

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN YO, PERIODISTA:



EL FUTURO DE UN OFICIO, ¿EN CRISIS?

POR DANIEL LLAMAS JARAMILLO

Dirigido por Eva Caretero
INS Joan Miró
Cornellà de Llobregat
29 de octubre de 2024

Vist-i-plau del tutor/a Nom: Signatura:	Registre secretaria Segell
--	--

Agradecimientos

A mi increíble tutora, Eva Carretero, por guiarme de una manera excelente a lo largo del trabajo, por su dedicación e implicación constante y por los ánimos y motivación transmitidos, que han creado un gran vínculo de confianza. Me he sentido gratamente acompañado y atendido en todo momento.

A Jordi Évole, Ana Iris Simón, Clara Díaz, Mireia Navarro y Empar Polo no solo por haber dedicado un rato de vuestro tiempo a transmitir vuestra perspectiva sincera y respaldar el trabajo, sino por haberme inspirado y motivado profundamente.

Especial mención a Ana Iris, que desde el primer momento se ha mostrado dispuesta a ayudar y a Mireia Navarro y Empar Polo por ofrecerme la posibilidad de colaborar con Ràdio Cornellà.

A mi familia y amigos por animarme de manera constante y confiar en mí incondicionalmente.

ABSTRACT

El objetivo de este trabajo es dar a conocer a la sociedad y, más concretamente, a los jóvenes aspirantes a periodista la realidad del oficio en España, matizando sus principales problemáticas y mostrando el contexto convulso en el que se encuentra la profesión, con tal de hacer entender los motivos que han generado una connotación peyorativa al respecto.

Actualmente, como consecuencia de internet y los nuevos medios, la información viaja muy rápido, y no paramos de ser bombardeados con datos difícilmente procesables: formamos parte de la que se conoce como sociedad de la información, a la que se suma también la irrupción de la inteligencia artificial, cosa que genera una incerteza sobre el futuro del oficio.

Por ende, esta investigación ha pretendido determinar si el periodismo español está en crisis, la importancia del nepotismo como factor incondicional en el éxito de un periodista y el papel de las redes sociales, como causa de una desprofesionalización. Ante lo que se ha demostrado que la crisis periodística es ciertamente relativa, que el nepotismo no es un factor determinante en la trayectoria profesional, que las redes sociales no se relacionan con una desprofesionalización y que es necesaria una buena gestión de los nuevos cambios que están teniendo lugar.

The aim of this project is to inform society and, more specifically, young aspiring journalists, about the reality of the profession in Spain, clarifying its main problems and showing the convulsive context in which the profession finds itself, in order to understand the reasons that have generated a certain obscurantism in this regard.

Currently, as a result of the Internet and new media, information travels very fast, and we are constantly bombarded with data that is difficult to process: we are part of what is known as the information society, to which is added the emergence of artificial intelligence, which generates uncertainty about the future of the profession.

Therefore, this research has sought to determine whether Spanish journalism is in crisis, the importance of nepotism as an unconditional factor in the success of a journalist and the role of social networks as a cause of deprofessionalization. So, it has been shown that the journalistic crisis is certainly relative, that nepotism is not a determining factor in the professional career, that social networks are not related to a deprofessionalization and that a good management of the new changes that are taking place is necessary.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	6
2. OBJETIVOS DEL TRABAJO.....	8
3. HISTORIA DEL PERIODISMO EN OCCIDENTE.....	9
3.1. Antecedentes del periodismo.....	9
3.1.1 Heródoto.....	10
3.1.2 El acta diurna.....	10
3.1.3 Periodismo en la Edad Media.....	11
3.1.3.1 Mester de Juglaría.....	11
3.1.3.2 La baja Edad Media y el Nacimiento del Noticierismo comercial.....	12
3.1.3.4 La periodicidad noticiera.....	13
3.1.3.5 La invención de la imprenta.....	14
3.1.3.6 La censura y la prohibición noticiera.....	15
3.2 Periodismo antiguo o artesano (1609–1789).....	16
3.2.1 Las gacetas.....	16
3.2.2 Absolutismo, censura y propaganda monárquica.....	17
3.2.3 Los primeros pasos hacia la libertad de prensa.....	18
3.2.2.1 El primer periódico de la historia: el Daily Courant.....	18
3.3-Periodismo moderno o liberal (1789- último cuarto del s.XIX).....	19
3.3.1 La revolución francesa.....	20
3.3.1.1 La represión napoleónica y la respuesta antiliberalista.....	21
3.3.2 El siglo XIX: La edad de oro del periodismo en Europa y Estados Unidos.....	22
3.3.2 Cambios e innovaciones.....	23
3.3.3 Inglaterra y el movimiento de los intimbrados.....	23
3.4-Periodismo contemporáneo o industrial (último cuarto del s.XIX- último cuarto del s.XX).....	24
3.4.1 The Times y otros aspectos innovadores.....	24
3.4.2 Nueva York: el nacimiento de la prensa de masas.....	25
3.4.2.1 Primera generación de prensa de masas.....	26
3.4.2.2 La segunda generación de prensa de masas y el Nuevo Periodismo.....	26
3.4.2.3 El impacto en Europa.....	27
3.4.2.4 William Hearst, el amarillismo y la tercera generación de prensa de masas.....	28
3.4.3 Los orígenes del periodismo contemporáneo español.....	29
3.4.4 El periodismo bélico.....	31
3.4.4.1 La Primera Guerra Mundial.....	31
3.4.4.2 Periodo de entreguerras.....	31
3.4.4.3 La Segunda Guerra Mundial.....	33
3.4.4.4 La Guerra Fría.....	33
4. EL ANTES Y EL DESPUÉS: CAMBIOS EN EL PERIODISMO ESPAÑOL DEL s.XX AL s.XXI.....	35
4.1 Cambios relevantes en el periodismo español del s.XX.....	35
4.1.1 La censura franquista.....	35
4.1.2 Las últimas décadas del s.XX: la apertura.....	37

4.2 El s.XXI: la sociedad de la información.....	38
4.2.1 El impacto de los nuevos medios.....	40
4.2.1.1 La inmediatez.....	40
4.2.1.2 La falta de atención.....	41
4.2.2 El problema de la actualidad: una combinación de factores.....	45
5. LA CRISIS DEL PERIODISMO ESPAÑOL: LAS DIFICULTADES DEL PERIODISTA ACTUAL.....	46
5.1 La enemistad entre los medios tradicionales y las nuevas tecnologías.....	47
5.2 La pérdida de confianza en los medios.....	47
5.2.1 Falta de independencia: la polarización.....	48
5.2.2 Fake News.....	50
5.2.2.1 Desinformación por exceso.....	51
5.2.3 La infoxicación o fatiga informativa.....	52
5.3 El ámbito laboral.....	54
5.3.1 La precariedad: el principal problema.....	55
5.3.2 El desempleo.....	56
5.3.2.2 El caso de los falsos autónomos en el periodismo.....	59
5.3.2.3 El enchufe: ¿una realidad notoria?.....	59
5.3.3 La IA y el futuro del periodismo.....	60
5.3.3.1 El origen de la IAG en las labores periodísticas.....	61
5.3.3.2 Desventajas de la IAG.....	62
6. EL ÁMBITO ACADÉMICO, LA FORMACIÓN Y LAS PRÓXIMAS GENERACIONES... 65	65
6.1 Periodismo: la carrera de los arrepentidos.....	65
6.2 ¿Una carrera sin salidas?.....	66
6.3 ¿Exceso de licenciados?.....	67
6.4 Alma mater: el papel de las universidades.....	67
7. PARTE PRÁCTICA..... 70	70
7.1 Entrevistas.....	70
7.1.1 Cornellà y el periodismo.....	70
7.2 Elaboración de un periódico para el instituto.....	78
7.2.1 Objetivo.....	79
7.2.2 Proceso de elaboración.....	79
7.3 Impacto e incorporación:.....	80
8. CONCLUSIONES..... 83	83
9. BIBLIOGRAFÍA:..... 86	86
10. ANEXOS..... 96	96

1. INTRODUCCIÓN

Este es un trabajo de investigación enfocado en el ámbito periodístico, comunicativo y de la información, que se centra en la profesión periodística en Cataluña y el resto de España y en cómo esta se ha visto afectada por los nuevos cambios.

El periodismo es un oficio importantísimo para la sociedad, a menudo considerado como el cuarto poder y cuya existencia se remonta a hace siglos. Sin embargo, aunque a lo largo de la historia ha sufrido diversas transformaciones, hemos llegado a un punto en el que todo parece avanzar tan rápido que a veces puede resultar difícil comprender cómo se ha alcanzado la situación que rodea al periodismo actual. En España, se habla de este oficio con una connotación negativa y da la sensación que hay muchos “trapos sucios”. Todo eso, sumado a la era tecnológica en la que nos sumergimos, hace que nos cuestionemos el porqué de este contexto y qué futuro le depara a esta profesión.

Por ello, la hipótesis de este trabajo se basa en comprobar, por una parte, si el periodismo español verdaderamente se encuentra en crisis y si actualmente es posible llegar a vivir del oficio por cuenta propia, sin recurrir al nepotismo. Por otra parte, se pretende investigar qué tendencia va a tomar la profesión en los próximos años y si las redes sociales están causando una desprofesionalización de la misma.

Esta hipótesis va acompañada de diversas preguntas de investigación a las que se intentará dar una respuesta. Son cuestiones como las siguientes: ¿Los jóvenes españoles ya no se interesan por la actualidad? ¿Existe una verdadera libertad de prensa? ¿Qué aspectos haría falta retocar o aplicar? ¿La titulación es realmente necesaria y útil? ¿El oficio está destinado a desaparecer como consecuencia de la inteligencia artificial?

La metodología que se llevará a cabo para averiguar dichas cuestiones se dividirá en dos bloques. En primer lugar, se elaborará un marco teórico basado en la búsqueda de información, en el que se tratará la historia del periodismo en occidente, por tal de comprender cuáles han sido los orígenes y las bases que han derivado en el modelo de periodismo actual.

Concretamente, se hará especial hincapié en las diversas censuras en Europa y en la transición democrática española como acontecimiento importante para la libertad de prensa. Posteriormente, se tratará el concepto de sociedad de la información, como término referente a la nueva manera que tenemos de informarnos y consumir noticias. Para ello, me centraré en la expansión de las redes sociales y la infoxicación. De la misma manera, se planteará la cuestión de la crisis periodística y las diversas razones por las que conviene hablar de “crisis”. Finalmente, se dedicará un último punto al ámbito académico, como reflejo de la importancia o banalidad de la carrera de periodismo en la formación profesional.

Por otro lado, la parte práctica de este trabajo se articulará en torno a dos ramas principales. Para empezar, se entrevistará a cinco profesionales de la información como Mireia Navarro, actual directora de Ràdio Cornellà, y Empar Polo, principal promotora de la revista Cornellà Informa, para que nos acerquen la realidad periodística de Cornellà y las oportunidades que ofrecen; Clara Díaz, como joven profesional que puede contribuir a aportar su visión sobre la carrera, los nuevos cambios que están teniendo lugar y el futuro de la profesión; Ana Iris Simón, autora del libro de éxito *Feria* y redactora de artículos de opinión para *El País*, debido a su papel como experta para hablar sobre la polarización y la realidad laboral de los periodistas y, por último, Jordi Évole, comunicador y periodista de prestigio, nacido en Cornellà, que puede dar su opinión sobre el éxito y la manera en que ha cambiado el oficio en los últimos años.

En segundo lugar, se realizará una propuesta de elaboración de un periódico para el instituto, para demostrar que los nuevos medios permiten realizar labores informativas de manera más accesible y que se puede promover un periodismo honesto y comprometido.

2. OBJETIVOS DEL TRABAJO

Mediante los diferentes aspectos tratados, se pretende entender el porqué de la mala reputación del periodismo actual y la realidad laboral a la que se enfrentan los periodistas actualmente, con el fin de acercar el oficio a todos aquellos estudiantes que aspiran a ejercer la profesión y aconsejarlos. A estos objetivos se le suma también la intención de aclarar el papel actual de los periodistas, mostrando cómo estos se han visto obligados a adaptarse al nuevo entorno digital, para poder subsistir, y las principales facultades que presumen de una buena posición.

