COMUNICACIÓN 23

VALORES PROFESIONALES Y SENTIDO DE LA PROFESIÓN PERIODÍSTICA

Una investigación sobre la función social de los periodistas de Salamanca

ARTURO MERAYO PÉREZ

Decano de la Facultad de Comunicación
Universidad Católica de Murcia

¿Hasta qué punto los resultados de una investigación que se centra en los periodistas de la provincia de Salamanca puede resultar de interés en otros ámbitos territoriales?

Pensamos que las conclusiones de este estudio no serían muy diferentes si se llevara a cabo en cualquiera de la mayor parte de las provincias españolas. Con la excepción de grandes mercados periodísticos –Madrid, Barcelona y Bilbao– la situación profesional de los periodistas no es muy distinta[1]. Es posible que se pudieran constatar leves diferencias porcentuales, pero cabe

[1] Así se pone también de manifiesto al contrastar los resultados con otros estudios realizados sobre el mismo tema:
- *La situación profesional y laboral de los periodistas vascos* (1998). Estudio elaborado por los profesores Ofa Bezunartea, María José Cantalapiedra y César Coca, de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco, para la Asociación de Periodistas de Bizkaia, en colaboración con SOCILAN, Gabinete de Sociología y Politología aplicada.
- Investigación sobre la situación de los periodistas españoles de prensa, radio y televisión realizado por el Departamento de Comunicación Pública de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra (María José Canel, Roberto Rodríguez Andrés y José Javier Sánchez Aranda) con la ayuda del Programa de investigación de la Universidad de Navarra (PIUNA) 1996-1999.

intuir que cualitativamente la profesión periodística en Salamanca presenta un perfil sociológico muy similar al de muchos otros lugares. Forma parte de lo que el léxico profesional conoce como "los periodistas de provincias". Éstos, sin duda, e independientemente de dónde residan, fácilmente se verán reflejados en las respuestas de sus colegas salmantinos y aquí radica parte del interés de este trabajo.

Al intentar determinar a juicio de los mismos periodistas, cuáles son los valores profesionales, surge inmediatamente una aparente y grave contradicción. Por una parte, si se pregunta sobre el perfil característico de los buenos periodistas, las respuestas de los profesionales conducen al periodismo de investigación y al rigor en el tratamiento de las informaciones; es decir, el periodista sabe que no ha de limitarse a contar lo que las fuentes interesadas difunden y tampoco a narrar simplemente los hechos más superficiales de la actualidad.

- El 67% de los periodistas piensa que es la indagación la actitud que debe primar en el buen profesional, sin la cual se hace difícil trasladar a los ciudadanos una imagen real del entorno informativo.

Los periodistas encuestados son capaces de describir con detalle las manifestaciones más claras del periodismo objetivista[2] e incluso parecen rebelarse contra ellas. Son capaces de diagnosticar con precisión las dificultades cotidianas que no sólo les impiden informar con rigor sino que, además, les abocan hacia un periodismo de declaraciones que gira en torno a las fuentes interesadas: influencia o incluso presión publicitaria, carencia de tiempo, falta de personal, exceso de ruedas de prensa, desmotivación y falta de reconocimiento, deficiente gestión empresarial, etc. Estos factores son, asimismo, los que determinan la disminución de la calidad de las informaciones en la medida en que la investigación periodística resulta casi imposible al no existir las condiciones mínimas para su realización.

Pero por otra parte, al preguntar sobre las percepciones acerca de la función social del periodismo, las respuestas cambian radicalmente: los periodistas se alejan del afán investigador ya que rechazan explícitamente que a ellos les corresponda denunciar injusticias, vigilar instituciones y gobernantes o adoptar un compromiso ideológico. Dicho de otro modo, prefieren optar

[2] Recomendamos vivamente la lectura de GALDÓN LÓPEZ, Gabriel: *Desinformación: método, aspectos y soluciones*, Eunsa, Pamplona, 1994. Se trata de un excepcional ensayo sobre las manifestaciones y riesgos del periodismo objetivista tradicional, tan sólidamente arraigado entre los profesionales, así como acerca de los modos para evitarlo y las ventajas que desde el punto de vista mediático y social produce el alejarse de una concepción periodística aparentemente neutral.

mayoritariamente por posiciones distantes de las que son características del periodismo de investigación y refugiarse en las de mero transmisor o intermediario de la sociedad.

- Los periodistas salmantinos se ven a sí mismos, en primer lugar y mayoritariamente, como agentes "intermediarios de la sociedad": el 57% se identifica mucho o completamente con este ideal.
- El 51% se considera bastante identificado con la idea de que la función del periodista es ser mero transmisor de la realidad.
- El 43% no está de acuerdo con que el periodista deba asumir el rol de denunciante de injusticias; el 59% no acepta ser vigilante de instituciones o gobernantes; el 95% rechaza que el periodista deba mostrar alguna militancia ideológica.

Esta contradicción pone de manifiesto que el concepto de periodismo comprometido y no neutralista –asociado tradicionalmente a una de las más importantes funciones sociales de la prensa–, se desvirtúa profundamente a causa de las circunstancias en las que los periodistas están obligados a ejercer su profesión. Las funciones de perro guardián, de control político de instituciones y gobernantes, de denuncia de injusticias –en definitiva el concepto de periodismo al servicio de la sociedad– se acaban diluyendo, sencillamente porque no se dan las condiciones para que prosperen. Los profesionales se ven forzados así a modificar su jerarquía de prioridades; y de este modo, en lugar de buscar el desarrollo de ese ideal, acaban sumergiéndose en actividades rutinarias, alentados por la propia situación de precariedad. Su máxima preocupación se centra en evitar el riesgo a toda costa. Para ello el periodismo objetivista brinda un cómodo refugio con la suficiente apariencia de profesionalidad; en el fondo, el periodismo objetivista se convierte en un confortable mecanismo de defensa.

1. Una apuesta teórica por la investigación y el rigor

La mayoría de los periodistas salmantinos (67%) piensa que es la indagación la actitud que debe primar en el buen profesional y sin la cual se hace difícil trasladar a los ciudadanos una imagen real del entorno informativo. Este modo de entender la actividad periodística prima por encima de la que considera al profesional un mero "transmisor" (18%), alguien que actúa como espejo o reflejo de la actualidad, limitándose a narrar única y exclusivamente los aspectos más evidentes o superficiales de la realidad.

