo 5 viene a reproducir los objetivos establecidos en el artículo 4 del Estatuto de la Radio y la Televisión de 1980. Hay que señalar que la reforma de la televisión estatal en tramitación prevé el mantenimiento de la vigencia del antiguo estatuto en todo aquello que afecte a la Ley del Tercer Canal, ley para la cual no se ha previsto, de momento, reforma alguna.

Los mismos principios vienen a ser reconocidos por las leyes de creación de las diversas radiotelevisiones autonómicas.

No vamos a discutir aquí la corrección de las previsiones positivizadas en las normativa vigente. El problema que se nos plantea es de aplicación práctica de los principios. No es infrecuente que los grandes principios queden en el papel, archivados en su carpeta correspondiente.

Es urgente un gran acuerdo entre todos los agentes que intervienen en el proceso de comunicación audiovisual, incluidos el poder político, para que los principios y la realidad se ajusten.

La guerra por la audiencia, amparada en la necesidad de generar recursos por vía de la publicidad, conduce tendencialmente a la realización de productos televisivos que en nada diferencian el sector público del privado.

Los defensores de esta tendencia a la coincidencia de los contenidos argumentan que la pérdida de la audiencia y de la publicidad llevarían a la televisión y a la radio públicas a la marginalidad, prácticamente a la clandestinidad.

Esta justificación no es aceptable, pues conduce inevitablemente al triunfo de quienes pueden esperar la desaparición del sector audiovisual público, por no aportar ningún valor añadido, ni democrático ni cultural, en relación con el sector privado.

Desde esta realidad, se impone la búsqueda de la alternativa al modelo vigente. Una alternativa que pasa por la definición clara y contundente de lo que es servicio público.

Para el Foro de Organizaciones de Periodistas, el cumplimiento de la función de servicio público se debe alcanzar, por lo que respecta a la programación, con:

- El cumplimiento de los principios legales, arriba citados, sobre funciones y objetivos del sector audiovisual público.
- La compatibilización de programación de servicio público y programación comercial.
- La aplicación de criterios rigurosos de calidad tanto en la programación de servicio público como en la comercial.

Es, para nosotros, servicio público:

- La elaboración y emisión de informativos rigurosos, profesionales, veraces, imparciales y respetuosos con la pluralidad política.
- La prestación de servicios imparciales y profesionales en los procesos electorales, sirviendo de recurso a la participación política. Esto comporta la realización de

1 información política electoral que respete tanto la pluralidad como la
2 representatividad de los grupos políticos.

- 3 - La realización de debates electorales reales, no teatralizados ni dirigidos.
- 4 - La realización de programas dirigidos a la infancia, la juventud, la tercera edad, y en
5 general los grupos sociales específicos. Minorías culturales o religiosas también
6 deben encontrar en el sector audiovisual público los contenidos que buscan.
- 7 - También el deporte y el entretenimiento son servicio público, si se programan desde
8 criterios de interés general y respetuosos con la dignidad de la persona, huyendo de
9 presupuestos mercantilistas

10
11 La simultánea prestación de servicio público y de programación comercial plantea otros
12 problemas, como la financiación futura o el tratamiento de la deuda actual, que son tratados en
13 otros apartados de esta ponencia.

14 Acabamos este apartado con una reflexión sobre el futuro de las televisiones
15 autonómicas y el marco normativo en que desarrollan su actividad.

16 El Proyecto de Ley de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal viene a consolidar
17 la naturaleza pública de RTVE y sus sociedades. Pero no entra a reformar el marco normativo
18 de las televisiones autonómicas. Los principios que inspiran la reforma de RTVE deben llegar a
19 los entes públicos autonómicos, para despejar definitivamente la incertidumbre sobre su futuro,
20 alejando los fantasmas de la privatización. También debe llegar a los entes autonómicos esta
21 reforma para garantizar su independencia de los gobiernos y su control por parte de autoridades
22 audiovisuales autónomas. Es urgente la democratización de la gestión y de la programación y
23 producción de las televisiones públicas autonómicas.