Para acabar, otro de los objetivos planteados consistiría en concretar los factores que se deberían mejorar, clarificando los cambios necesarios para solventar la problemática de la situación en los próximos años.

3. HISTORIA DEL PERIODISMO EN OCCIDENTE

Según afirma la RAE, *el periodismo engloba toda actividad profesional que consiste en la obtención, tratamiento, interpretación y difusión de informaciones a través de cualquier medio escrito, oral, visual o gráfico*. Pero, ¿desde qué momento histórico podemos considerar que ha existido este oficio?

Lo primero que se debe tener en cuenta es que son múltiples los estudios que han tratado de establecer una fecha que dé origen al periodismo. No obstante, tal y como comenta Georges Weills en su obra *El Diario*: “*es imposible asignar una fecha de nacimiento a la noticia manuscrita*”. Es decir, no existe un momento exacto aceptado por la totalidad de la sociedad que establezca dicho origen. Ahora bien, las opiniones más aceptadas van desde la dinastía china de Tang, donde el gobierno imperial publicaba un boletín diario conocido como *Tipao*, que incluía noticias sobre actividades gubernamentales, anuncios públicos y acontecimientos importantes; hasta la invención de la imprenta, de la mano de Johannes Gutemberg en 1440; o la creación del periódico *Daily Courant* en Inglaterra en el año 1702.

De este modo, se concluye que el origen exacto difiere bastante dependiendo del historiador o estudio en cuestión, si bien es cierto que el término “periodismo” fue acuñado en el siglo XVIII. Lo que es cierto es que la necesidad de comunicarse y de transmitir información lleva existiendo desde tiempos inmemorables, tal y como menciona Raquel Fornieles Sánchez en su tesis doctoral (UAM), quien confirma que las noticias ya existían en la antigua Grecia. De ahí, la necesidad de hablar de los antecedentes del periodismo:

3.1. Antecedentes del periodismo

En este apartado se tratarán las formas pre-periodísticas, que si bien no recibían el nombre de “periodismo” como tal, suponían una actividad poco diferente a las bases de lo que conocemos hoy día como rol de periodista y a partir de las cuales se iría avanzando y evolucionando hacia la profesionalización de este oficio. Encontramos diversos antecedentes a destacar.

3.1.1 Heródoto

En primer lugar, Heródoto (Halicarnaso, 484 a. C.-Turios, 425 a. C.) fue un importantísimo cronista de la antigua Grecia, que dedicó gran parte de su vida a efectuar viajes para obtener información e investigar sobre lo que sucedía en el resto del mundo. Es por ello que se le considera el padre de la historiografía.

A partir de esta información y experiencia pudo poner de manifiesto todo lo que contempló en diversas obras, entre las cuales destacan especialmente las *Historiae* o *Nueve libros de historia*, una narración precisa de las guerras médicas (inicios s.V a. C.), describiendo a su vez la historia, la etnografía y la geografía de su tiempo. Para ello, se basaba en fuentes orales (poco precisas y de carácter parcial, puesto que aludía a sus informadores de forma indefinida) y escritas (subdivididas en tres niveles: los datos obtenidos de los poetas como Homero, Bacis o Esopo; las inscripciones, listas oficiales y administrativas de los distintos Estados y oráculos y las informaciones de los logógrafos y la literatura de su época).

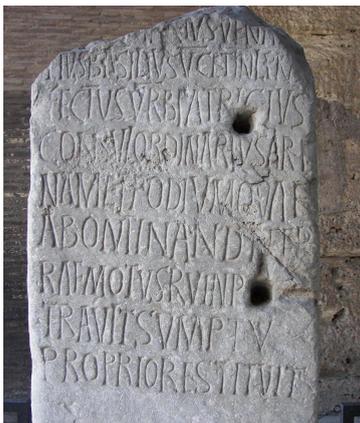
Desde la óptica actual se puede decir que su contenido contaba con una gran falta de rigor y de fiabilidad de las informaciones, en el que frecuentaban las interpretaciones ingenuas de textos escritos en lenguas desconocidas para él, las conclusiones erróneas, falta de conocimientos en diversas nociones como la táctica y la estrategia militar y problemas de datación.

Pero más allá de estos errores, que se pueden llegar a justificar por la temprana época en la que tuvo lugar su labor y lo difícil que resultaba tanto recopilar información como comprobar su veracidad en aquel momento, su contribución al mundo de la información fue notoria.

3.1.2 El *acta diurna*

Otro importante factor en el ámbito comunicativo de la antigüedad clásica es la creación del *acta diurna* (archivo diario o acontecimientos del día que engloba el *acta senatus* y el *acta populi*), una medida implantada por Julio César durante la época de la República romana, hacia el 59 a. C., mediante la cual ordenó publicar a las principales ciudades una lista que recopilara los acontecimientos diarios importantes ocurridos (ejecuciones y torturas, campañas militares, juicios, matrimonios, nacimientos y divorcios, hazañas de aurigas, noticias y rumores, rescriptos imperiales...) con el fin de mantener a los ciudadanos informados.

Dichas informaciones se grababan en piedra o metal y se colgaban en sitios públicos como podían ser los baños, por ejemplo, con tal de hacer llegar dicha información al mayor número de personas posible. De aquí que el *acta diurna* se considere el primer periódico diario de la historia. En otras palabras, podríamos decir que equivale a lo que sería el diario de Roma. (Suetonio, 121 d.c; André Chastagnol, 1973).



Acta Diurna, el primer periódico de la historia. El periódico de Julio César, Anfrix

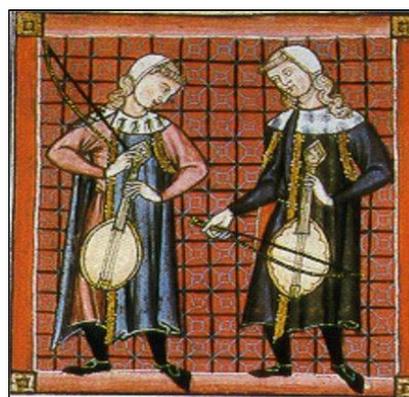
3.1.3 Periodismo en la Edad Media

Otra importante época a tener en cuenta, en cuanto a los avances en el ámbito de la transmisión de noticias, es la Edad Media. Durante este periodo, la forma de comunicación sufrió algunos cambios, aunque todavía estaba bastante lejos de llegar a la concepción del periodismo actual.

3.1.3.1 Mester de Juglaría

En aquel entonces, fue la figura del juglar la que jugó un papel muy relevante. Estos eran peregrinos de casta humilde que iban recorriendo los pueblos. Y bien su función era la de el espectáculo y entretenimiento, también desempeñaron una importante labor como fuente de información para los ciudadanos, más concretamente, el conocido como mester de juglaría, que informaba al pueblo de las hazañas de héroes o caballeros populares. Se caracterizaban por ser obras de índole muy realista que, a pesar de contener elementos novelescos y legendarios, no incluían hechos maravillosos ni intervenían fuerzas sobrenaturales.

En definitiva, observamos un panorama en el que la transmisión de nuevas se hallaba todavía muy mezclada con otros ámbitos y no disponía de independencia ni suponía una labor exclusiva.



Ejemplos de pinturas medievales que ilustran a los trovadores, Chulavista

3.1.3.2 La baja Edad Media y el Nacimiento del Noticierismo comercial

Sin embargo, esta situación empezó a cambiar a raíz del crecimiento urbanístico experimentado de manera generalizada en los últimos siglos de la Edad Media, más conocidos por conformar lo que llamamos Baja Edad Media, los cuales trajeron consigo importantes cambios para la sociedad del momento y para las formas de comunicación utilizadas.

En este contexto de transición, tomaron especial relevancia tres elementos como son la figura del mercader, (y la expansión comercial) la plaza (crecimiento urbanístico) y el vagán (dedicado a transmitir noticias).

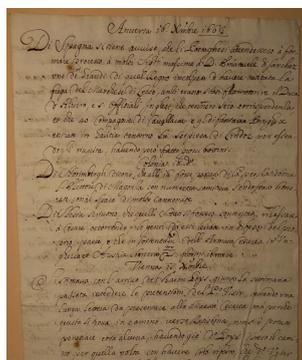
El oficio del mercader, poco a poco, empezó a tomar relevancia, aun y las dificultades impuestas por los señores feudales (peajes, impuestos...) y consiguió convertirse en una figura de expansión de la propaganda política y el noticierismo a través del manuscrito, cosa que acabaría suponiendo la base del correo regular.

3.1.3.3 Los oficios de difusión noticiera

Tal y como se ha mencionado, también surgió un cargo de especial relevancia como fue el vagán, un trotamundos que se dedicaba a leer juguetes (juglares) cómicos, vender y narrar leyendas y, a grandes rasgos, difundía muchas noticias de diferente índole, tanto acercando el *modus vivendi* de otras ciudades, como explicando las noticias y acontecimientos que estaban teniendo lugar en otros emplazamientos.

Pero poco a poco, la expansión comercial y el desarrollo de la compra-venta, hizo de la venta de noticias una actividad rentable que también dio lugar a otros oficios similares a los del vagán, cada uno de las cuales añadía un matiz diferente. Es el caso de los Fogli a mano, Avissi (avisos) o Menanti (mercader de noticias), autores de composiciones formadas por cuatro folios escritos a mano, carentes de firma y con el nombre de la ciudad donde se redactaba y la fecha de emisión. Estos surgieron en respuesta a la necesidad de los mercaderes de saber en qué estado llegarían sus mercancías a los puertos, los cuales, ante un resurgimiento de la navegación comercial por el Mediterráneo, se toparon con la necesidad de estar informados sobre lo que ocurría, por tal de navegar a través de las rutas más seguras, dando, así, lugar al Noticierismo comercial. Por lo que estas figuras se encargaban de recopilar esta información y venderla a los mercaderes en los puertos.

A raíz de este oficio, surgieron, a su vez, otros derivados como el Price-current, que centraba el contenido informativo en relaciones de precios de mercancías en el mercado internacional, horario de barcos, anuncios sobre cargamentos de especial relieve... El Price-current más antiguo escrito a mano se conserva en Ámsterdam, y fue escrito en 1585.



Avissi en italiano datado del 23 de diciembre de 1663
con noticias sobre Antwerp, Colonia, Viena, Roma y Venecia.

3.1.3.4 La periodicidad noticiera

Tras el éxito de estos oficios, surgieron los ocasionales y relaciones, dos tipos de publicaciones a partir de los cuales se establecería el concepto de la periodicidad fija.

Por un lado, los ocasionales eran publicaciones eventuales con motivo de algún hecho excepcional. Los más antiguos se datan en Italia entre 1470 y 1475.

Se presentaban como un libro, con portada ilustrada preferentemente por un grabado. Incluían título, fecha y su lugar de emisión. Los Mercurios también fueron un ejemplo de publicaciones periódicas similares a estos, que tuvieron lugar en Francia.

Por otro lado, las relaciones eran publicaciones de carácter semestral que consistían en cronologías impresas en primavera (marzo) y otoño (septiembre). Se caracterizaban por incluir noticias escuetas, ordenadas cronológicamente unas detrás de otras. Se intentaban incluir todos los acontecimientos europeos del semestre. De la misma manera, un tipo de relaciones derivado de estas eran los llamados relaciones de sucesiones, que surgieron hacia el siglo XV en España a raíz del género epistolar. Eran documentos que narraban acontecimientos histórico-políticos ocurridos como guerras, autos de fe, fiestas religiosas... y su uso se extendería en los siglos XVI y XVII.

Además de estos oficios, sectores sociales como el clero, los monarcas y la nobleza le dieron un mayor interés a las noticias de las cortes, los informes de guerra o hasta el desarrollo político de las demás ciudades, originando los primeros servicios de correo. Por ejemplo, hacia el siglo VII se impuso el correo entre monasterios (un mecanismo de intercambio de información y mercancías).

Y en ese contexto, la plaza, como lugar de socialización, también sirvió como punto de reunión que favorecía el intercambio de ideas y pensamientos, constituyendo una oportunidad ideal para el debate no jerárquico, más popular y alejado del orden feudal.