P42. Cuál de estas actitudes debe primar en el perfil de un buen periodista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Espejo de la actualidad	18	18,0	18,0	18,0
	Indagar en la actualidad	67	67,0	67,0	85,0
	Ninguna de las dos	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

A la vista de estos datos, pudiera pensarse que la indagación en los hechos es la norma habitual en el comportamiento periodístico de los sujetos estudiados; sin embargo, la parte cualitativa del estudio muestra cómo el ideal de profundización e indagación se ha vuelto en la mayoría de las ocasiones inalcanzable. En realidad, conforme a lo deducido de otras respuestas del cuestionario y de los propios testimonios de los periodistas entrevistados, la investigación de los hechos susceptibles de convertirse en noticia requiere de tiempo y de medios materiales y técnicos de los que los periodistas no acostumbran a disponer. Es más, muchas veces tampoco son posibles ni siquiera para realizar una tarea previa y más sencilla, como es la que afecta al contraste entre opiniones o puntos de vista.

La indagación es muchas veces tan sólo una loable intención estéril y, teniendo en cuenta las condiciones laborales, no es extraño que acabe triunfando un periodismo objetivista sencillamente porque resulta mucho más factible. Los profesionales actúan como meros transmisores de la información que recopilan en las ruedas de prensa y en los acontecimientos programados por las fuentes interesadas. Como consecuencia de ello, la función de control de las instituciones públicas y privadas y de vigilancia del espacio social queda relegada a un segundo plano.

> "Yo creo que en Salamanca no [hay posibilidad de indagar en los hechos, de hacer investigación] (...). Porque muchas veces las noticias entre comillas son las ruedas de prensa. Y entonces la noticia ya sabes cómo va a ser de antemano. Tú lo que quieres es transmitir una información que sea interesante para el lector, pero no se investiga (...). Lo que muchas veces se hace es (...) cubrir un espacio en un periódico que la gente lee. Es verdad, pero no es investigación". (Entrevistado nº 18).

1.1. ***Pero la publicidad manda***

La falta de medios adecuados está patente en muchos de los comentarios de los informadores entrevistados. A través de ellos puede constatarse, además, cómo –sobre todo en el medio televisivo local– la publicidad prima por encima de los requerimientos técnicos de los programas informativos. Se trata, en gran medida, de un periodismo "al servicio de la publicidad":

"Se necesitaría que fuéramos más para cubrir (...) toda la actualidad del día a día de Salamanca. Aparte de que (...) lo tienes que compaginar con los aspectos publicitarios, para los cuales necesitas equipos que se arrebatan a las noticias". (Entrevistado nº 3).

"[En las televisiones] cogemos mucho contenido de fuera. Y el contenido local debería ser mayor (...). Pero para eso hay que tener más cosas: tener más gente, tener más equipos". (Entrevistado nº 4).

El problema de la prioridad que parece concederse a la publicidad no sólo afecta a los medios técnicos sino que también influye en la asignación de los recursos humanos de las televisiones y, por consiguiente, en el resultado del producto final. El departamento comercial del medio tiene que compartir cámaras y platós con los informativos, nutriéndose, además, del personal que inicialmente tenía estipuladas otras funciones. Cuando los responsables máximos lo ven necesario, no suelen dudar en sustituir el tiempo dedicado a las noticias por los anuncios, con lo que la profundización en los hechos queda relegada. De esta manera, la información se convierte, en estos casos, en el soporte para insertar la publicidad.

"En épocas fuertes, cuando hay mucha publicidad, se debilita una parte de la redacción muy importante (...). La publicidad prima: en el trabajo de una página, prima más la publicidad. Si por meter publicidad hay que cortar una página ya escrita, pues se hace". (Entrevistado nº 4).

"Presiones publicitarias hay muchísimas. Y eso sí que fastidia al periodista. Creo que nos fastidia más eso que las [posibles presiones] de los políticos. Cuando te presionan por cuestiones de publicidad, eso te cabrea mucho". (Entrevistado nº 6).

"Lo que menos importa es la calidad del producto. Importa que salga, que se llene y que haya algo que asiente la publicidad que tenemos. Eso es lo que importa realmente, que haya un soporte donde meter la publicidad". (Entrevistado nº 20).

1.2. ***Y la falta de tiempo castiga***

La indagación y la profundización en los hechos como ideales periodísticos se enfrentan a menudo con el obstáculo de la falta de tiempo al que hay que sumar el de la desmotivación profesional. Pese a que los periodistas que ejercen en Salamanca trabajan durante muchas horas, la mayoría de ellos no se siente satisfecha con el producto que consigue. Se trata de un círculo vicioso del que no es fácil salir: efectivamente, la escasez de tiempo para cubrir con rigor todos los temas que se les asignan repercute también en la falta de profundización en los temas, y así el incumplimiento de las expectativas ideales forjadas sobre la profesión acaba por generar una desmotivación progresiva.

> *"[La falta de] tiempo te machaca y hay temas ante los que te quedas pensando que podrías haber hecho más. Pero llega un momento en el que dejas de darle tantas vueltas a las cosas. Al principio sí, le das vueltas a un tema, tiras por ahí y metes no sé qué. Pero llega un momento en que no, porque lo que estás haciendo aquí es periodismo de guerrilla. Es periodismo de llenar trozos día a día con lo que caiga, da igual lo que sea". (Entrevistado nº 1).*
>
> *"Un reportaje que puedes hacer llamando a cuatro sitios, lo tienes que hacer llamando a dos porque no hay tiempo". (Entrevistado nº 2).*
>
> *"No da tiempo [a ahondar en las noticias]. Es que el gran problema del periodismo salmantino es que no da tiempo a nada. Hay muy pocas personas: te toca ir a muchas ruedas de prensa, tienes que hacer una entrevista a no sé quién... Después de eso es que no te da tiempo a más (...). Lo que pasa es que luego te exigen más. Quieren que vayas por si acaso a todas las ruedas de prensa y luego exigen temas propios. Y llega un momento en el que no das más de ti. Yo he llegado a ir a una rueda de prensa a las once, otra a las doce y media, otra a la una, y luego, por la tarde, a las seis también tienes otra". (Entrevistado nº 9).*
>
> *"No hay horas suficientes [para investigar]. Si te pones a desarrollar una investigación, hay veces que necesitas una semana o un mes. Las cosas aparecen o no. Y te tienes que estar moviendo en ámbitos donde no hay tiempo (...). Pocas veces hemos podido hacer algo en este sentido, alguna vez se ha hecho cuando ha tenido interés suficiente. Entonces hemos hecho de tripas corazón y se ha logrado". (Entrevistado nº 14).*