24 25 26 **4.- El mercado audiovisual y la presencia del servicio público**

27
28 La programación realizada desde los presupuestos referidos no debe conducir a la radio
29 y la televisión públicas a la marginalidad. La lucha por la audiencia no se ha de realizar a
30 cualquier precio. Pero la televisión pública necesita una cuota del mercado. No sólo por
31 competencia, sino por razones sistemáticas y teleológicas. ¿De qué serviría hacer la mejor
32 televisión pública posible si no la ve nadie?

33 El sector audiovisual público no puede renunciar a la audiencia. Para mantener la
34 presencia necesaria se ha de actuar en diversos sentidos:

- 35
- 36 - La programación de calidad no tiene por qué ser *aburrida*.
- 37 - Los entes emisores públicos han de aprovechar todas las posibilidades técnicas
38 existentes hoy. Hay que utilizar todas las ventanas a las que se asoma el consumidor
39 de radio y televisión: televisión convencional por vía terrestre, plataformas
40 digitales, satélite, cable e incluso Internet.

41
42 Pero hay un aspecto fundamental para competir en el mercado: todos los operadores
43 deben cumplir las normas, normas que evidentemente no son las mismas para el sector público
44 que para el privado. Pero son necesarias unas normas y hay que cumplirlas. De ello hablaremos
45 más adelante, cuando nos ocupemos del control independiente de los medios.

46 47 48 **5.- Desgubernamentalización y control independiente**

49
50 *Público* no quiere decir *gubernamental*. El sector audiovisual público ha de servir a los
51 intereses de toda la sociedad, desde los valores y principios que hemos repasado anteriormente.

52 Los medios públicos no pueden estar al servicio de los gobiernos. Experiencias pasadas
53 y presentes aconsejan la adopción de medidas legales que garanticen el cumplimiento del
54 servicio público independientemente del grupo que ocupe el gobierno. Esto concierne tanto al
55 ámbito estatal como al autonómico y local.

56 Para la constitución y salvaguarda de un modelo público, pero no gubernamental, hay
57 que actuar en varios frentes. A saber:

- 1 - Legislación general del sector audiovisual
- 2 - Órganos de control parlamentario
- 3 - Órganos de dirección y gestión de los operadores
- 4 - Órganos de control independientes
- 5 - Órganos de control y participación profesional

6
7
8 **a) Legislación general del sector audiovisual**

9 Actualmente, las disposiciones legales vigentes conforman un panorama complejo. Nos
10 movemos en un bosque de legislación que ha ido promulgándose de manera desordenada y sin
11 criterios de globalidad.

12 Las normas vigentes (Ley 4/1980, del Estatuto de la Radio y la Televisión; Ley
13 46/1983, reguladora del Tercer Canal de Televisión, y leyes autonómicas; legislación dispersa
14 sobre televisión privada, televisión digital, televisión por cable, televisión local, televisión
15 digital terrestre, multitud de disposiciones legales sobre radio, etc.) conforman una maraña
16 inaccesible.

17 Por otro lado, la actividad legislativa ha sido utilizada durante los últimos años de una
18 manera abusiva por el Gobierno central. La utilización de las leyes de acompañamiento de los
19 presupuestos estatales de los años 2002 y 2003 para reformar las normas relativas al sector
20 audiovisual han sido calificadas por los expertos del Derecho como abusivas. Se coincide en
21 que las leyes de acompañamiento deben ceñirse a la adopción de medidas que complementen la
22 aplicación de los presupuestos generales.

23 Contra el sentir general, los gobiernos del Partido Popular utilizaron esta vía para
24 reformar el Estatuto de la Radio y la Televisión, la participación accionarial en las televisiones
25 privadas y las previsiones normativas para la Televisión Digital Terrestre.

26 En el momento presente, las medidas legislativas que ha impulsado el actual Gobierno,
27 en el marco del informe del Comité de Expertos, nos sitúan ante un futuro que nosotros
28 quisiéramos contemplarlo con esperanza.

29
30
31 **b) Órganos de control parlamentario**

32 La división de poderes debe jugar el papel que le corresponde para asegurar la
33 existencia de la televisión y la radio públicas que los profesionales propugnamos.

34 Los parlamentos deben seguir ejerciendo el tradicional papel que cumplen a través de
35 las comisiones de control existentes.