3.1.3.5 La invención de la imprenta

Paralelamente, durante este periodo uno tuvo lugar un importante acontecimiento que supondría un cambio revolucionario en todo el ámbito comunicativo y en la historia de la difusión informativa: la invención de la imprenta, de la mano de Johannes Guttemberg en el año 1440, la cual no podemos obviar.

Pese a que este trabajo no se detendrá en indagar demasiado en su funcionamiento y en sus antecesores, sí que se mencionará que esta permitió un fenómeno de popularización de la cultura y la consolidación escrita de la misma, la especialización de la producción informativa, una mayor accesibilidad a la información y su individualización (cosa que daría lugar a la fragmentación la lectura, puesto que un mismo contenido estaría disponible en diferentes tiempos y lugares, provocando el nacimiento de la opinión pública) y contribuyó en gran medida a la consolidación definitiva de la periodicidad y el culmen de la comunicación escrita.

Con todo esto, dicha invención permitiría el desarrollo de nuevas formas, nuevas publicaciones y formatos que consolidarían las bases del periodismo actual.



Johannes Gutenberg: pionero de la imprenta y la cultura, Colegio Poeta Rubén Darío

Observamos así, la máxima transición de la transmisión oral a la escrita, cuya relevancia sería clave en el desarrollo periodístico. Esto implicaba que la información dejaría de variar constantemente y se crearía una uniformidad mediante la que se daría un entendimiento homogéneo del mensaje por parte de los receptores; a diferencia de la comunicación oral, donde los datos explicados presentaban diferencias según el hablante.

3.1.3.6 La censura y la prohibición noticiera

En este contexto, se estaba dando un proceso de alejamiento del sistema medieval que, junto con el crecimiento de la cultura escrita y la regularización de la información, provocó un impulso en la transmisión de noticias y una mayor libertad de flujo ideológico.

Frente a esta expansión, las autoridades religiosas y los monarcas se vieron reducidos e incapaces de controlar la situación, por lo que consideraron este tipo de publicaciones mencionadas como potenciales enemigos que debían reducir.

En respuesta a ese sistema noticioso, se aplicó una política de control y vigilancia (para evitar la culturización del pueblo y su revelación). En consecuencia, surgieron listas de libros prohibidos, se ejerció la absorción y el control sobre los medios informativos, se recurrió a la censura y se crearon medios propios de información, como es el caso de las gacetas, que dieron origen al periodismo.

3.2 Periodismo antiguo o artesano (1609–1789)

A partir de este contexto histórico, nos adentramos en lo que la mayor parte de fuentes coinciden en nombrar como periodismo antiguo o artesano, la primera época del periodismo en sí mismo.

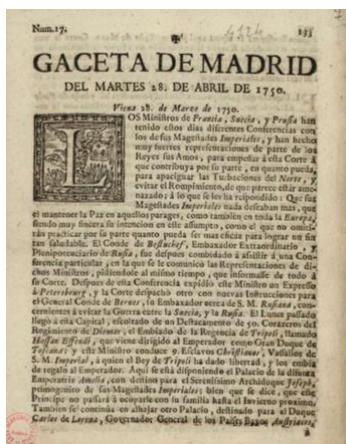
3.2.1 Las gacetas

Tal y como se ha comentado en este último apartado, la especialización de la producción informativa trajo consigo la búsqueda de un público concreto, que en este caso serían las clases ilustradas como la nobleza o la burguesía. A partir de esta profesionalización, el encargo de documentos como las cartas informativas (de carácter privado) pasaría ser público, pero con un alto coste que las haría accesible solo a aquellas personas que se lo pudieran permitir (por no hablar del gran analfabetismo que reservaba su lectura a clases bienestantes). De este proceso nacen las gacetas. En otras palabras, se puede decir que la invención de la imprenta fue el cambio que permitió la creación de estos primeros diarios.

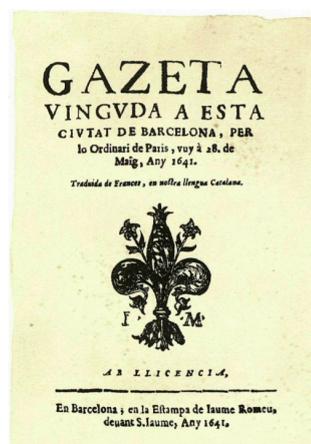
El término “gaceta” proviene de Venecia, y fueron documentos de uso extendido en el centro de Europa ya durante el siglo XVI. En España, sin embargo, su uso sería un poco más tardío, bien si Luis de Góngora y Argal ya las menciona en sus sonetos para referirse a los periódicos publicados en el resto del continente.

Y sería décadas más tarde que comenzarían a surgir las primeras “gacetas” alrededor de la península Ibérica, empezando por la *Gazeta de Barcelona*, hacia el 1641, cuyo origen se remonta a la Guerra de los Segadores y la cual fue editada cada semana, inicialmente, en catalán y luego, en castellano, hasta el 1714.

Aun así, se considera a la Gazeta de Madrid (con origen en el 1661) como primer diario español y, por tanto, como origen del periodismo en España.



Ejemplar de la Gaceta de Madrid publicado el martes 18 de abril del 1750, Archivo RAE



Ejemplar de la Gazeta de Barcelona publicado el 8 de mayo de 1641 Wikimedia

3.2.2 Absolutismo, censura y propaganda monárquica

Aunque en un primer momento estas publicaciones informativas estaban dirigidas y administradas desde la iniciativa privada, progresivamente acabaron quedando bajo el control de los estados absolutos, que las utilizaron como medio de propaganda monárquica. En España, por ejemplo, sería Carlos III, en 1762, quien decidiría otorgar a la corona la publicación de la gaceta, pasando a convertirse en un medio de información oficial. De hecho, esta ha derivado en lo que conocemos hoy día como BOE (Boletín Oficial del Estado). Vemos así, que eran periódicos dependientes del Estado. En general, la publicación de este tipo de documentos era semanal o mensual y, por ende, la “gazzeta” era la moneda equivalente al precio que costaba comprarlo.

El periodista será así un asalariado al servicio de quien puede pagarlo o costearlo o un profesional liberal que pretende hacer negocio en el mercado. (Javier Díaz Noci, *El oficio del periodista en el siglo XVII: gaceteros, impresores y comerciantes*, 2001).

Algunas de las gacetas más famosas, principalmente francesas, fueron *La Gazette*, *Le Journal des Savants* y *Le Mercure Galant* (vemos la presencia del término “mercurio” mencionado anteriormente).

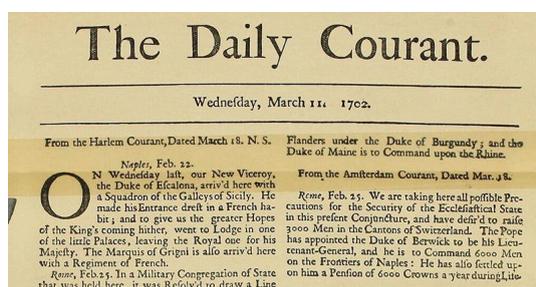
3.2.3 Los primeros pasos hacia la libertad de prensa

En general, durante esta etapa se dio un constante proceso de lucha entre el absolutismo y la censura informativa monárquica y la difusión de ideas liberales que trataron de derrocar estas bases anti progresistas.

Esta lucha tuvo lugar de manera más explícita en Inglaterra donde, mediante la conocida como Primera Revolución Inglesa (1640-1460) y la Revolución Gloriosa (1688-1689), se asentó la libertad informativa a través de múltiples avances como la *Bill of Rights* (1689), en qué se garantizaban una serie de leyes individuales como la libertad de opinión, reunión y prensa y, aunque los avances fueron contrarrestados con nuevas medidas absolutas, poco a poco la libertad fue ganando terreno, dando pie a la Edad de Oro del periodismo inglés.

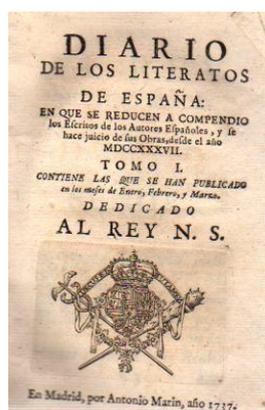
3.2.2.1 El primer periódico de la historia: el *Daily Courant*

En esta época, Inglaterra contó con un destacable desarrollo comunicativo y noticiero. Había una gran actividad editorial y surgieron muchos tipos de publicaciones de periodicidad variable. Los cafés tomaron un papel relevante a modo de centros de difusión periodística, ya que la gente se reunía para leerlos. Y a finales del siglo XVIII apareció la prensa del negocio a través de la introducción de innovaciones técnicas, incluyendo nuevos métodos de recopilación de noticias y mejoras de los sistemas de distribución. La búsqueda de beneficios impulsó a muchos empresarios a reducir los costes y aumentar la capacidad productiva. Dichas mejoras y procesos se ven reflejados en el periódico *Daily Courant* (1702), considerado como el primer periódico de la historia.

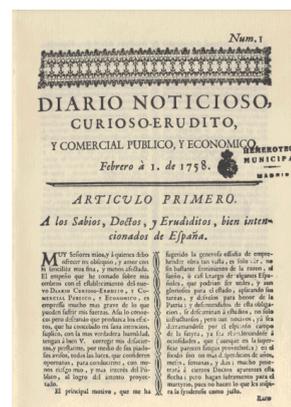


The first daily paper, 1702 'The impertinences of ordinary newspapers', gethistories

Tal y como se ha mencionado con anterioridad, este proceso siempre se daría de forma más lenta en España, con la aparición de *El Diario de los Literatos* (1737), el *Diario Noticioso, Curioso, Erudito, Comercial y Público* (1758), que fue la primera publicación diaria de nuestro país que, más tarde, pasaría a llamarse *Mercurio de España*.



Diario de los Literatos de España Tomo I. 1737. Foto des Verkäufers



Diario noticioso, curioso-erudito y comercial, público y económico. 1 de febrero de 1758, Archivo RAE

Esta es la época en la que tuvo lugar el conocido fenómeno de la Ilustración, en el que se ensalzó de manera definitiva el conocimiento y la libertad individuales. La prensa propia de esta época era muy variada en temáticas, provocando un enriquecimiento cultural que trajo consigo una revolución lectora (cultura de fácil acceso que une la afición literaria con la política, creando un espacio público ilustrado, informado y una opinión pública) y una concienciación política de los lectores.

De este modo, se demandaron y organizaron los temas literarios y políticos y se realizaban debates y críticas de temas vetados como la religión y el Estado.

Esta etapa se extendería hasta 1789, año en el que tuvo lugar la Revolución Francesa, marcando un punto de inflexión que destruiría los pilares del Antiguo Régimen.

3.3-Periodismo moderno o liberal (1789- último cuarto del s.XIX)

A partir de este momento, empezó a tener lugar un fenómeno de liberalización de la prensa y de mayor libertad ideológica, cosa que influyó en gran medida en la creación de diarios y periódicos de diferente índole. Por ello, a esta etapa se la conoce como periodismo moderno o liberal.

3.3.1 La revolución francesa

La revolución francesa comportó una serie de cambios esenciales en la trayectoria de las libertades y los derechos individuales, incluyendo la libertad de prensa.

Ante un contexto de absolutismo y censura monárquica enfrentado a las exigencias de un pueblo consciente de sus deficiencias y de la desigualdad, ya existía una prensa clandestina liberal. Es más, se dio un completo auge de esta, que se expandió a través del pueblo llano mediante formatos como los almanaques y los cancioneros (géneros populares), que eran publicaciones anuales a modo de calendarios en los que se explicaban los sucesos más relevantes a lo largo del año, incluyendo festividades, celebraciones... Incluían noticias diversas y se utilizaron en torno a discursos así como en el ámbito político. Generalmente, siempre estuvieron muy ligados al pueblo y a lo urbano. Sin embargo, fueron múltiples los formatos y los distintos tipos de publicaciones que surgieron a lo largo de la revolución.

Durante la primera etapa (etapa girondina burguesa) destacan los *cahiers* (panfletos redactados por el Tercer Estado en los que exigían reformas al rey y ponían de manifiesto sus quejas, solicitaban libertades tal que la libertad de expresión y prensa...)