"Acabas cubriendo ruedas de prensa y cubriendo el expediente. Mira, cuando la gente está un poco más tranquila, no hay más que verlo (...). Hay épocas en las que (...) hay más redactores (...). Tienes la posibilidad de decirle a un tío: hoy no hagas nada más que esto; busca esto; investiga este tema (...) y la gente flipa. (...); pero en épocas en que hay poca gente, la gente no está contenta. Llegas allí y todo lo que planteas lo cogen a mal. La falta de motivación es total". (Entrevistado nº 13).

Indiscutiblemente, la rapidez con que han de elaborarse las noticias afecta a la calidad de la información. Es evidente que si no hay tiempo la noticia no puede contrastarse. El resultado es que se favorece la elaboración superficial de las noticias y la difusión indiscriminada de informaciones generadas por fuentes interesadas. Si el mínimo contraste exigible es la consulta de al menos dos fuentes, a menudo la norma se reduce a hacerse eco de lo que afirma tan solo una de ellas. Quizá posteriormente se recojan las opiniones de la otra parte y posteriormente la réplica consiguiente. Pero de esta manera el informador puede acabar reduciendo su actividad a un periodismo de declaraciones que se vierte en cascada, sin verificación alguna y –lo que es más grave– sin aportar los suficientes elementos críticos que el público precisa para comprender el contexto informativo. En este sentido, las críticas por la falta de rigor, acusan principalmente a los medios audiovisuales.

"La noticia que se contrasta ya es algo excepcional, cuanto más para investigar. La mayoría de las veces en las radios y las televisiones locales no se contrastan las fuentes. Otra cosa es la prensa, porque trabajan a otro ritmo. El que hace local, hace local, y se dedica a eso; asunto distinto es que investigue, porque lo hacen poco. Ahí [en los periódicos] hay más rigor. Nosotros del rigor pasamos, porque no hay tiempo literalmente. Si una persona que hace un informativo tiene que ir a cubrir siete cosas en una mañana, no tendrá tiempo material para contrastar. A veces, hasta por desidia, no lo hacemos". (Entrevistado nº 20).

Es común en casi todos los medios, no sólo en los de ámbito provincial, que cuando se trata de hacer periodismo de investigación[3] el tiempo corra también en contra de la calidad de la información. La competencia entre medios muchas

[3] A menudo, la auténtica indagación, a iniciativa de los periodistas o a partir de una pista, se confunde con las filtraciones de información que, si bien pueden tener carácter de exclusivas y resultar impactantes, no pocas veces cumplen únicamente el fin de favorecer a las fuentes interesadas que las generan y que en realidad utilizan a los periodistas como transmisores o "voceros" de las mismas.

veces fuerza a sacar la noticia cuando todavía no ha concluido la indagación, para evitar así que algún otro medio se adelante a su publicación.

"*Hay muchos periódicos en Salamanca. En prensa, cuando se quiere investigar algo, ya están los otros medios detrás y no puedes hacer ninguna investigación tuya. Ya están los otros mirando quién lo saca primero. Aquí lo que prima es sacar la información cuanto antes y quién la saca el primero, aunque sea incompleta. Yo el primero, en cuanto hago algo, lo saco, porque, aunque lo tengas preparadísimo, si viene otro y te lo pisa, ya no vale". (Entrevistado nº 10).*

1.3. ***Poco personal, menor rigor***

El problema de la simplificación de la realidad proviene, en gran medida, de una falta de especialización derivada de la escasez del personal que configura las redacciones. Este problema aparece más frecuentemente en los medios provinciales e implica que los periodistas de provincias tengan que saber "hacer de todo", encargándose de diferentes secciones, trabajando al mismo tiempo en las áreas de información y opinión, y acostumbrándose a cubrir cualquier tipo de tema. En estas condiciones resulta muy difícil poder profundizar en alguna información.

"Yo lo mismo puedo hacer campo (...), que puedo estar haciendo local (...). Puedo hacer cualquier cosa (...). Entonces no te da tiempo nunca a enterarte de nada en profundidad". (Entrevistado nº 1).

"Viendo lo que se hace todos los días, yo creo que sale demasiado bien. Y es cierto que, a lo mejor, en las televisiones locales hay programas que son bazofia porque sí, se está haciendo mucha basura; pero seis personas no pueden hacer una televisión con toda su programación". (Entrevistado nº 3).

"En la tele, en la radio... ves que en informativos hay sólo una persona. No hay plantilla y esa persona tiene que tirar de los periódicos y de los titulares de los periódicos. O los periódicos no tienen equipos que se encarguen de investigar y tiran sólo de ruedas de prensa (...). No hay investigación propia, eso es impensable. Ves que en otra ciudad hay una plantilla del informativo de cinco personas y, entonces, sí que pueden investigar, o pueden ahondar más en los temas. Pero eso aquí es imposible". (Entrevistado nº 8).

"Si tú llevas un tema y una sección durante mucho tiempo, puedes intentar sacar y hacer preguntas. Pero si tienes seis temas que sacar esa mañana, no tienes tiempo de preparar esa rueda de prensa". (Entrevistado nº 9).

El exceso de tareas es otro grave obstáculo para intentar profundizar en la información. Con frecuencia, los periodistas tienen que encargarse de cubrir muy distintos temas distintos a lo largo del día. Aunque las horas de trabajo son muy numerosas –cincuenta horas semanales– el número de encargos que provoca la falta de personal limita las posibilidades de indagación.

"En Madrid tienes un tema y es un tema lo que haces. Te puedes dedicar a él. Yo en un día puedo tener seis o siete cosas, con lo que vas deprisa y corriendo, uno detrás otro. No te da tiempo a hacer nada bien, o al menos no tan bien como quisieras". (Entrevistado nº 1).