36 Ahora bien, se debe dar un paso adelante, un paso para la reforma de los sistemas de
37 elección de los órganos de dirección de los entes públicos.

38
39
40 **c) Órganos de dirección y gestión de los operadores**

41 La normativa vigente para la designación y la elección de directores generales y
42 miembros de los consejos de administración de los entes públicos no impide que el poder
43 político gubernamental se extienda hasta estos órganos de gestión y dirección.

44 La actual situación, en que los directores generales de los entes públicos son nombrados
45 por los gobiernos, y los miembros de los consejos de administración son reproducciones a
46 escala de la composición de los parlamentos, es insostenible. No habrá democratización de los
47 medios públicos sin cambios en la elección de sus órganos de dirección.

48 El Foro de Organizaciones de Periodistas propugna para los medios públicos:

- 49
50 - **Director General.** La elección de los directores generales de los entes públicos
51 audiovisuales deben realizarla los Consejos de Administración, por mayoría
52 cualificada, y para mandatos cuyos periodos no coincidan con las legislaturas
53 parlamentarias.

54 Sobre esta cuestión, las organizaciones del FOP han reflexionado en relación
55 con la propuesta que el Gobierno ha hecho en su iniciativa legislativa: elección del
56 director general del ente público RTVE por el consejo de administración por
57 mayoría de dos tercios, y a través de un concurso público previo. Consideramos

1 que esta alternativa nos conduce al mismo objetivo de independencia perseguido
2 por nuestra propuesta.

3 - **Presidencia del Consejo de Administración.** Los directores generales
4 deberían acumular el cargo de presidentes de los consejos de administración. La
5 duplicidad de cargos actual se ha revelado ineficaz y, al tiempo, fuente de
6 conflictos en la gestión de los entes públicos. En esta cuestión mantenemos una
7 propuesta diferente a la que ha hecho el Gobierno, aunque la diferencia no es
8 insalvable ni modifica globalmente el modelo de servicio público.

9 - **Consejo de Administración.** Los consejos de administración estarán
10 compuestos por el presidente-director general y por un número par de consejeros,
11 que debería oscilar entre 8 y 12, elegidos en los parlamentos por mayoría
12 cualificada, con mandatos de seis años y renovados por mitades cada tres años.

13 También en relación con esta cuestión hemos analizado proyecto de ley del
14 Gobierno, que establece la elección de cuatro consejeros por el Congreso, otros
15 cuatro por el Senado y dos más por el Congreso a propuesta de los dos sindicatos
16 más representativos y con presencia en la corporación de RTVE. Para la elección
17 de los consejeros se requerirá una mayoría de dos tercios. El mandato sería de seis
18 años, renovándose por mitades cada tres años.

19 El modelo propuesto en relación con este órgano es muy próximo al defendido
20 en líneas generales por las organizaciones del FOP. Efectivamente, los consejeros
21 son elegidos por las cámaras legislativas, por mayoría reforzada y para un mandato
22 temporal diferente al de las legislaturas. También se satisface la aspiración de ver
23 sentados en el consejo a los representantes de los trabajadores.

24
25
26 También se hace necesaria la reforma de las competencias de los consejos de
27 administración, para que sean un órgano de dirección real de los entes públicos. Esta aspiración
28 podría verse cumplida también por la reforma que se tramita, y que adjudica al director general
29 de la corporación funciones de ejecución de las directrices del consejo.

30 31 32 **d) Órganos de control independientes**

33 Los gobiernos deben ceder determinadas competencias de control de las
34 programaciones del sector audiovisual, tanto en el ámbito estatal como en el autonómico.

35 Los Consejos Superiores del Audiovisual deben crearse por ley en todas las
36 comunidades autónomas y en el ámbito estatal. Actualmente están creados tan sólo los consejos
37 del audiovisual de Catalunya, de Navarra y de Asturias.

38 Los consejos del audiovisual deben estar conformados por profesionales independientes.
39 Su elección ha de ser parlamentaria, por mayoría cualificada, la renovación de sus componentes
40 ha de ser parcial, y su la duración de su mandato diferente a la de la legislatura parlamentaria.