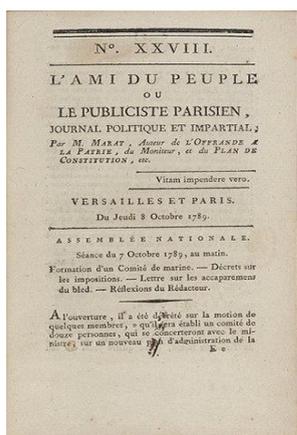
Cahier de doléances et remontrances du clergé de Paris, 18 Mai 1789 , Alphahistory

Tras ello, tuvo lugar la Declaración de los derechos del hombre y del ciudadano, a raíz de la cual se estableció una libertad de expresión considerable, dando lugar a la creación de múltiples periódicos como *Le Patriote François* (dos publicaciones a la semana) o *Le Moniteur Universel*, todas ellas de carácter político, bien si también difundían informaciones y noticias diversas. (Vemos así la presencia de la estrecha relación entre los periódicos y las ideologías políticas que se mantienen hoy día).

Ahora bien, esta libertad no vino para quedarse, pues con la llegada del “terror” de Robespierre y el poder jacobino se volvió a recurrir a la censura y se prohibieron los periódicos monárquicos, de la misma manera que se aplicó la *Loi de Suspects* (ley de sospechosos) a los periodistas.

Destacó además la figura de Jean Paul Marat, el periodista más importante de la revolución que, con su periódico *L’ami du peuple* plantó cara a los girondinos mediante un lenguaje cercano al pueblo, con un estilo directo que captaba a las masas. Por su parte, Robespierre también contribuyó a la adoctrinación del pueblo mediante la creación de *Le journal des hommes libres*, prensa oficial en representación de la República.

Cabe mencionar que, a pesar de que durante este periodo se decretaron diversas leyes y constituciones que no recogían la libertad de expresión y prensa, los periodistas siempre pudieron actuar con bastante autonomía y libertad.



L’ami du peuple nº 28, 8 Octobre 1789, Wikimedia



Journal des hommes libres, nº 16, Retrenews.fr

3.3.1.1 La represión napoleónica y la respuesta antiliberalista

Finalmente, el golpe de Estado encabezado por Napoleón en el año 1804 trajo consigo una censura con un mayor grado de restricción, comportando una desaparición total de la libertad de expresión, puesto que el general se percató de la gran capacidad de influencia de la prensa y de la consiguiente necesidad de acabar con esta con el fin de manipular a la población y evitar la intrusión de ideologías no deseadas.

En este proceso podemos ver reflejada la gran importancia de la prensa para el pueblo como fuente de información y de pensamientos, dado su fácil acceso a gran número de personas.

De este modo, se creó un gabinete de comunicación (Bureau de Presse) con el objetivo de transmitir comunicados oficiales a los principales periódicos, en los que se ensalzaba la figura del propio Napoleón. En otras palabras, la prensa vuelve a adoptar una función propagandística, únicamente destinada al beneficio propio; de tal manera que toda la lucha encabezada por el pueblo desde un primer momento, se vio brutalmente destruida en este punto. De hecho, para hacernos a la idea de la censura presente, hacia 1811 tan solo estaban permitidos cuatro periódicos en París: *Le Moniteur*, *La Gazette de France*, *Le Journal de l'Empire* y *Le Journal de Paris*.

Pero esta no fue la única dificultad con la que se enfrentó la prensa. A raíz de la revolución, también se crearon diferentes medidas e instituciones con el fin de contener el liberalismo.

Es el caso de la Santa Alianza, un pacto entre Prusia, Austria y Rusia firmado el 26 de septiembre de 1815 en París. Mediante este, los países aliados se comprometían a intervenir donde fuera necesario para defender y ensalzar la legitimidad monárquica y los principios del absolutismo y acabar con cualquier movimiento revolucionario.

No obstante, si algo se ha de tener en cuenta es que, a pesar de la resistencia absolutista, a partir de este momento se generaría una conciencia de lucha y de progresismo que, junto con otros factores, permitiría dar lugar a un futuro avance liberalista en muchos países occidentales y, por consiguiente, a la consumación definitiva de la libertad de prensa, así como su esplendor.

3.3.2 El siglo XIX: La edad de oro del periodismo en Europa y Estados Unidos

Con todo esto, llegamos al siglo XIX, conocido como el siglo de oro del periodismo en occidente (Europa y Estados Unidos). Una vez entrada esta etapa de la historia, tuvieron lugar importantes cambios en diferentes ámbitos que reorganizaron notablemente la vida y contribuyeron a un importante desarrollo periodístico.

3.3.2 Cambios e innovaciones

Encontramos tres factores esenciales a tener en cuenta: en el ámbito económico, el gran crecimiento y progresión derivados de la revolución industrial impulsada en Inglaterra; respecto a la sociedad, el auge de la burguesía (clase media) como sector hegemónico y dominante y, finalmente, a nivel ideológico-político, la extensión del pensamiento liberal y el deseo de la conquista de libertad y derechos. Estos cambios acabarían teniendo su efecto en el campo de la prensa, traducándose en un aumento de lectores (la clase media se interesa por estar informada, a la par que la escuela y la instrucción se extienden).

También cabe destacar los múltiples progresos técnicos incorporados, que permitieron un abaratamiento de costes y, por consiguiente, una mayor accesibilidad. Fueron herramientas como el papel continuo, máquinas como la estereotipia, la linotipia (Ottmar Mergenthaler), la litografía, el telégrafo eléctrico, la tinta de imprenta o el fotograbado, junto con la mejora de los medios de comunicación (ferrocarril, red de cable telegráfico...) las que permitieron estos avances. Nos hallamos, así, ante un siglo de constantes transformaciones en el que la prensa y el periodismo serían objeto de una considerable evolución.



Creación de un molde para estereotipia, Wikipedia



Linotipia del Museo de la Imprenta de El Puig. Foto: Antonio García Mengot



Una clave morse para una máquina de telégrafo eléctrico. Procedente de una oficina de correos británica y en uso entre los siglos XIX y XX. (Museo de Ciencias, Londres, Wikipedi

3.3.3 Inglaterra y el movimiento de los intimbrados

Uno de los países claves en el desarrollo del periodismo occidental fue sin duda alguna Inglaterra, que supondría el centro creador de los modelos de prensa y el punto esencial de su hegemonía.

En esta época, hacia la primera mitad del siglo XIX (1831), es necesario mencionar el conocido como movimiento de los intibrados, a través del cual una serie de periódicos y periodistas como Richard Carlile y Henry Hetherington decidieron publicar de manera ilegal. Esto se debió a la represión ejercida por los fuertes impuestos sobre el papel, la publicidad, el timbre y otras medidas establecidas por el Gobierno como la *Newspaper Stamp Duty Act* (que implicaba la condena de periodistas). Vemos así, como los movimientos socialistas y obreros empezaron a tener sus efectos e influencia en el ámbito noticiero.

Se trataron de unos años de constante lucha y cambios entre las medidas represivas del gobierno inglés y la fuerza de las masas periodísticas que derivaron, finalmente, en la desaparición de los periódicos clandestinos y la bajada de los impuestos.

3.4-Periodismo contemporáneo o industrial (último cuarto del s.XIX- último cuarto del s.XX)

A medida que pasaron los años, las evoluciones y cambios que se dieron en el ámbito periodístico tomaron una velocidad creciente y la prensa fue objeto de una modificación considerable. Con diversos factores socioeconómicos, políticos y tecnológicos, el periodismo inauguraría una nueva y última etapa: la conocida como contemporánea o industrial.

3.4.1 *The Times* y otros aspectos innovadores

Uno de los elementos más destacables que se sumó al modelo periodístico inglés fue la creación del periódico *The Times* (1785), que destacó por ser el impulsor de la figura del corresponsal, que suponía un medio eficaz de obtención de información (superando, incluso al gobierno), y por su independencia política.

De hecho, la capacidad informativa que suponía esta nueva mejora llegó a provocar que los gobiernos ingleses fueran dependientes de los datos de *The Times*, que se les había adelantado con creces. Es por ello que el periódico tuvo una estrecha y beneficiosa relación con el poder y rápidamente se convirtió en el primer periódico de alcance internacional, debido a su objetividad.

Pero, además de *The Times*, fueron muchos los periódicos y los géneros que introdujeron nuevos avances. Es el caso de las revistas ilustradas, por ejemplo.

Entre estas destaca especialmente *The Penny Magazine*, que tenía como objetivo realizar publicaciones culturales basadas en la información general, con el propósito de culturizar al pueblo mediante la lectura de la prensa.

Como resultado, su difusión entre la sociedad fue muy amplia, por lo cual varias generaciones aprendieron a leer y se promovió el gusto por la lectura en sectores que hasta el momento no habían contado con dichas costumbres.



The Penny Magazine #157; September 13, 1834, Ebay



The Penny Magazine Cover Page, # 226; October 10 1835 Nat History Print GROUSE, Ebay



The Penny Magazine, #354 October 7 1837, Ebay

De este modo, la prensa consiguió extenderse de manera definitiva a prácticamente toda la sociedad, partiendo desde la exclusividad elitista a la hegemonía burguesa y, finalmente, a los sectores más humildes, posibilitando el surgimiento de la prensa de masas.

3.4.2 Nueva York: el nacimiento de la prensa de masas

Poco a poco, los diferentes cambios socioeconómicos y técnicos (en el ámbito de la prensa) se fueron sucediendo, dando lugar a nuevos avances. Ya con una población cada vez más alfabetizada, sumado al crecimiento demográfico generalizado, la urbanización, la libertad de prensa cada vez más notoria y otros factores sociopolíticos (como el avance del sufragio universal masculino o el nacimiento de los primeros partidos políticos, que que lucharon en favor de la clase obrera y la progresiva consolidación del parlamentarismo), tuvo lugar el nacimiento de la prensa de masas.

El máximo exponente de dicho movimiento fue sin duda Estados Unidos que, posteriormente serviría de modelo a Europa, tomando el relevo al protagonismo inglés. En este país se dio un fenómeno de expansión de la prensa de gran tirada, como resultado del desarrollo de la prensa de un centavo y las cadenas de periódicos.

3.4.2.1 Primera generación de prensa de masas

La evolución periodística de Estados Unidos parte de la independencia, donde inicialmente la prensa era irrelevante, pero a partir de 1830, como resultado de la industrialización y la extensión de la democracia, pasó a ser objeto de una notable mejora.

En primer lugar, gracias a la inexistencia de impuestos sobre el papel ni la publicidad y, en segundo lugar, a las luchas políticas por la libertad ya libradas y resueltas, creando una prensa popular antes que en Europa.

Fueron diversos los periódicos pertenecientes a este género, como es el caso de *The New York Sun* (que se vendía a un centavo), *The New York Tribune* y *The new York Times* (se aleja del populismo mediante la imparcialidad y buscando un público serio), caracterizados por una mayor publicidad y su distribución callejera (y no por suscripción).



The Sun, #1, September 3, 1833, Abebooks



New York Tribune, #26, May 10, 1841, Library of Congress



The New York Times #1, September 18, 1851, The New York Times

3.4.2.2 La segunda generación de prensa de masas y el Nuevo Periodismo

Esta segunda etapa fue la más importante, marcando un punto de inflexión que posicionó a Estados Unidos en su hegemonía como creador de los cánones del periodismo mundial, dando lugar al *New Journalism*, con un importante periodista al frente: Pulitzer, a cargo del periódico *The World*, que tuvo su éxito mediante un buen conocimiento de las necesidades e intereses del pueblo llano, rebajando su precio a un centavo y utilizando un lenguaje sencillo y directo, con enunciados simples y con la introducción de grandes titulares e ilustraciones (rompiendo así con la clásica primera plana).

En general, se trataba de un diario de carácter sensacionalista, orientado a contenidos de interés humano, suponiendo una de las principales fuentes mediáticas e informativas del momento. De este modo, observamos que, cada vez de manera más explícita, el modelo de prensa se empieza a ver como un negocio empresarial mediante el cual obtener beneficios.