"Yo he llegado a ver en un informativo cómo una persona hacía todas las noticias (...) la calidad no es la misma. Porque esa persona no habrá podido estar en todas las ruedas de prensa. Y entonces te das cuenta de que a veces no hay calidad porque no puede haberla". (Entrevistado nº 3).

"Los días que descansa alguien [en la sección] se quedan dos personas para siete páginas (...). Esto se hace a toda leche. Ten en cuenta que en mi sección hay mucha información que llega de teletipos. Páginas propias son, en realidad, cuatro. En esos momentos baja la calidad, pero lo importante es que salga el periódico". (Entrevistado nº 15).

1.4. ***Y llega la desmotivación***

A resultas de todo lo anterior, la desmotivación profesional se ha convertido en un problema muy grave para el periodismo salmantino. La ilusión se pierde y la vocación inicial va desapareciendo paulatinamente, con la repercusión directa que esto supone en términos de calidad informativa: y es que, evidentemente, un nivel mayor de satisfacción profesional llevará aparejado un mayor entusiasmo por el trabajo bien hecho y viceversa.

"La gente trabaja por vocación, pero trabaja también por dinero. Y cuando tienes menos años y tus gastos son un piso o un teléfono móvil, pues te pueden pagar una miseria, pero dices 'bueno' (...); pero está claro que la vocación va a menos. Está claro. Con los años y con la vida". (Entrevistado nº 4).

"Trabajar te abre los ojos (...). Cuando (...) estás con un compañero de trabajo que lleva ocho años en la radio, con otra que lleva cuatro en periódicos locales pululando por ahí, ya empiezas a notar el desencanto (...). Y esto me está pasando a mí desde hace tres años. Y ahora mismo mira cómo están ya. Hay gente que se ha llegado a ir. Y son gente (...) mayor que yo. Y (...) veo esas cosas y me hace pensar: 'y yo cuando tenga su edad, y me hagan estas cosas, me voy a mi casa". (Entrevistado nº 3).

"Empiezas muy ilusionado, pero, en las condiciones de trabajo que tenemos, llega un punto en que eso cambia. A mí me ha pasado (...). Yo estoy en este trabajo porque me gusta. Siempre he sabido que era un trabajo con el que no me iba a forrar, pero que me gustaba. Pero es que hay veces que ya llegas a unas condiciones en las que dices: 'no es más que un trabajo'". (Entrevistado nº 5).

"En muchas ocasiones la precariedad está afectando al contenido de las informaciones. Llega un momento en el que te quemas y no profundizas en los temas como lo harías si estuvieras tranquilo y relajado (...). Ha habido momentos en los que he dicho: '¿qué hay? ¿esto y esto? Pues, hala'. Y no piensas más y sabes que lo podrías haber hecho mejor (...). Nos movemos por unos ciertos estímulos y uno de ellos es el dinero". (Entrevistado nº 6).

"Empiezas muy a gusto, pero luego te pones a pensar: 'llevo año y medio; estoy de colaborador; trabajo no sé cuántas horas; ¿y esto va a ser para toda mi vida?'". (Entrevistado nº 13).

Además de aparecer asociada a los sueldos bajos, la desmotivación va unida a menudo a la falta de reconocimiento profesional. A través de algunas preguntas de la encuesta este problema se manifiesta como uno de los más importantes de la profesión. Muchos periodistas no se sienten valorados ni por sus jefes, ni por los empresarios que dirigen el medio, para los que simplemente, según la percepción de algunos reporteros, la empresa es un instrumento más para conseguir poder económico y social. La necesidad de reconocimiento del trabajo diario es una demanda presente en numerosos testimonios. La falta de incentivo, tanto económico como profesional, es otra de las quejas más recurrentes.

"Tú necesitas un reconocimiento. El reconocimiento consiste en que si sabes que algo lo has hecho bien, que alguien te dé una palmadita y te diga 'oye, esto me ha gustado' (...). Con eso tampoco basta sencillamente, pero también te sientes... es una cosa interna que sientes... y dices:

'por lo menos hay alguien que lo ha visto'. Y lo que ocurre es que, según va avanzando el tiempo, resulta que sucede lo contrario". (Entrevistado nº 4).

"[A la gente hay que] cuidarla, estar a gusto y reconocerle cuándo ha hecho un buen trabajo. Se nota. El tercer problema que veo más gordo –además de personal y salario– es la motivación. La gente está muy poco motivada (...). Tú hablas con los compañeros y les gusta mucho la profesión, pero uffff!". (Entrevistado nº 13).

"A mí me gustaría trabajar por objetivos: que tú hicieses algo y eso se te reconociera (...). No quiero decir el llegar a lo más alto y decir 'hala, soy el máximo'. No. Simplemente que se te reconozca profesionalmente porque creo que puedo dar más. En ese caso sí que se podría conseguir unos objetivos planteados y que te lo recompensaran". (Entrevistado nº 8).

"Son los jefes, los jefes que no... No sé. Es cuestión de falta de motivación. Si haces algo bien, nunca te van a decir que está bien hecho (...), a los directivos les da igual, les da lo mismo. Mientras salga. Yo a veces tengo la sensación de que da todo igual, es como si hiciéramos churros. Haces noticias, pero les da igual, no se las leen". (Entrevistado nº 9).

"El sueño de cualquier periodista es poder coger un tema, tirarte una semana investigando y sacar algo. Eso no es posible, es utópico en Salamanca, no se puede (...). No te dan la oportunidad de hacerla [una información de calidad]. Yo no estaba motivado para hacer temas propios, porque como, al final, tampoco te lo reconocen... Al final, llega un momento que dices, si hago mis temas propios, tengo huecos en mi página que tengo que cubrir, ir a las convocatorias, dices: 'a mí, al final, me van a pagar lo mismo por hacer esto, que por temas propios y no me lo van a reconocer. Entonces, al principio te engañas, porque quieres que tu tema salga en portada, y lo haces por ti, pero llega un momento en que eso se te acaba y no te compensa." (Entrevistado nº 16).