41 Los consejos audiovisuales han de tener personalidad jurídica y capacidad de obrar.
42 Estas condiciones tienden a reforzar su independencia del poder político. Estos órganos, por
43 descontento, han de ser también independientes del poder económico, en especial, de los
44 capitales vinculados al sector audiovisual.

45 Para garantizar su eficacia, los consejos del audiovisual han de tener competencia, al
46 menos, sobre:

- 47
- 48 - Asignación de licencias a operadores de radio y televisión
- 49 - Control del cumplimiento de la legislación en la programación, tanto de los
- 50 operadores públicos como de los privados
- 51 - Capacidad sancionadora, para corregir los incumplimientos
- 52

53 El consejo estatal tendría competencia sobre las programaciones que superen el ámbito
54 de una sola comunidad autónoma, mientras que las programaciones que tengan como límite la
55 comunidad autónoma serían competencia de los consejos territoriales.

1 Estos órganos de control, de cumplirse las previsiones legislativas del Gobierno, se
2 constituirían a partir de la entrada en vigor de la futura Ley de Creación del Consejo Estatal de
3 los Medios Audiovisuales.

4 Por lo anunciado por el Gobierno, la futura ley responderá a las aspiraciones aquí
5 reflejadas. En todo caso, las organizaciones del Foro reclamamos que así sea.

6
7
8 **e) Órganos de control y participación profesional**

9 Si reclamamos la independencia de los medios en relación con los gobiernos y los
10 poderes económicos, también debemos reclamar independencia de los profesionales para ejercer
11 sus funciones con libertad y con sometimiento exclusivamente a los valores y principios
12 constitucionales y democráticos. El ejercicio de la profesionalidad comporta la necesidad de
13 instrumentos de control interno en las propias empresas audiovisuales públicas.

14 El órgano de control que la profesión periodística viene propugnando desde la
15 reinstauración de la democracia es el Comité de Informativos, regulado en el marco de Estatutos
16 de Informativos.

17 Estos Estatutos de Informativos también deben regular el ejercicio de derechos
18 profesionales normativizados por la Constitución, como el secreto profesional y la cláusula de
19 conciencia.

20 Autónomamente, los profesionales del sector audiovisual deben determinar los perfiles
21 profesionales a incorporar en el ámbito de los Estatutos de Informativos. Hoy día la práctica y
22 las experiencias conocidas muestran que no sólo los periodistas están afectados por los derechos
23 y valores a proteger desde los órganos de representación profesional.

24 El Foro, al reclamar la generalización de los Estatutos de Informativos en todos los
25 medios audiovisuales públicos, no puede dejar de denunciar que algunos de los estatutos
26 existentes son hoy papel mojado, como es el caso del Estatuto de Redacción de Radiotelevisión
27 Valenciana. Desde hace dos años, los profesionales del ente público valenciano no pueden
28 elegir sus representantes profesionales.

29 También merece mención la ardua negociación sindical en RTVE con la dirección del
30 ente para aprobar un Estatuto de Informativos que tiene, desde hace un año, el reconocimiento
31 del Comité General Intercentros de la empresa. Actualmente, los representantes sindicales de
32 RTVE continúan negociando con la dirección del grupo la aprobación del Estatuto de
33 Informativos, una aprobación que no puede dilatarse más.

34 También el Telemadrid se negocia desde hace demasiado tiempo la aprobación de un
35 Estatuto de Informativos, sin que los representantes de los trabajadores encuentren la respuesta
36 que esperamos por parte de la dirección.

37 Las organizaciones del Foro reclaman de RTVE, de RTVM y de todos los entes
38 públicos de radiotelevisión la negociación, aprobación y aplicación de Estatutos de
39 Informativos. Es una cuestión urgente que no puede dilatarse más.

40 La existencia de Estatutos de Informativos y la elección de Comités de redacción debe
41 alcanzar tanto a los medios públicos estatales como a los autonómicos y los municipales. Los
42 Estatutos de Informativos deben aprobarse en el marco de la negociación colectiva, como
43 expresión del acuerdo de empresas y trabajadores para velar por la pluralidad informativa y la
44 independencia profesional.