3.4.2.3 El impacto en Europa

En Europa, el principal país a tener en cuenta en esta nueva etapa de esplendor americano sería, nuevamente, Francia que, a su vez, serviría de modelo al resto del continente. El contexto francés del momento se caracterizó por la lucha de la libertad (1815 a 1848), donde se aplicaban múltiples medidas de represión contra la prensa. Finalmente, sería en la revolución de 1848 donde se conseguirían algunas libertades de prensa.

Ante los modelos neoyorquinos, Emile Girardin fue el principal representante que aplicaría las medidas americanas, incluyendo el uso de publicidad como centro del periódico (cosa que sería clave para la constante evolución y proliferación de los periódicos de masas y constituir la nueva imagen de la prensa moderna), suplementos destinados a médicos, juristas e industriales y la creación de folletos (publicaba novelas por capítulos, como *La Weille Fille* de Balzac), dando lugar a un esplendor del periodismo industrial francés que, aunque se vio enfrentado a adversidades como la proclamación del Segundo Imperio por parte de Luis Napoleón en 1851 (represión y censura), continuó progresando. Los editores se adaptaron al contexto, dejando de opinar en política y pasando a centrarse en la información sobre la nueva situación de crecimiento económico y de interés en los asuntos nacionales.

Así, la prensa popular fue alcanzando su sùmmum. Este se ve representado por el diario *Le Petit Journal* (1863) de Millaud, que introdujo la primera generación de prensa de masas francesa. Su éxito fue tal que se convirtió en el primer diario del país por excelencia, siendo el único en alcanzar una tirada de un millón de ejemplares.

Destacaba (tal y como se ha podido ver en los periódicos neoyorquinos) por el alejamiento del público burgués, el uso de un estilo sencillo por tal de atraer a la clase popular francesa, las novelas de folletín (novelas publicadas por capítulos en el propio diario) y su bajo precio (el más barato del mundo con un coste de 5 céntimos).

Este periódico introdujo la segunda generación de prensa de masas al apropiarse del sensacionalismo norteamericano, al igual que otros periódicos del momento como *Le Petit Parisien* (1876) o *Le Matin* (1884), que también copiaron los modelos de Estados Unidos. Se había creado un nuevo periodismo, industrial y contemporáneo.



Le Petit Parisien, n° 1, 15 de octubre de 1876, RetroNews



Le Matin, n°1, 26 de febrero de 1884, RetroNews

De la misma manera, aunque no se hará preciso hincapié en la evolución de la prensa de masas inglesa (que fue mucho más lenta), también destaca el rol fundamental que supuso la publicidad como medio de obtención de ingresos y poder para las agencias periodísticas, invirtiendo, a su vez, en el desarrollo de los diarios. Además, este proceso fue recíproco, puesto que las agencias publicitarias también se vieron enormemente favorecidas por aparecer en medios de difusión tan grandes como eran los de la prensa de masas.

3.4.2.4 William Hearst, el *amarillismo* y la tercera generación de prensa de masas

Con el paso de los años, finalmente llegó, en Nueva York, la tercera prensa de masas, de la mano de William Hearst, quien compró el Morning Journal en 1895, (posteriormente The New York Journal), un periódico en quiebra.

Con el objetivo de superar a Pulitzer, decidió ir un paso más allá, aplicando el conocido como *amarillismo*, una técnica marcada por un sensacionalismo extremo y la invención de noticias. Destacó por su aire patriota, los títulos impactantes y sus abundantes ilustraciones llamativas. De hecho, llegó a publicar noticias de verosimilitud cuestionable únicamente impulsado por su fácil venta, llegando a desmentir algunas de ellas al día siguiente.

Por consiguiente, protagonizó un periodismo de meros intereses personales, con el único afán de obtener beneficios y notoriedad, dejando completamente de lado la responsabilidad y el deseo de mantener informada a la población con datos certeros. Todo esto acabaría llevando al diario a su desaparición en el año 1904, puesto que los lectores acabaron desconfiando del propio periódico.



Pulitzer a la izquierda y Hearst a la derecha, *La prensa amarilla de Pulitzer y Hearst*, Covadonga Ballester, Wordpress

3.4.3 Los orígenes del periodismo contemporáneo español

Por otro lado, la prensa española de esta época se caracterizó por la influencia y el tono político. Tal y como se ha visto con anterioridad en países como Francia e Inglaterra, todo partió del asentamiento de la ideología liberal y la política parlamentaria, que en el caso de España fue mucho más tardía. En este contexto, la prensa funcionaría como medio de difusión ideológica de los partidos que llegaban al poder.

Concretamente, los inicios del siglo XIX estuvieron marcados por la censura encabezada por el regreso del rey Fernando VII, quien acabó con la libertad de imprenta proclamada previamente en las Cortes de Cádiz, en 1810 (el 25 de abril de 1815 se prohibía cualquier publicación que no fuese oficial).

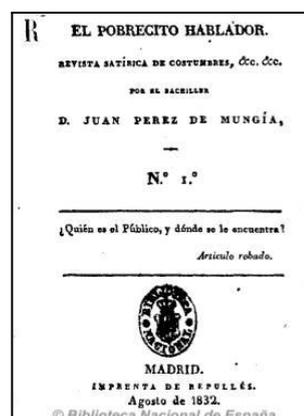
Nuevamente, nos hallamos ante un proceso de lucha constante, con algunos avances del liberalismo (véase en la proclamación de libertad de prensa del 22 de octubre de 1820) ante nuevas medidas represivas (abolición de la libertad en el 1822). Pero así, poco a poco, el liberalismo fue ganando dicha lucha. En estos dos años de libertad surgieron diarios como *El Censor*, *El Imparcial* o *El Periódico de las Damas*, *El Espectador*...

Tras nuevas represiones, fue finalmente con la muerte del rey, que se inició una nueva etapa de apertura creciente. El 10 de junio de 1834 se dictó un nuevo reglamento de imprenta en que se permitía publicar solo a los periódicos ajenos al ámbito político (literatura, artes...).

Durante este periodo cabe destacar la labor de Mariano José de Larra, que supuso la figura del momento con sus dos exitosos periódicos: *El duende satírico del día* (1828) y *El Pobrecito hablador* (1831). Unos años después, hacia 1937, se redactaba ya una nueva constitución que establecía la libertad de prensa sin censura previa.



Primer proyecto periodístico de una de las más destacadas figuras del romanticismo y el costumbrismo español, Mariano José de Larra. Hemeroteca digital de España



Segundo periódico fundado y redactado íntegramente por uno de los más relevantes representantes del romanticismo y el costumbrismo español, Mariano José de Larra

Tras esto, España y, por tanto, la prensa nacional, pasaron por diferentes momentos y etapas. Desde la época dirigida por el general Espartero, en que destaca una gran variedad de periódicos en número y temática, hasta la Década Moderada (1844), un periodo de libertades y restricciones consecutivas. Así, se fueron decretando nuevas leyes que se combinaban con nuevos avances y progresos técnicos.

Con todo ello, se dio una modificación de los periódicos, cuyo aspecto fue rediseñado para convertirlos en un producto más ameno para los lectores, incluyendo nuevas secciones como la crítica, el humor y los folletines o novelas por entregas, cosa que impulsó su aceptación entre las clases más humildes del país, acabando por imitar el resto de estrategias de venta y difusión que se habían aplicado en Europa.

Finalmente, se podría decir que el culmen que permitió dar lugar a la prensa de masas en España fue la suma de la alfabetización de la población, como resultado de la enseñanza básica obligatoria, junto con el derecho imprescindible del ciudadano a la libertad de prensa establecido en la Constitución del 68, el abaratamiento de los costes de producción y las mejoras técnicas, derivando en un auge productivo y de lectores.

3.4.4 El periodismo bélico

Volviendo al contexto occidental, una vez entrado el siglo XX, cabe mencionar los diferentes conflictos bélicos que marcaron la historia y la manera en que el periodismo evolucionó.

3.4.4.1 La Primera Guerra Mundial

Para empezar, la Primera Guerra Mundial supuso un conflicto total que no solo se limitaba al frente, sino que también implicaba a la retaguardia, es decir, a los civiles. Los gobiernos fueron objeto de una emisión masiva de propaganda nacionalista con el fin de impulsar a la población a luchar por su país. La guerra se caracterizó por una censura y un control informativo inicial que desagradó a los periódicos; tras esto, las cabeceras pasaron a funcionar a modo de portavoces del gobierno y, finalmente, la propaganda aumentó, anunciando historias terribles con la intención de crear odio y adhesiones.

3.4.4.2 Periodo de entreguerras

Una vez acabada la Primera Guerra Mundial, se dio un fenómeno de rechazo de la propaganda por parte de la población, que se sentía engañada.

Por otro lado, tuvo lugar una evolución de los sistemas informativos de los periódicos, como resultado de la concentración de cabeceras, cosa que implicaba la desaparición de numerosos periódicos secundarios y la centralización de toda la atención mediática en unos pocos medios que pasaron a dominar el mercado y funcionaron a modo de nexo comunicativo entre el gobierno y el pueblo, además de desempeñar un papel educativo de las masas.

Por último, cabe destacar el auge de otros medios comunicativos como el cine o la radio (posteriormente también la televisión), que acabarían por bajar a la prensa del trono influyente en el que se había posicionado a lo largo del siglo XIX e inicios del XX, impulsando la creación de nuevos modelos de prensa que pudieran competir con dichos inventos. Es el caso de la prensa elitista, las revistas políticas ilustradas y la implementación de fotografías en más abundancia.

3.4.4.3 La Segunda Guerra Mundial

Finalmente, el estallido de la Segunda Guerra Mundial trajo de vuelta el protagonismo de la propaganda en los periódicos. Y bien si en la Gran Guerra esta ya supuso un factor clave, en la segunda todavía se incrementó más y ocupó un campo más amplio, extendiéndose también al cine, la radio, los libros y cualquier medio de información. Entre los modelos informativos empleados, se distinguen tres.

En primer lugar, los países totalitarios se caracterizaron por el uso de un sistema mecanicista, donde la propaganda ideológica se llevó al extremo y tuvo su máxima influencia en el cine y la radio, aunque la prensa también se utilizó.

En cambio, en los países democráticos se utilizó la narrativa de decir a la población que “lo que ellos difundían no era propaganda, sino información; a diferencia de los nazis, quienes sí que utilizaban propaganda”. Esto fue fruto del rechazo y la desconfianza hacia la propaganda originada en la 1ª Guerra Mundial (especialmente en Estados Unidos e Inglaterra. Por tanto, para convencer a la población se acudió a la conocida como “propaganda blanca”, basada en la objetividad y la credibilidad.

Por último, se utilizó la “propaganda negra”, un tipo de modelo empleado especialmente en Inglaterra, mediante el cual se crearon noticias difundidas por radio y periódicos, donde un supuesto opositor de su propio régimen (nazi), que en realidad era inglés, se mostraba contrario y explicaba noticias reales mezcladas con otras que cuestionaban las políticas empleadas. Mediante dichas noticias emitidas en el propio país ajeno (Alemania), se consiguió reducir la confianza del pueblo alemán en sus dirigentes nazis.

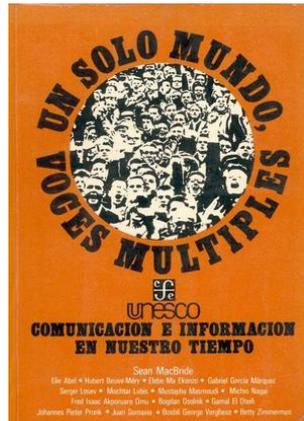
3.4.4.4 La Guerra Fría

Pasando por alto la entreguerra, llega nuevamente un conflicto: la Guerra Fría, de carácter puramente ideológico. Ante este enfrentamiento de ideas, aumentó en occidente la necesidad de defender una prensa libre (de acuerdo con los valores democráticos) y una responsabilidad social por parte de los medios (dada su alta capacidad influyente en el ámbito político), tras haber sido testigos de la terrible efectividad y el poder de una prensa regulada por el Estado.