"Si estás en una sección muchos años, llega un momento en que es muy mecánico y no aprendes nada. Llegas, rueda de prensa y te cuentan, bla, bla, bla, y escribes, bla, bla. Y, como en esos medios de comunicación no tienden a incentivar a la gente... Para ellos, una persona que está haciendo un reportaje de periodismo de investigación, está perdiendo el tiempo. Y no se valora eso, que es lo que podría aportarte algo en tu trabajo (...). Lo importante es rellenar. Esa es la palabra adecuada. Tenemos que llenar. Es que se dice así en las reuniones. Se te cae el alma los pies, por-

que les da lo mismo si vienes con un notición que si vienes con una tontería, si es suficiente para llenar. Entonces, no te motiva, no te estimula, se hace todo rutinario. En cuanto quieres hacer algo nuevo, tienes que andar dando explicaciones. Eso te desanima mucho y, por eso, la verdad es que la gente con mucha vocación es la gente que acaba más quemada. Porque ves que no tienes posibilidades de desarrollarte profesionalmente. Luego, la gente cuyo objetivo es tener un sueldo a fin de mes y no tener problemas y no comerse la cabeza, pues son los que más aguantan". (Entrevistado nº 17).

"Al empresario las personas le importan muy poco. Lo que le interesa es tener a alguien que le saque el trabajo adelante con los mínimos fallos (...). El empresario no valora el trabajo de los periodistas (...). Valora que tiene un medio de comunicación que puede utilizar cuando quiere la mayoría de las veces". (Entrevistado nº 6).

"Entras en una dinámica en la que haces de todo. Parece que no va a salir y, al final, sale. Ése es el gran problema de los medios (...). Que al final salen las cosas y al final el periódico está en la calle. Si algún día alguien se hubiera plantado y el periódico no hubiera estado en la calle, las cosas habrían cambiado (...). Ése es el problema; que lo importante es que [el periódico] salga. Yo ha habido días que he leído el periódico y he dicho: 'Dios mío, ¡qué estamos haciendo!' Y no ha sido ni un día, ni dos, sino en varias ocasiones". (Entrevistado nº 16).

"Creo que hay muy buenos profesionales y que se está haciendo muy mal periodismo. Hay muy buenos profesionales absorbidos por las empresas en las que trabajan, pero no se hace buen periodismo. La empresa no les deja hacer el buen periodismo que ellos llevan dentro y que, por momentos y en pinceladas, se puede observar. Las empresas les obligan a ser escribientes, plumillas, gente que se pone delante de un micro como papagayos o rostros parlantes". (Entrevistado nº 19).

1.5. ***Los empresarios en el centro de la crítica***

Los empresarios de comunicación están constantemente en el punto de mira de los periodistas entrevistados en esta investigación. A su juicio, la gestión que realizan no es buena ni colabora a promover la calidad del periodismo. Los informadores mantienen que muchos empresarios dejan escapar a

los profesionales con más experiencia que son los que podrían conseguir un nivel de calidad en las informaciones mucho mayor que el que se obtiene en la actualidad.

> *"Han dejado marchar a la gente que tenía experiencia. No han cuidado al personal; porque a pesar de todo se podía haber cuidado a esa gente con experiencia y no lo han hecho. [La gente que cogen de nuevas] es gente que no tiene ningún tipo de experiencia y, como tampoco tienen a nadie que les enseñe, la calidad baja. Eso se notaría menos si sólo hubiese uno nuevo; pero si todos los que llegan son nuevos y todas las informaciones cojean (...) eso se nota. En los últimos años ha bajado mucho la calidad. Antes, yo creo que se cuidaba más todo. Ahora se hace todo a matacaballo". (Entrevistado nº 11).*

Por el contrario, las redacciones de los medios de comunicación se nutren de becarios que –muy pronto, apenas iniciada su incorporación laboral– podrán ser requeridos para realizar las mismas labores que los periodistas ya experimentados. El periodo de aprendizaje es –cuando existe– muy breve en relación a otras profesiones en las que el tiempo de entrenamiento acostumbra a ser mucho más amplio. La consecuencia de esta inserción tan rápida implica riesgos importantes que afectan una vez más a los contenidos de las informaciones.

> *"Hay cosas que llevan más responsabilidad y no te dejan. Pero en cuanto llevas un poco de tiempo allí en periodo de rodaje, que suele ser bastante corto, haces lo mismo. De lo que no se dan cuenta los empresarios es de la responsabilidad que entraña nuestro trabajo. Me contaba una amiga mía (...) que en verano han entrado becarios sin tener ni idea y lo que han hecho es sustituir a gente que estaba de vacaciones. Además, estuvieron a punto de meter la pata muchas veces de forma estrepitosa. Trajeron informaciones, iban a abrir a cuatro columnas con eso y resulta (...) que ya lo habían publicado hacía un año". (Entrevistado nº 11).*

Existe una fuerte dependencia de las ruedas de prensa y acontecimientos programados para los medios. Los periodistas entrevistados son conscientes de que semejante exceso está perjudicando la calidad de las informaciones que se publican o emiten. Reconocen que el poder de los gabinetes y la falta de iniciativa propia de los medios tiene como consecuencia un producto totalmente mediatizado que se aleja de la realidad cotidiana y tangible para los públicos consumidores de las noticias.

"Aquí hay varios problemas. Primero, somos pocos; por lo que, en un día malo, hay veinte ruedas de prensa... Pon que cada persona vaya a dos, una a las once y otra a la una, por ejemplo. Y vas a las cosas convocadas porque la política aquí es ir a las cosas convocadas (...). Pero si tú un día vas a tres ruedas de prensa es materialmente imposible que le dediques un tiempo mínimo a un tema que tengas pendiente o buscar un tema nuevo. Es imposible. En el periódico siempre te dicen que hagas temas propios, pero también te dicen que vayas a ruedas de prensa. Por ejemplo, el Ayuntamiento (...) es una cosa que está muy mediatizada. Sacar temas del Ayuntamiento cada vez es más difícil pero, en contrapartida, tú siempre estás allí sentado en una silla escuchando a alguien, porque ya se encargan ellos de que tengas un programa apretado de actividades. Puedes ir un día y quedarte en la misma silla durante toda la mañana, porque tienes algo a las once, a las once y media, a las doce, etc. Te mantienen ocupado; te dan "temitas", pero no tienes tiempo ni acceso para buscar, porque tampoco se te permite". (Entrevistado nº 5).