45 En relación con esta materia, hay que reseñar que el proyecto de Ley de la Radio y La
46 Televisión de Titularidad Estatal contempla, en su artículo 24, la creación de Consejos de
47 Informativos en RTVE.

48 También el proyecto de Ley del Estatuto del Periodista Profesional, en tramitación
49 parlamentaria, prevé la constitución de Comités de Redacción en todos los medios con
50 redacciones formadas por más de ocho periodistas.

51 Las organizaciones del FOP esperan que ambas previsiones normativas lleguen a ser
52 aprobadas.

1 **6.- La financiación y el empleo**

2
3 La viabilidad económica es *conditio sine qua non* para la existencia de la televisión y de
4 la radio públicas.

5 Alguien podría pensar que la cuestión no debería tener para nosotros, profesionales de la
6 información, la relevancia de otros aspectos analizados en esta ponencia.

7 Sin embargo, la condición de trabajadores, por cuenta ajena o autónomos, de todos
8 nosotros, tanto de quienes elaboramos esta ponencia, como de quienes la debatiremos en la
9 convención de Avilés, indica lo contrario. La cuestión económica para nosotros es parte
10 fundamental de la pervivencia de las empresas públicas y por tanto, de miles de puestos de
11 trabajo en toda España.

12
13 **a) La financiación**

14 El debate se ha centrado tradicionalmente en cuál debe ser la fuente de recursos de los
15 operadores públicos del sector audiovisual. Sectores económicos parciales han insistido hasta la
16 saciedad en la presunta competencia desleal de los medios públicos al acudir a la doble
17 financiación (aportaciones públicas y mercado publicitario)

18 De entrada rechazamos el argumento. Los operadores privados ni tienen las mismas
19 obligaciones en la defensa de los derechos y libertades constitucionales ni van a ejercer la
20 función de servicio público, que es, *per se*, deficitaria. No vamos a construir un debate a partir
21 de una falacia.

22 Además, el debate lo consideramos superado por el Protocolo 27 del Tratado de la
23 Constitución Europea, que citábamos al principio, y que a nuestro entender consagra
24 definitivamente el derecho de los operadores públicos a un espacio bajo el sol, con doble
25 financiación incluida.

26 Ahora bien, hay que superar la actual situación de endeudamiento de los entes públicos
27 y hay que definir modelos estables de financiación. El Foro de Organizaciones de Periodistas
28 considera que las medidas a aplicar son las siguientes:

- 29
30 - Asunción de la deuda actual por las diversas administraciones.
31 - La adopción de acuerdos políticos estables para la financiación pública suficiente
32 para la programación de servicio público, a través de contratos-programa.
33 - El recurso al mercado publicitario y a la venta de programas propios para la
34 generación de recursos que financien la parte de la programación que se convenga
35 que no es de servicio público.
36 - En todo caso, es urgente desterrar el modelo actual de endeudamiento permanente
37 que se ha convertido en el viaje a ninguna parte (o al precipicio) de los entes
38 públicos.

39
40 La adopción de estas medidas podría ser financieramente suficiente, pero sería política y
41 profesionalmente insuficiente.

42 Junto a las medidas de carácter económico y financiero hay que adoptar otras que
43 situamos a mitad del camino entre el ámbito económico y el del empleo. Por ello, las abordamos
44 bajo el siguiente epígrafe.

45 Sobre las propuestas del Comité de Expertos y recogidas por el Gobierno en su proyecto
46 de Ley de la Radio y La Televisión de Titularidad Estatal para solucionar la deuda histórica y
47 para la financiación futura de RTVE, el FOP manifiesta:

- 48 - No encontramos diferencias de fondo entre estas propuestas y las que realizamos en
49 esta ponencia.
50 - Reclamamos, en todo caso, la toma de las decisiones necesarias para que el ajuste
51 económico y financiero no se aplique con el recurso a la reducción de empleo. Al
52 contrario, se debe primar el incremento de la producción propia como sistema más
53 adecuado para hacer posible el nuevo modelo de financiación.
54 - La nueva forma de financiación y la asunción de la deuda histórica por parte del
55 Estado en el caso de RTVE y por parte de las comunidades autónomas en el caso de
56 las radiotelevisiónes públicas territoriales se debe aplicar inmediatamente, antes
57 incluso de la modificación de la legislación básica sobre la materia. No hacerlo así

1 nos llevaría al incremento de la deuda, intensificado por la tendencia al alza del
2 precio del dinero.