Esta etapa informativa norteamericana se sustentó en el concepto del *free flow*, basado en la supresión de los obstáculos político-jurídicos a las empresas de información, por tal de facilitar su formación y funcionamiento, así como una mayor distribución de informaciones y noticias. También cabe destacar la importancia del Estado como propietario de los nuevos medios de comunicación, creando emisoras estatales o aportando ayudas a estas.

Por otro lado, en cuanto a la prensa escrita, se dio una concentración de medios a nivel internacional, una diversificación de la misma y una división general que distinguió entre prensa de calidad y prensa de masas.

Tras ello, múltiples avances siguieron teniendo lugar, incluyendo el incremento de las tiradas de impresión de los periódicos, la inclusión de fotografías en color, hasta la caída del *free flow* como resultado de la descolonización y la exigencia de muchos nuevos países de tener un modelo independiente al capitalista norteamericano (Movimiento de los No Alineados). Esto derivó en la creación del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación en 1980 (Informe McBride), acabando por consolidar el Nuevo Orden Mundial de la Comunicación.



Un solo mundo, voces múltiples (Informe MacBride) (1980), Divesidad Audiovisual

Una vez habiendo tenido lugar estos acontecimientos, llegamos a la conocida como sociedad de la información actual, en la que el panorama periodístico ha sufrido cambios vertiginosos a raíz de la aparición de las nuevas tecnologías.

4. EL ANTES Y EL DESPUÉS: CAMBIOS EN EL PERIODISMO ESPAÑOL DEL s.XX AL s.XXI

Tal y como ha quedado reflejado en el anterior apartado histórico, el periodismo ha sido objeto de una evolución creciente, especialmente durante los últimos años, donde los cambios y las innovaciones introducidas en el ámbito informativo se han ido sucediendo de manera tan rápida que actualmente nos encontramos ante un panorama comunicativo completamente distinto al que tuvo lugar tan solo unas décadas atrás.

Véase ahí la necesidad de hacer una comparativa entre el funcionamiento del periodismo en las últimas décadas del siglo XX e inicios del XXI y la actualidad. Para ello, nos centraremos únicamente en el contexto español, puesto que dicho trabajo se enfoca en la situación nacional y sería demasiado impreciso y ambicioso ampliar el punto de mira a un contexto europeo o mundial.

4.1 Cambios relevantes en el periodismo español del s.XX

En cuanto al siglo XX se refiere, este ha estado marcado por importantes cambios: partiendo del periodo dictatorial franquista inicial, para pasar, posteriormente, a una libertad que daría pie a una evolución y una apertura clave, así como la introducción e influencia de numerosas nuevas tecnologías, modelos y estrategias.

4.1.1 La censura franquista

En primer lugar, para entender la situación periodística de las últimas décadas del siglo XX, se ha de considerar el contexto franquista. De modo que, antes de hablar sobre los últimos años del siglo pasado, se hará foco en la prensa y la comunicación durante la dictadura y posteriormente, del periodismo libre.

Lo primero que se ha de tener en cuenta respecto al periodo dictatorial franquista es que la victoria del bando sublevado en la guerra civil trajo consigo la eliminación de todos los periódicos considerados como enemigos, encontrándose entre estos los liberales, socialistas, comunistas y republicanos, para pasar a una estricta y reducida tríada que se reducía al *ABC*, *Informaciones* y *Ya*, a la vez que se crearon otros informativos propios del régimen.



Entrevista a Franco publicada en una edición especial de Sevilla, el 18 de julio de 1937 - ARCHIVO ABC

En general, se distinguen dos épocas dentro de la dictadura. En un primer momento, se dio un periodo de uniformidad, donde la labor informativa de los diarios se limitaba a difundir la ideología del régimen y transmitir opiniones que sonreían al gobierno.

Esta fue la etapa en que la censura se estableció en su mayor grado de severidad, donde ni la política ni la crítica social tuvieron cabida y la cultura, por su parte, se vio limitada a revistas muy sesgadas por los valores franquistas. En 1938, por ejemplo, ya se utilizaba la prensa como medio de propaganda y de adoctrinamiento, de la misma manera que el rol del periodista quedaba establecido a ser un “apóstol del pensamiento y de la fe de la nación recobrada a sus destinos [...] digno trabajador al servicio de España, [...]”. (Ramón Serrano Sunyer, Ley de prensa del 22 de abril de 1938).

Y en cuanto al modelo periodístico, destacó la creciente relación entre el periodismo y la literatura (como ya se había dado a inicios del siglo), con la publicación de obras literarias en los propios periódicos y el auge de varios periodistas influenciados por la generación del 98, incluyendo a Unamuno, Pío Baroja, Valle-Inclán, Azorín u Ortega y Gasset, cuyas obras fueron publicadas en gran parte a modo de artículos periodísticos. Esta relación periodístico-literaria continuaría estrechándose.

Por otro lado, hacia el 1962 comenzaría un periodo de apertura con mayor permisividad, viéndose reflejada, por ejemplo, en la creación de las revistas *Cuaderno para diálogo* o *Triunfo*, que protagonizaron las primeras críticas políticas moderadas, así como la ley de prensa decretada en 1966, mediante la que se suprimió la censura previa a la publicación.

Por lo que respecta al rol del periodista, se podría decir que, bien si la literatura siguió yendo de la mano del periodismo, en muchas ocasiones este empezó a profesionalizarse, especializarse y convertirse en una figura enteramente dedicada a escribir en los diarios y periódicos.



Primer número de "Cuadernos para el diálogo",
1963 Biblioteca UCM



REVISTA TRIUNFO 752, PORTADA MARISOL
1960, Todocoleccion

4.1.2 Las últimas décadas del s.XX: la apertura

La muerte de Franco dio paso a una libertad total de crítica y de controversias que se plasmaron en los diarios y periódicos, bien si unos años atrás ya se realizaban algunos comentarios contrarios al régimen de carácter moderado. Por ende, surgieron nuevas cabeceras que prevalecen hoy día como algunas de las más importantes de España, incluyendo *El País*, *El Mundo*, o *La Razón*, a la vez que se consolidaron las ya existentes.



Logotipo actual del diario *El País*,
Wikipedia



Logotipo actual del diario *El Mundo*,
Wikipedia



Logotipo actual del diario *La Razón*,
Wikipedia

A esta libertad se le sumó la llegada de las primeras tecnologías, haciendo que el periodismo se adentrara en un periodo de cambio que se tradujo en una independencia definitiva de los periódicos respecto al gobierno, que se constituyeron bajo el poder de sus propias agencias; la privatización de algunos medios estatales y el protagonismo de las imágenes y los medios audiovisuales sobre lo escrito: había llegado la sociedad de la información.

4.2 El s.XXI: la sociedad de la información

Actualmente nos encontramos inmersos en un mundo digital repleto de información constante, de estímulos que vienen y van sin cesar, donde parecemos no poder aburrirnos en ningún momento. Esta sociedad de inmediatez y accesibilidad donde todo es posible en todos lados ha venido para quedarse. Internet y el resto de nuevas tecnologías se han encargado de ello, han acelerado la vida con cambios que han revolucionado por completo muchos aspectos del día a día: todo, cada vez mejor y más rápido. El periodismo no es una excepción; como el resto de profesiones se ha visto influido tanto de manera positiva como negativa por esta revolución digital.

Algunas de las nuevas herramientas que han surgido son los diarios digitales, blogs, canales de youtube, podcasts, twitter y otros medios de comunicación, que han constituido una red de comunicación e intercambio informativo con un gran alcance. Efectivamente, internet y las redes sociales se han popularizado en gran medida, arrastrando tanto a particulares como empresas a sumergirse en ellas.

Hoy en día alguien que no está metido en las redes es alguien excluido de la sociedad, una sombra en un gigantesco espacio digital; lo mismo pasa con las cabeceras periodísticas. Un diario no puede proliferar sin un perfil en twitter, un dominio web, un canal de youtube, o una cuenta de instagram. Sin una promoción en el ámbito digital, el éxito es dudoso, puesto que la mayor parte de la nosotros pasamos una porción importante de nuestro tiempo inmersos entre pantallas. De este modo, resulta crucial para cualquier periódico adaptarse a este cambio. Fruto de dicha necesidad, nos encontramos ante un panorama completamente digital.



La importancia de las redes sociales para tu negocio, Next Vision

Un panorama digital en el que, ¿acaso no son todas ventajas? La información vuela: la noticia de un suceso ocurrido en Australia puede llegar a España en cuestión de minutos y haberse difundido por todo el mundo con suma fugacidad. Además, las redes sociales e Internet han permitido un exagerado aumento de la audiencia. De la misma manera, los correctores ortográficos, los teleprompters, las cámaras de alta calidad y muchas otras incorporaciones han facilitado y agilizado la labor periodística.

Además, los avances no son solo tecnológicos. También se han de tener en cuenta otros factores socioeconómicos y políticos como la extensión de la educación y la fácil accesibilidad a estudios superiores y universitarios. Y es que si bien es cierto que actualmente sigue habiendo gente que no tiene la oportunidad de cursar estudios superiores, la mayor parte de las nuevas generaciones de nuestro país ha podido acceder a la universidad. Por ejemplo, en 2022 un 43% y un 55,4% de hombres y mujeres de entre 30 y 40 años accedieron a la universidad, además de formar parte de otros programas como los Erasmus o intercambios. (Instituto Nacional de Estadística, 2022).

A una mejor formación también se le suma el aumento del salario mínimo y el progreso de las condiciones laborales. No hace falta echar la vista demasiado atrás para ver que en pocos años todo ha mejorado. Si nos fijamos en el contexto de hace un siglo, evidenciamos un cambio notable. Entonces, nos encontramos con un contexto periodístico que parece haber mejorado con creces en los últimos años, donde las mejoras y los avances introducidos no cesan y, sin embargo, ¿por qué se habla del periodismo con un matiz problemático?, ¿por qué ha adquirido una connotación negativa?

4.2.1 El impacto de los nuevos medios

En primer lugar, se ha de tener en cuenta que no todo es de color rosa. Como en la mayoría de ocasiones, todo tiene una cara A y una cara B. Y en el caso de este oficio, es un tanto ambiguo determinar si la cara A contrarresta los contras que residen en la cara B. De este modo, ¿qué encontramos al girar el disco del nuevo periodismo?

La respuesta es sencilla: existe un sinfín de desventajas que, si bien pueden resultar un tanto chocantes respecto a los múltiples aspectos positivos mencionados anteriormente, también han contribuido a empeorar la situación.

En relación con todo ello, cabe hacer especial hincapié en las redes sociales, que han llegado para quedarse y revolucionar todo a su paso. De aquí la necesidad de dar importancia a algunas de las consecuencias negativas que han comportado.

4.2.1.1 La inmediatez

Para empezar, uno de los principales problemas que aborda la sociedad de la información respecto a la comunicación es la inmediatez. Los mecanismos de transmisión informativa han evolucionado hasta llegar al punto de la instantaneidad. En esta nueva era nos hemos acostumbrado a la comodidad del todo en todas partes, lo que queramos cuando queramos y rápido. Un simple click pone a nuestro alcance un sinfín de noticias de distinta índole en diferentes medios. Desde política, literatura, turismo, videojuegos, deportes, economía. Una gran variedad de contenidos y formas con una accesibilidad increíble.

Por supuesto, esto también comporta un problema para las cabeceras: el conseguir primicias. Y es que si bien siempre ha sido importante ser el primero en lanzar una exclusiva en un periódico, ahora lo es todavía más. Actualmente todo es cuestión de accesibilidad, velocidad y sencillez: aquí, ahora y fácil.



La era de la inmediatez, LinkedIn

4.2.1.2 La falta de atención

Asimismo, en relación con la inmediatez, se puede decir que está disminuyendo la capacidad de atención entre la población.

Cada vez nos resulta más difícil mantener nuestra atención en la realización de una misma tarea durante periodos de tiempo sostenidos. Nos hemos acostumbrado a vivir sobreestimulados, con información que nos rodea de manera constante, que circunda nuestra mente sin cesar. Y hemos acabado convirtiéndonos en adictos de esta sobreestimulación: “leo una página de un libro, ahora entro a Instagram, retomo la tarea de la escuela que he empezado hace una hora...” Un multitasking realmente perjudicial.