"Está muy de moda lo de hacer ruedas de prensa para cualquier cosa (...). Lo que pasa es que, mediáticamente, las empresas te obligan a acudir. Hombre, no te obligan, pero sí te dicen vete a esto o a lo otro. También entran los intereses publicitarios: 'Oye, que éstos han puesto publicidad'. Y entonces vas, aunque no sea una cosa que te llame mucho la atención". (Entrevistado nº 14).

"No hay iniciativas informativas por parte de los medios de comunicación. Es cubrir lo que nos dan hecho. Es lo más fácil, lo más barato y lo que menos tiempo lleva. Tampoco valoramos que hay algunas ruedas de prensa que son tonterías. Yo creo que vamos a cubrir muchas tonterías que no son interesantes. Y todos los colectivos como son conscientes de que, si hacen una rueda de prensa, los medios van, pues las convocan para cualquier tontería. Se va a casi todo, porque es más cómodo para todos. En la prensa se intentan sacar más cosas nuevas, pero en los audiovisuales no; porque somos mucha menos gente en la plantilla y tenemos que hacer todo. No profundizamos en nada prácticamente". (Entrevistado nº 20).

Debido en gran parte a las condiciones de trabajo en la que se mueve, el periodista local se convierte a menudo en una marioneta de las instituciones, de los políticos y de las organizaciones más importantes de la zona de cobertura. Las fuentes habituales utilizan a los reporteros para

diseminar la información que les interesa sacar a la luz. Para ello se valen de las ruedas de prensa; pero también del control sobre los flujos informativos. Las fuentes interesadas abren o cierran el grifo de la información que poseen en función de sus objetivos (...). [Las fuentes políticas e institucionales] facilitan información sólo cuando les interesa y a veces sólo a aquellos medios que desean por afinidad ideológica o por otros factores". (Cuestionario nº 65. Pregunta abierta nº 61).

"Es que ahora mismo tenemos tal sobreabundancia de convocatorias, que estamos haciendo el periódico que quieren que hagamos (...). Nadie se atreve a dar el primer paso, y mucho menos cuando tienes tanta competencia. Aquí en Salamanca, con tres periódicos, pues quieres dar todo, todo, todo, y mandas a todo (...). Hay determinados gabinetes de prensa que son vergonzosos. Llamas para hacer una entrevista a una persona y te dicen que no porque va a dar una rueda de prensa dentro de cinco días". (Entrevistado nº 2).

Desde el lado de los gabinetes, la relación se ve de otra forma: existe un perfecto acoplamiento con los medios, con el que los periodistas se muestran satisfechos y que repercute en beneficio de las fuentes estables. Esta es la opinión de un "periodista de fuentes" que trabaja en un gabinete:

"Con la gente que trabaja en los medios de comunicación no hay ningún problema. Al contrario, son muy agradecidos. Si tú les facilitas el trabajo son muy agradecidos; sobre todo en radio y televisión, porque necesitan algo muy rápido. Si gestionas cualquier entrevista rápidamente, son muy agradecidos y te lo hacen saber". (Entrevistado nº 8).

La aplicación en la práctica de la idea del periodista como un mero espejo que se limita a reflejar lo que acontece superficialmente produce a menudo graves deformaciones y distorsiones en la realidad que, a la postre, acaban padeciendo los públicos consumidores de las noticias. Si la gran mayoría de la información diaria procede de ruedas de prensa y de convocatorias, la consecuencia inmediata es que se publican contenidos de muy baja calidad y se reproducen en serie las verdades parciales que a las fuentes interesadas les interesa difundir. El resultado final de este proceso puede desembocar en un falseamiento de la realidad en el que colaboran prácticamente todos los medios. Muchos periodistas reconocen el perjuicio que la persistencia en estas rutinas está causando a la institución periodística y a la sociedad local en su conjunto. Pero los motivos para el mantenimiento de estas prácticas y la dificultad de imponer procesos de trabajo alternativos son numerosos;

entre ellos se encuentra la propia inexperiencia de los periodistas que, con frecuencia, les paraliza en posiciones conservadoras con el fin de evitar el despido o conseguir la renovación en su puesto de trabajo.

"Las ruedas de prensa son una vergüenza. No se hacen preguntas pertinentes o se formulan con temor. Hay una joven generación de periodistas mejor preparada que nunca, pero con un temor reverencial a cualquier figura con poder. Temen incomodar a quienes suponen que presionarán a sus medios con negación de informaciones o retirada de la publicidad, lo que podría acarrearles la congelación de su promoción interna, la no renovación del contrato o el despido. Lo cierto es que su temor no es injustificado. Una gran parte de los ingresos publicitarios provienen de las instituciones, gobernadas todas ellas por el mismo partido político con mayoría absoluta. Los políticos en el poder saben de los contratos temporales, las jornadas abusivas y agotadoras y las bajas remuneraciones y se aprovechan de ello. De ahí su altanería, prepotencia y arrogancia que les lleva a negar incluso lo evidente". (Cuestionario nº 50, pregunta abierta nº 62).

"Falla que están tirando de becarios, tirando de la Facultad; que no están considerando a los profesionales como tales, que priman los intereses publicitarios a los periodísticos". (Entrevistado nº 9).

En resumen, la falta de tiempo y de personal suficiente, unida a los horarios excesivos y a los problemas de organización de las redacciones configuran un conjunto de factores que provoca en muchos periodistas locales sentimientos de frustración y desmotivación ante el trabajo profesional. Estos factores son, asimismo, los que determinan el nivel de calidad de las informaciones porque la investigación periodística resulta casi imposible cuando no se dan las condiciones mínimas para su realización.

2. Resultado: periodistas objetivistas: más neutrales y menos comprometidos

Aunque, como hemos visto (pregunta 42), los periodistas de Salamanca se inclinan teóricamente por un modelo de indagación en la realidad que no es fácil de llevar a la práctica, en la pregunta 43 se inquiere sobre las percepciones ideales que los periodistas tienen acerca de su función profesional. Y aquí, paradójicamente, los resultados se alejan radicalmente del afán inves-

tigador en la medida en que los periodistas rechazan que deban denunciar injusticias, vigilar instituciones y gobernantes o adoptar un compromiso ideológico. Al contrario, prefieren optar mayoritariamente por posiciones distantes de las que son características del periodismo de investigación y refugiarse en las de mero transmisor o intermediario de la sociedad.