3
4 **b) El empleo**

5 Como profesionales de la información, muchos de los miembros de las entidades que
6 conforman el Foro de Organizaciones de Periodistas, *vivimos de esto...* Y nos preocupa el futuro
7 del sector. Pero a quines no trabajamos en el sector audiovisual también nos preocupa su futuro.
8 Por solidaridad y porque el mercado, con sus mecanismos, traslada realidades salariales y de
9 empleo entre subsectores de un mismo sector más amplio, en este caso, el de los medios de
10 comunicación.

11 La deficiente regulación del sector audiovisual, o mejor, su desregulación, incide
12 negativamente en el nivel de empleo y en su calidad, referida ésta a la contratación, a las
13 condiciones salariales y a las condiciones de trabajo.

14 No haría falta decir que a quienes compartimos el espacio del Foro de Organizaciones
15 de Periodistas, nos preocupan estas cuestiones de una manera especial.

16 Consideramos que en el sector hay muchas tareas pendientes relacionadas con el
17 empleo:

- 18 - Reclamamos el incremento radical de porcentajes de producción propia por parte de
19 los programadores y emisores de radio y televisión. Está comprobado en la práctica
20 que la subcontratación encarece los programas y disminuye los salarios. Esta
21 perversa situación nos permite afirmar que el incremento de la producción propia no
22 sería negativo económicamente para los entes públicos de televisión y de radio.
- 23 - Se debe establecer un marco normativo que genere y defienda el empleo estable en
24 el sector, con la generalización de condiciones laborales y económicas que hoy
25 disfrutamos muchos, pero de las que carecen otros muchos.
- 26 - La negociación colectiva debe extenderse a la totalidad de las empresas públicas del
27 sector. Y también a las privadas. La adjudicación de concesiones de Televisión
28 Digital Terrestre, va a tener una notable incidencia en el empleo. El considerable
29 número de trabajadores implicados en la redefinición del mapa de televisión
30 comarcal nos obliga a tener prevista la actuación en el sector, para conseguir una
31 regulación satisfactoria y un nivel de empleo adecuado y de calidad.

32
33 En este capítulo tenemos que hacer una mención especial a la situación en RTVE. Las
34 organizaciones del FOP ven hoy con extraordinaria preocupación que, mientras el diseño
35 normativo que se dibuja parece el correcto de acuerdo con nuestras aspiraciones, las medidas
36 que de hecho está aplicando el Gobierno no responden al cambio anunciado en RTVE. Los
37 compromisos políticos y la práctica de la dirección de RTVE no van por el mismo camino. No
38 se están cumpliendo los compromisos.

39 Las actuaciones de la dirección general del ente público estatal han provocado la
40 incertidumbre y el desconcierto entre los trabajadores de RTVE. Por su parte, el Gobierno, ante
41 la tramitación de los Presupuestos Generales del Estado para 2006, ha vinculado de una manera
42 precipitada la dotación de 575,2 millones de euros para RTVE con un ajuste desmesurado de la
43 plantilla. Un recorte que el Gobierno pretendería que sea de entre 3.000 y 5.000 puestos de
44 trabajo. Como se señalaba anteriormente, más que recurrir a la desmesurada reducción de
45 empleo que se pretende, se debería fomentar el incremento de la producción propia de calidad.

46 El FOP llama, en este sentido, a RTVE a reconsiderar su actual política de
47 externalización de la producción y a negociar con los representantes de los trabajadores el
48 diseño futuro de la plantilla desde los criterios aquí apuntados. Ha de primar el aumento de la
49 producción propia de calidad sobre el recurso a la destrucción de empleo.

50 El hecho de que nuestra preocupación por el empleo cierre esta ponencia no es más que
51 una cuestión sistemática. De alguna manera, abrimos y cerramos la ponencia abordando las
52 cuestiones que más nos preocupan: el ejercicio de los derechos y libertades a través de los
53 medios audiovisuales públicos y la necesaria calidad en el empleo de los profesionales que
54 ocupa el sector.