No somos capaces de concentrarnos y eso es un problema grave al que tenemos que enfrentarnos actualmente. (*¿Por qué nos cuesta concentrarnos cada vez más?*, *El Correo*, 2023; *“Cada vez nos cuesta más concentrarnos”*: una experta norteamericana aconseja cómo recuperar la atención en la era del multitasking, *La Nación*, 2023).



MULTITASKING: ¿Bendición o maldición?, MORE

De manera recíproca, tanto los formatos como los modelos se han adaptado para poder captar a una mayor audiencia, así se ha convenido. Es el caso de los reels y los formatos de corta duración. Si ni siquiera podemos mantener nuestra atención para ver un vídeo, ¿cómo vamos a realizar otras actividades que requieran más concentración y tiempo como es el caso de la lectura, por ejemplo?

Tanto los españoles como el resto de la sociedad, parecemos dedicar cada vez más tiempo a actividades de mayor banalidad como es el *scrolling* sin fin en las redes sociales, y este es uno de los enemigos que afectan al periodismo actual. En consecuencia, los formatos se han visto obligados a realizar una adaptación imperiosa para poder responder y llegar a una audiencia también diferente. Todo apunta a un proceso de síntesis entre la antigua formalidad periodística y los modelos de entretenimiento digital actual.

Resulta sorprendente observar que incluso algunas de las cabeceras nacionales más importantes cuentan con perfiles oficiales en plataformas como Tik Tok; es el caso de periódicos como *La Vanguardia*, *El País*, *El Periódico* o *ABC*, entre muchos otros. Esto refleja la capacidad influyente de dicha red social como plataforma hegemónica durante los últimos años, así como el interés de la sociedad por este tipo de contenidos, constituyendo un ciclo que no para de retroalimentarse.



Captura de pantalla del perfil de tik tok de la vanguardia a 29 de julio de 2024

Cada vez más montañas de noticias en forma de vídeos cortos fluyen por la plataforma y acaparan millones y millones de visitas. Nos sumergimos en una espiral en la que, mientras la sociedad invierte cantidades ingentes de tiempo en las redes sociales, los medios de comunicación se van sumando progresivamente a la ola, dada la exquisita oportunidad de crecimiento que estas ofrecen. Al fin y al cabo, las noticias nos buscan a nosotros y no, nosotros a ellas.

Pero el problema de este bucle es que nos estamos malacostumbrando a una pérdida de formalidad que, si bien puede resultar más cercana al usuario, también se traduce en una falta de rigurosidad informativa.

En suma, los llamados “influencers”, que llevan ya tiempo siendo los protagonistas en pantalla, suponen otro gran rival para la prensa. Tal y como se ha comentado, la cantidad de tiempo que invertimos en las redes va en aumento, con lo que los autores de los perfiles que visualizamos resultan altamente beneficiados al acaparar cada vez más atención mediática, más likes, comentarios y suscriptores, que en algunos casos llegan a sumar cifras que alcanzan las decenas de millones.

Debido al amplio foco de atención que suponen estas figuras, hace ya años que ha surgido una tensión creciente entre ambos sectores. Una batalla librada por la dominancia mediática en la que los youtubers e influencers parecen ir en cabeza, por mucho. Tal y como comenta Daniel Senabre (periodista) en su canal *Dani in the Jungle*, si bien no un odio, esto ha generado cierto desprecio por parte de los medios de comunicación más tradicionales hacia estas nuevas propuestas de Youtube, hacia este nuevo mundo de la información. Probablemente, esta apatía viene dada por la idea preconcebida y generalizada que se suele tener acerca de un youtuber. “Ese niño que chilla y se enfada mientras juega a videojuegos cómodamente”. Y este es un problema que toma especial relevancia en España, a diferencia de otros países como Inglaterra o Estados Unidos, donde no parece haber tanta tensión mediática.

En nuestro país, los medios suelen dar importancia a cuestiones más sensacionalistas como cuánto dinero cobra un youtuber, como resultado de dicho menosprecio (en esta cuestión, por ejemplo se intuye un interés por ver si “alguien que insulta y juega a videojuegos puede llegar a ganar grandes beneficios monetarios) en lugar de interesarse por otras cuestiones como sus inspiraciones, sus ideas o sus métodos.

Y es que si bien es verdad que algunos youtubers responden al estereotipo que a priori se tiene de un youtuber, lo cierto es que Youtube es una plataforma gigantesca en la que conviven millones de canales, y lo que probablemente pase desapercibido o bien no interesa mencionar a la prensa son todos aquellos creadores de contenido que realizan grandes producciones informando y hablando sobre temas diversos, desde la construcción de ordenadores, hasta análisis de películas, pasando por recetas de cocina u otros.

En vista de este asunto, algunos periodistas (aunque son pocos) han decidido empezar a hacerse un hueco en el mundo de internet. Es el caso de Senabre, como ya se ha visto, y Rodrigo Fález, comentarista y presentador en Bein Sports y Gol, que afirma haber recibido críticas por parte de sus compañeros: "El otro día me decía uno, *ya estás con tus frikadas de YouTube*, y le pregunté si tenía Twitter. Me contestó que sí, pero que él era periodista... pues yo también puedo ser periodista y tener YouTube, ¿no? Lo único que cambia es la forma, pero no el fondo". (Revista *Vice*, *Hablamos con los primeros periodistas youtubers de España*, 11 de abril de 2017)



Daniel Senabre hablando en uno de sus vídeos de su canal de Youtube, Vice España



Miniatura de un vídeo del canal de youtube de Rodrigo Fález, Youtube

Con esto se clarifica un rechazo que, sin embargo, cada vez se está viendo más forzado a destruirse, dada la necesidad de los medios de adaptarse a la hegemonía del mundo de internet y toda la atención que han acaparado los influencers. Por ejemplo, cada vez son más numerosas las noticias que giran en torno a *streamers* y demás, de modo que una posición de menosprecio no es nada beneficiosa para la prensa. Tan solo hace falta observar eventos del ámbito de internet de grandísima escala como *La Velada del Año IV*, celebrada de la mano del conocido *streamer* Ibai Llanos el 13 de julio de este mismo año en el Estadio Santiago Bernabéu. Los medios de comunicación tradicionales e internet parecen estar comenzando a unirse en una síntesis de grises, debido a un concepto clave en este tema: la profesionalización de las redes sociales.

Tal y como se demuestra con las ya mencionadas cuentas de Tik Tok de algunas cabeceras nacionales, el periodismo está buscando maneras de reinventarse frente a la complicada situación por la que pasa el oficio, ¿pero acaso es esto suficiente?

A día de hoy todavía no son demasiados los periodistas de oficio que han decidido dar este paso y en su mayoría suelen pertenecer al ámbito deportivo, concretamente futbolístico (lo cual no supone un problema en sí mismo, pero sí la falta de variedad).

De la misma manera, el salto a Youtube, al fin y al cabo no deja de ser un reflejo de la necesidad de individuales de subsistir frente al profundo problema que inunda la profesión.

4.2.2 El problema de la actualidad: una combinación de factores

La suma de todos estos factores da lugar a un panorama actual protagonizado por una situación de crisis periodística que intenta ser renovada mediante la popularización de las redes sociales y sus nuevos formatos, dado el auge de las figuras de internet y de la profesionalización del sector. A su vez, contamos con unas nuevas generaciones cada vez más afectadas por los problemas de atención y unos hábitos de lectura muy pobres, los cuales se enfrentan a un mundo repleto de información que deben aprender a contrastar como bienamente puedan.

¿Tal vez, con el paso de los años las redes sociales acaben por absorber el periodismo tal y como lo conocemos hoy en día?

5. LA CRISIS DEL PERIODISMO ESPAÑOL: LAS DIFICULTADES DEL PERIODISTA ACTUAL

A lo largo de los últimos apartados se ha demostrado cómo el periodismo ha evolucionado, cambiando al unísono con el mundo; no diferentemente con la llegada de la sociedad de la información. Las redes sociales están ejerciendo una gran influencia en la profesión, revolucionando absolutamente todo en poco tiempo.

De este modo, aunque no sabemos hasta qué punto va a llegar la influencia de los nuevos medios y, por tanto, hacia dónde se va a dirigir el periodismo y cuál va a ser su futuro en vista a varias décadas (más allá de la tendencia a la reducción progresiva o desaparición del uso del papel como soporte de lectura), lo que sí se identifica de manera unánime por los expertos en materia es una crisis periodística que sume al oficio en una etapa complicada y de desprestigio. Y es que no son precisamente pocos los profesionales que coinciden en anunciar el deterioro del mismo.

Si consultamos este tema en internet, encontramos numerosos resultados de búsqueda de Google en los que se muestran montañas de artículos hablando sobre dicha decadencia.



Cuándo y como se fue al garete el periodismo en España (y cómo podemos arreglarlo)



El estado de la profesión periodística y la crisis de los medios en España



Está el periodismo en crisis?, Ethic



El grado en Periodismo languidece:”Los chicos prefieren oír a Ibai Llanos que el telediario”, El País

En los últimos años se han publicado múltiples noticias en relación con este asunto. Y todos muestran un término en común: “crisis, crisis, crisis...”.

Algo de verdad debe haber, pues, en las palabras de diferentes medios y profesionales con diferentes ideologías que coinciden en hablar de una crisis del periodismo. De esta manera, ¿qué se esconde detrás de la crisis?, ¿cuáles son las causas y consecuencias del declive?

5.1 La enemistad entre los medios tradicionales y las nuevas tecnologías

Lo cierto es que existen diversos factores que han contribuido a generar esta situación. Respecto a este asunto, cabe destacar el libro *Recuperemos el periodismo: Ideas para regenerar la profesión periodística*, escrito por Jose Ignacio Bel Mallen, junto con la colaboración de muchos otros periodistas (destaca José Antonio Zarzalejos) como referente en el que se ofrecen diversos puntos de vista en cuestión a este asunto, algunos con ciertos déficits e incerteza, sin embargo.

En primer lugar, uno de los puntos claves que cabe mencionar y el cual podemos observar en las palabras de Fernando Cano es el error que supone la tendencia a interpretar la aparición de internet, no solo como una competición entre los medios tradicionales y las nuevas tecnologías, sino como una amenaza de la cual los periódicos deben ser rescatados; aspecto que también menciona Ramón González Ferriz en su artículo *Cuándo y cómo se fue al garete el periodismo en España (y cómo podemos arreglarlo)*. Si bien es cierto que la aparición de las redes y los nuevos medios ha podido quitar protagonismo a los periódicos, una actitud como esta hace que, una vez más, nos topemos con esta contrariedad mencionada anteriormente en el trabajo, la cual, en lugar de ser una motivación para los periodistas, no deja de traducirse en un grave punto contra el progreso periodístico, que se interpreta como una arrogancia y una indisposición hacia la innovación y la adaptación.

5.2 La pérdida de confianza en los medios

Otro de los factores clave en cuestión se halla en la pérdida de confianza por parte de los lectores hacia los medios. Tal y como afirma Juan Carlos Laviana, “*la sociedad está perdiendo de forma progresiva su confianza en los medios de comunicación salta a la vista*”. De hecho, si consultamos datos y estadísticas nos encontramos con un panorama un tanto desolador.

En una encuesta incluida en el *Informe Anual de la Profesión Periodística 2023* de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) se ha dado a conocer que incluso los propios periodistas califican el grado de confianza en la información con una escasa puntuación de 5,7 puntos sobre diez, llegando a ser incluso superior a la desconfianza de la población española hacia los medios, de la cual un 33% de encuestados afirma confiar en la mayoría de las noticias de manera general.

El caso es que este no es solo un problema a nivel español, sino que se trata de un fenómeno mundial. Si dirigimos la vista hacia Estados Unidos (país que, como ya se ha visto, supone el máximo referente periodístico mundial), vemos que la empresa demoscópica *Gallup* (especialista en el estudio de las opiniones, aficiones y comportamiento de las personas a través de sondeos de opinión) afirmó en una encuesta realizada que el 39% de los encuestados no tenía ningún tipo de confianza en los medios, sin distinción entre ideologías.