En la siguiente tabla se muestra su grado de aceptación/rechazo con respecto a cinco roles característicos del periodista:

- El periodista como mero transmisor de la actualidad.
- El periodista como intermediario en la sociedad.
- El periodista como abogado de causas y denunciante de injusticias.
- El periodista como "perro guardián", vigilante de instituciones y gobernantes.
- El periodista como actor ideológico a favor o en contra de grupos políticos, sociales o culturales.

P43. Percepciones ideales sobre el periodismo

Grado de identificación con el concepto	Mero transmisor	Intermediario de la sociedad	Denunciante de injusticias	Vigilante del gobierno	Militante ideológico
1 nada identificado	13,3	1,0	21,4	**36,7**	**88,7**
2 poco identificado	11,2	15,5	21,4	22,4	7,2
3 bastante identificado	**52,0**	25,8	**28,6**	27,6	4,1
4 muy identificado	17,3	**36,1**	20,4	10,2	0
5 completamente identificado	6,1	21,6	8,2	3,1	0
Media	2,92	3,62	2,27	2,20	1,15

Los resultados de la tabla muestran que los periodistas salmantinos se ven a sí mismos, en primer lugar y mayoritariamente, como agentes "intermediaros de la sociedad" en la que viven. El 36% se identifica mucho con este ideal (puntuación 4) y el 21% se siente completamente identificado (máxima puntuación 5). A continuación, aceptan la idea de que actúan como "transmisores de la actualidad": el 51% se considera bastante identificado (puntuación 3) con este concepto y el 17% muy identificado (puntuación 4), en lo que supone una concepción puramente fáctica de la profesión en la que lo importante es permanecer pegados a los hechos. En tercer lugar, aceptarían el retra-

to de los periodistas como "denunciantes de las injusticias": el 28% se siente bastante identificado con esta afirmación (puntuación 3) y el 20% se encuentra muy identificado (puntuación 4), si bien resulta significativo comprobar que el 43% no acepta esta función (puntuaciones 1 y 2).

Éstas son las tres descripciones del ideal de periodista mejor valoradas por los encuestados. En ellas se refleja un modelo de informador que se inclina más por el "rol neutral", que por el "rol participante"[4]. De esta manera la generalidad de los periodistas prefiere mantenerse al margen de cualquier interpretación que pueda considerarse subjetiva, rechazando completamente la identificación de la actividad periodística comprometida con grupos ideológicos, políticos, sociales o culturales (89%). Estudios anteriores ya han señalado cómo, sobre todo los jóvenes periodistas, están muy interesados en evitar que sus preferencias ideológicas afecten a su trabajo[5] y en el ámbito que a nosotros afecta no hay que olvidar que la profesión periodística es en Salamanca una profesión muy joven.

Finalmente, en la valoración de la figura de vigilantes de la actividad del gobierno, los porcentajes se reparten de forma desigual. Para el 59% la idea del periodista asimilado a la imagen de un "perro guardián" de las instituciones resulta rechazable (puntuaciones 1 y 2), aunque tampoco es desdeñable la cifra de un 28% a los que les parece bastante aceptable (puntuación 3) o la de un 10% a los que le resulta muy aceptable (puntuación 4). Los informadores no parecen tener, por tanto, una opinión unánime sobre cuál debe ser la

[4] Analizando las actitudes de los periodistas estadounidenses, el grupo de investigadores encabezados por Johnstone distinguía ya en la década de los años setenta entre el rol neutral o de orientación hacia "nada excepto la verdad" y un rol participante o de mentalidad "toda la verdad". (Cfr. JOHNSTONE, JOHN W. C., SLAWSKI, EDWARD J., BOWMAN, WILLIAM W.: *The News People: A Sociological Portrait of American Journalists and Their Work*, Urbana, Illinois, University of Illinois Press, 1976.) Estudios posteriores desarrollan esta clasificación y catalogan: a) periodistas diseminadores o neutrales, b) periodistas interpretativos, investigativos o participantes y c) periodistas adversarios o escépticos. (Cfr. WEAVER, DAVID H. y WILHOIT, CLEVELAND H.: *The American Journalist. A Portrait of U. S. News People and their Work,* Bloomington, Indiana University Press, 1991,v.o.1986).

[5] Se puede corroborar esta afirmación consultando el apartado dedicado a España del estudio internacional de DAVID WEAVER *The Global Journalist* . En esta investigación, los profesores María José Canel y Antoni Piqué mantienen que, al tratarse de una profesión joven, en la que la mayor parte de los periodistas no han conocido la época de la dictadura franquista, el rol de adversario político ha ido perdiendo fuerza con respecto a lo que supuso durante los años de transición democrática. (Cfr. CANEL, María José y PIQUÉ, ANTONI MARÍA (1998): "Journalists in Emerging Democracies: The Case of Spain" en WEAVER, DAVID: *The Global Journalist. News People Around the World.* Cresskill, New Jersey. Hampton Press). Otro estudio posterior insiste también en esta explicación. (CANEL, MARÍA JOSÉ, RODRÍGUEZ ANDRÉS, ROBERTO y SÁNCHEZ ARANDA, JOSÉ JAVIER: *Periodistas al descubierto: retrato de los profesionales de la información*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, 2000, p. 97-99).

función de la prensa frente a la labor de los gobernantes, aunque la opinión mayoritaria es partidaria de emplear un estilo que se limite a proporcionar información y cubrir de manera aséptica los problemas públicos, frente a otra porción de periodistas más comprometidos que consideran que les corresponde controlar y vigilar a los gobernantes.

En el segmento mayoritario de informadores neutrales se encuentran forzosamente los colaboradores, los contratados en prácticas e incluso los que poseen contratos temporales. Efectivamente, resulta difícil adoptar el papel de periodista comprometido y beligerante cuando no se tiene el respaldo formal de la empresa. Es decir, frente a la posibilidad de presiones, se opta por no entrar en polémicas.