55 Cuestión de democracia informativa y de democracia económica.

56 Acabamos con una aclaración. El título de esta ponencia es el mismo que encabezaba
57 otra que presentamos a la I Convención de Periodistas de España, celebrada hace ya siete años

IV Convención de Periodistas de España

1 en Cádiz. Y si repetimos título es porque seguimos en el mismo sitio, porque el sector
2 audiovisual público crece sin parar, pero crece en el desorden y con una falta evidente de
3 garantías y de instrumentos para ejercer el papel que constitucionalmente corresponde a la
4 televisión y a la radio públicas.

5 Esperamos que el proceso de reformas legales que vivimos actualmente responda a las
6 aspiraciones de los profesionales, que no se quede en la letra de las leyes y que llegue a cada
7 rincón del sector audiovisual y en especial a los operadores públicos.
8

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16

Proceso de presentación de aportaciones

17
18
19

20 Las ponencias presentadas en este libro han sido elaboradas colectivamente por
21 la dirección del Foro de Organizaciones de Periodistas. Son el contenido básico, el
22 punto de partida para los debates que mantendremos en la IV Convención de Periodistas
23 de España.

24
25
26
27
28
29

30 Conviene precisar que estos textos pretenden ser un punto de encuentro. Por
31 ello, no tienen porqué reflejar los planteamientos programáticos de ninguna de las
32 organizaciones que conforman el foro, que mantienen, cada una de ellas, sus políticas
33 sindicales o colegiales.

34
35
36
37

38 El proceso de preparación de la convención aconseja que fijemos un método
39 para la presentación de aportaciones a las ponencias y de comunicaciones, de manera
40 que los debates que mantendremos en Gijón sean más productivos.

41
42
43
44

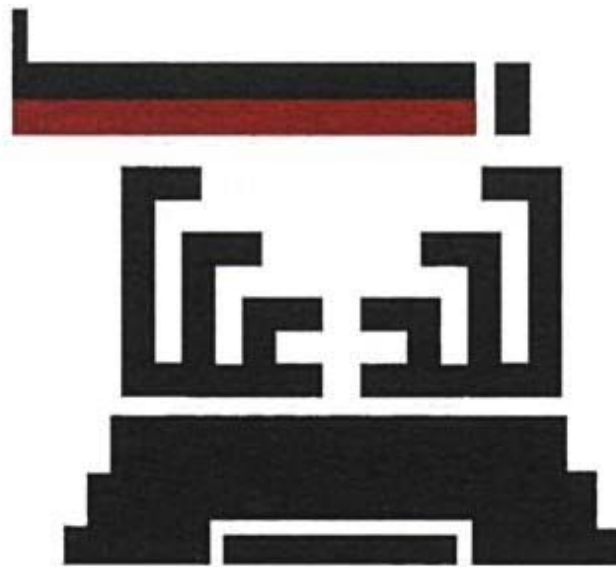
45 El plazo para la presentación de comunicaciones y de aportaciones a las
46 ponencias se abre con la difusión de este libro y se cierra el 22 de octubre. Las
47 aportaciones se enviarán por correo electrónico a la siguiente dirección:

secretaria@foroperiodistas.com

48
49
50
51
52
53
54

55 Están facultados para presentar aportaciones a las ponencias y comunicaciones
56 todos los periodistas pertenecientes a alguna de las organizaciones del foro o a otros
57 grupos que se inscriban para participar en la convención. También pueden presentar
58 aportaciones y comunicaciones los periodistas que tengan previsto inscribirse en el
59 encuentro a título individual.

FORO DE ORGANIZACIONES DE PERIODISTAS



FORO DE ORGANIZACIONES DE PERIODISTAS

www.foroperiodistas.com
secretaria@foroperiodistas.com

Agrupación de Periodistas de CCOO



Agrupación General de Periodistas de UGT



Col·legi de Periodistes de Catalunya-
Colexio de Xornalistas de Galicia



Federación de Sindicatos de Periodistas