> *"[Cuando eres colaborador] no tienes una seguridad y no sabes, en el caso de que te pongan una querella, cómo va a reaccionar la empresa contigo. Pero teniendo contrato sabes que se tienen que mojar (...). Es peligroso porque [los políticos] te notan débil y no puedes dejar que te vean como una persona débil o como un profesional débil. Si tú mismo empiezas a dudar de lo que haces es muy fácil atacarte". (Entrevistado nº 3).*

3. El periodismo objetivista como mecanismo de defensa

El grupo de periodistas más neutrales mantiene el mito del periodista independiente que presenta las cosas tal y como suceden en la vida misma. Otros estudios ya han señalado cómo esta posición de neutralidad aparente proviene de la convicción de que los periodistas no deberían tener ninguna ideología definida[6]. En España los periodistas no reconocen abiertamente sus adscripciones políticas, evitando identificarse con partidos políticos –sobre todo durante las campañas electorales–, al contrario de lo que sucede en otros países como Gran Bretaña o Estados Unidos. En el ámbito nacional y durante los últimos años, parece que está disminuyendo el índice de apartidismo; pero nuestro estudio no tiene ninguna referencia anterior con la que podamos compararlo. Muy por el contrario, subsiste la obsesión encarnada en el concepto de objetivismo tradicional:

[6] Canel et al..: *Op. cit*., pp. 31 y ss

"Buscas ecuanimidad (...). Yo creo que lo bueno es darle cancha a todo el mundo; que todo el mundo tenga la oportunidad de explicarse y que tú no te decantes; que no se te vea el plumero, como se suele decir (...) teniendo la misma afabilidad con los dos principales partidos". (Entrevistado nº 14).

La posición de aparente neutralidad –consciente o involuntaria– provoca una serie de consecuencias sobre los contenidos informativos y sobre la imagen de la realidad que reciben los consumidores de los medios. Una de las más estudiadas es la simplificación de los acontecimientos y la transmisión de mensajes estereotipados. Pero, sin duda alguna, la que tiene una repercusión mucho más profunda a medio y largo plazo es la que se refiere a la debilitación de los procesos de toma de decisiones dentro de la sociedad –adormecimiento social– y a la disminución del sentido crítico entre la ciudadanía. Cuando el periodista pierde su función social y se limita a elaborar mensajes sin indagar en la esencia de los hechos, cayendo en el juego de la información interesada de las fuentes, el espíritu crítico del propio profesional y la confianza que la sociedad deposita en los medios se ven seriamente perjudicados.

Desde el punto de vista de la organización interna de la redacción, la generalizada precariedad laboral así como otros factores que se han venido exponiendo hasta aquí, contribuyen a devastar los ideales y expectativas que la mayor parte de los periodistas se forjó al escoger su profesión, y que en su momento entendieron como una ocupación principalmente vocacional y volcada hacia el beneficio de la sociedad[7].

La conclusión más palmaria de todo este análisis es que el concepto de periodismo comprometido y no neutralista –asociado tradicionalmente a una de las más importantes funciones sociales de la prensa– se desvirtúa profundamente a causa de las circunstancias en las que los periodistas están obligados a ejercer su profesión. La socialización se desarrolla en las redacciones informativas en condiciones de precariedad que en nada facilitan el logro de

[7] Durante la III Convención nacional de periodistas, celebrada en Tarragona en mayo de 2002, los profesionales españoles instaron a los grupos parlamentarios a impulsar "urgentemente" la regulación laboral del sector para acabar con la precariedad y como "garantía esencial" para que la ciudadanía pueda tener el derecho constitucional a la información. Los grupos parlamentarios de izquierdas –ningún representante del Partido Popular asistió a la convención– se comprometieron a tramitar ante el Congreso y el Senado un estatuto del periodista profesional y una ley de derechos laborales del periodista. *(La Vanguardia*, 22 de mayo de 2002)

este ideal. Las funciones de perro guardián, de control político de las instituciones y gobernantes, de denuncia de injusticias –en definitiva el concepto de periodismo al servicio de la sociedad– se diluyen, sencillamente porque no se dan las condiciones para que prosperen. Los profesionales se ven forzados a modificar su jerarquía de prioridades; y así, en lugar de buscar el desarrollo de ese ideal, acaban sumergiéndose en actividades rutinarias, alentados por la propia situación de precariedad; su máxima preocupación se centra en evitar el riesgo a toda costa y el periodismo objetivista le brinda un refugio cómodo y con apariencia de profesionalidad; en el fondo, el periodismo objetivista se convierte en un confortable mecanismo de defensa

Es evidente que esta situación afecta a la calidad del producto y a la realización profesional del propio periodista, que se ve abocado a cooperar con empresas al servicio de la publicidad o de la ideología y a practicar un periodismo de declaraciones que se limita a hacerse eco de actos programados por las fuentes interesadas. Este tipo de quehacer informativo ha ido minando el sentido original de la profesión: indagación, elaboración y difusión de información relevante para la ciudadanía. Como consecuencia de esta evolución negativa, se acaba privando a la opinión pública de los elementos críticos necesarios para que el sistema social opere adecuadamente en un marco democrático.

Para muchos profesionales, la figura del perro guardián se ha convertido en poco más que una leyenda. El impulso original del guardián, que buscaba la salvaguarda de los intereses de la sociedad, se ha tornado en una docilidad extremadamente peligrosa para el conjunto de la comunidad que antes pretendía proteger. Y es que esta obligación de defensa se encuentra hoy notablemente dormida o narcotizada a causa de los factores que conforman la situación laboral de los informadores.

El nuevo periodismo para el siglo XXI debiera estar más atento a su propia realidad y a su sentido social, y para ello ha de proponerse con urgencia una mejora de las condiciones de trabajo que haga posible el mantenimiento de este ideal. Recuperar su verdadera función social es una tarea factible, en la medida en que los profesionales y las partes implicadas sean conscientes de los problemas que les afectan. Y reconquistar la atmósfera en la que se haga posible el desarrollo de esta función es tarea de todos: empresarios, directivos, profesionales, organismos defensores de los derechos de los trabajadores y ciudadanos críticos que demanden una información de calidad.