El número de lectores y/u oyentes que creen en los medios de comunicación ha caído, hasta llegar al punto, incluso, de que las cifras rozan los mínimos históricos, tal y como confirma otro estudio de la misma compañía. Y es que, si echamos la vista atrás, vemos que esta situación contrasta notablemente con los datos y las cifras registradas años atrás, en la década de los 70, para ser exactos, donde el porcentaje medio de confianza giraba en torno al 68 y el 72%.

¿Los motivos de esta incredibilidad? Si bien es cierto que son diversas y complejas las razones que justifican este fenómeno, se puede distinguir una tríada de causas principales.

5.2.1 Falta de independencia: la polarización

En primer lugar, uno de los principales puntos a tratar en lo que respecta a la desconfianza periodística, se halla en la fuerte polarización presente en la mayor parte de los medios españoles. Este fenómeno, que se da en un álgido grado en nuestro país, ha ocasionado que “*la línea entre información y opinión quede cada vez más difuminada*”, tal y como se comenta en un artículo de *Reporteros sin Fronteras (RSF)* y ha inducido a la desconfianza por parte de la ciudadanía.

De hecho, en cuanto a polarización, encontramos que España es el segundo país del mundo que más sufre este fenómeno. (Informe Digital News Report, 2022).

La polarización del sistema mediático español, en el que periódicos, televisiones, radios y medios digitales muestran una marcada tendencia ideológica, ha provocado una confrontación de opiniones radicales que, en lugar de buscar el diálogo, optan por la divergencia.

Presiones sobre los redactores por ajustar los formatos a la imagen que se quiere dar, cambios de expresiones de modo que sean más acordes a sus ideales son solo algunas de las realidades recurrentes en el día a día laboral de los periodistas, que acaban dando lugar a informaciones sesgadas y claramente teñidas de tintes políticos. Es habitual encontrar noticias que cuentan con diferentes versiones, según el medio que se consulte, y si uno se para a contrastarlas respectivamente, no es de extrañar que en muchas ocasiones se acabe dudando de la posibilidad de haber leído el mismo relato, sustancialmente hablando. Este es un suceso que se evidencia, sobre todo, en los debates y tertulias televisivas, que *“tienen más de espectáculo que de debate constructivo”*, comenta Silvia Nortés en un artículo publicado en *Contexto y Acción* (ctxt).

Según afirma el informe de la APM de 2023, por ejemplo, la nota que los periodistas españoles otorgan al nivel de independencia en su trabajo, en una escala de 1 a 10, es de 4,7 puntos. Es más, un 71% de los encuestados opina que hoy los periodistas tienen menos libertad que antes para enfocar libremente la información o están más limitados por las directrices de los medios para los que trabajan, cosa que pone en duda la actual libertad de prensa.

De ahí que gran parte de la población acabe llegando a la conclusión de que los medios se rigen por meros intereses y que detrás de cada uno hay un partido que lo respalda. ¿Acaso se podría hablar incluso de una información que tiende a convertirse en mera propaganda? He ahí el motivo de la desconfianza mencionada.



El 74,8% de los periodistas cede ante las presiones por miedo a ser despedido o relegado, Público



Informe Anual de la Profesión Periodística, 2023. APM: Encuesta profesional, 2013 a 2023 y Encuesta de impacto del Periodismo.

5.2.2 Fake News

De la misma manera, de la mano de los intereses y la desconfianza viene ligado otro importante fenómeno mediático. Estamos hablando de las fake news: nada nuevo. Esta práctica lleva existiendo desde hace siglos.

Tal y como comenta Jesús Miguel Flores Vivar, profesor e investigador del Departamento de Periodismo y Nuevos Medios de la Universidad Complutense de Madrid en una entrevista transcrita por la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación de la misma universidad, ya en la Segunda Guerra Mundial se podría hablar de bulos y fake news cuando Joseph Goebbels, mano derecha de Hitler pronunciaba *“Hay que hacer creer al pueblo que el hambre, la sed, la escasez y las enfermedades son culpa de nuestros opositores y hacer que nuestros simpatizantes lo repitan en cada momento”*. Es decir, dar frases de tal forma que la gente piense que es su verdad. Y al hacerlo tantas veces como sea posible, pensará que lo es. ¿Qué significa esto? Que los bulos y las noticias falsas han existido siempre.

Ahora bien, la proliferación de las redes sociales en los últimos años ha propiciado un caldo de cultivo de fake news: fácil difusión, un ámbito poco profesional, viralización al alcance... De este modo, cada vez resulta más difícil discernir entre la verdad y la mentira, incluso en el ámbito profesional. Si bien es cierto que las fake news suelen difundirse en las redes sociales, el poder que estas han llegado a alcanzar, hace que cada vez sean más difíciles de verificar.



El 40% de los españoles no identifica las noticias falsas. Abogacía Española, Consejo General

Si a esto le sumamos, además, el uso del *clickbait* en los titulares (mero sensacionalismo moderno); esto es, el interés de los medios por atraer a un mayor número de usuarios a clicar en su noticia mediante frases llamativas, que producen una reacción provocativa pero que carecen de información de calidad y que pocas veces responden a las expectativas generadas; la desconfianza se vuelve evidente.

5.2.2.1 Desinformación por exceso

En relación con estos aspectos se puede decir que en este trabajo se ha demostrado cómo la información, partiendo desde una accesibilidad limitada a las élites sociales, ha ido llegando progresivamente al alcance de un mayor rango de personas, hasta extenderse por toda la pirámide. De este modo, la sociedad de la información de la que hablábamos anteriormente, es la máxima expresión de este hecho.

La llegada de Internet ha permitido la disponibilidad ilimitada de informaciones de todo tipo a todo el mundo y, con ello, podemos llegar a hablar incluso de un exceso. En otras palabras, hay más información de la que podemos leer y eso acaba derivando en desinformación.

Este factor, añadido al hecho de que internet se ha convertido en un mar infestado de tiburones que llevan por aleta una fake new, el contraste informativo y el saber elegir la información correcta, se vuelven cada vez tareas más arduas y complicadas; no solo para los usuarios sino también para los grandes medios de comunicación, que cada vez deben invertir más en métodos de verificación y contraste.

Y esto afecta aún en mayor medida a la sociedad, que no dispone de la habilidad para discernir entre verdad y mentira. En relación con este asunto, Jesús Miguel Flores Vivar comenta: “ *Si dentro del colectivo de periodistas echamos en falta la verificación, imaginémonos en sectores de la sociedad que no están vinculados profesionalmente al mundo de la información. La ciudadanía debería recibir un plan de alfabetización digital y obtención de información de calidad en esta era digital que genera un trending topic no verificado en cualquier momento.*”

De hecho, sensacionalismo y desinformación, según revela el informe de la APM, son las causas que los periodistas encuestados consideran como principales motivos del desprestigio bajo el que se observa el periodismo y que dificultan la principal labor del oficio: informar de forma veraz a la sociedad. El 90% opina que se ha incrementado el sensacionalismo, particularmente en las redes sociales. Y el 92% cree que la desinformación es un problema de suma importancia en España.

De este modo, podemos observar cómo se ha pasado de un extremo al otro: antiguamente, información reservada a las élites cultas, y hoy en día, de la mano de internet, acceso ilimitado a todo el mundo. Y sin embargo, ¿se está aprovechando correctamente el potencial que nos brinda esta nueva era?

5.2.3 La infoxicación o fatiga informativa

Junto a dicha ignorancia voluntaria, viene ligado otro importante fenómeno. Se trata de lo que se ha acordado en llamar fatiga informativa, un término que designa una consecuencia directa de la sobreinformación o el exceso de informaciones de diferente índole, abundantes y sin cesar con que nos bombardean a diario todo tipo de medios. Según afirma el filósofo coreano Byung-Chul Han, ese sinfin de información que se nos abalanza, anula la capacidad de análisis de la gente.

“*La hipercomunicación digital destruye el silencio que necesita el alma para reflexionar y para ser ella misma. Se percibe solo ruido, sin sentido ni coherencia*”, comenta Han. De este modo, queda reducida la capacidad de saber distinguir entre lo esencial y lo que no lo es.

Ya fue en un primer momento, hacia el 1996, que el psicólogo británico David Lewis se pronunció al respecto, quien, en un informe titulado *Dying for Information*, tras realizar diversos análisis a directivos en diferentes lugares del mundo (Estados Unidos, Hong Kong o Reino Unido...) pudo dar con el mismo patrón de fatiga informativa.

Claro que con el crecimiento exponencial que han experimentado y están experimentando las redes sociales, todo este fenómeno se ha acentuado con creces, hasta llegar al punto que *"Incluso cuando no la estamos buscando, recibimos más información de la que podemos procesar; lo que provoca mucha ansiedad"*, explica Geneviève Beaulieu-Pelletier, psicóloga clínica de Montreal.

Uno de los términos propios que cabe mencionar dentro de este ámbito es el de los conocidos como “infobesos”, personas que se consideran superadas por un exceso de información ante el que se sienten incapaces de realizar una buena gestión. Esta analogía con la comida resume el mecanismo: al igual que el exceso de masa grasa que el cuerpo no puede metabolizar en energía, el exceso de información hace que el cerebro ya no pueda transformarla en conocimiento.

Muchas de estas personas han expresado la apatía que les genera el hecho de no parar de escuchar noticias, la mayor parte de ellas negativas: cambio climático, guerras, incendios, violencia de género, y han decidió desconectarse, dejar de consultar las noticias en absoluto. “Impotentes ante un panorama global que se ha tornado sombrío, algunos terminan por aislarse radicalmente de las noticias.”

Es el caso de Elizabeth, una chica de 35 años que durante el confinamiento en pandemia dejó de consultar las noticias. Dado que solo se hablaba del estado pandémico, le invadió un gran ataque de ansiedad, que decidió tratar mediante un “stop” informativo y desde entonces, afirma que se siente mucho mejor. (*Fatiga de la información: ¿menos informado, más feliz?*, *France 24*, 2023).



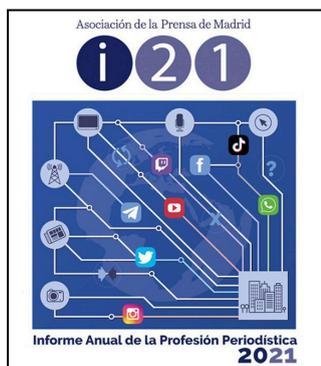
Saturados de información, Núcleo Familiar

Con todos estos puntos nos damos cuenta de la complejidad que está adquiriendo el panorama informativo actual, la gestión del cual tal vez no estemos preparados para realizar correctamente. Titulares que nos atraen, que nos atrapan entre sus manos y de los que no podemos escapar.

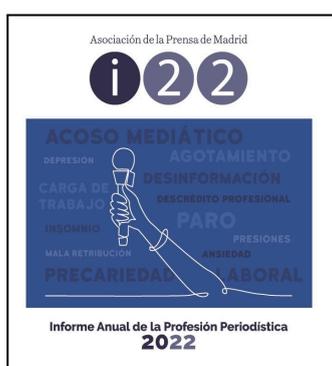
5.3 El ámbito laboral

Hasta el momento se ha estado hablando de crisis, de la relación de la sociedad en torno a los medios y de los motivos de esta situación de malestar periodístico, pero si hay algo de lo que no nos podemos olvidar, es claramente de los protagonistas de esta historia: ni más ni menos que los periodistas. Así pues, ¿cuál es la realidad laboral de los periodistas de nuestro país? ¿Cuáles son los retos y las dificultades a las que han de enfrentarse o someterse las personas que ejercen este controversial oficio?

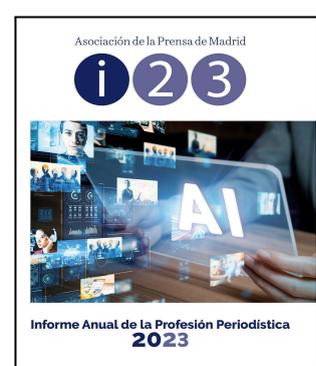
En primer lugar, se puede decir que uno de los importantes referentes a tener en cuenta respecto a este asunto es el *Informe Anual de la Profesión Periodística* de la APM (Asociación de la Prensa de Madrid), un documento que se publica desde 2004 y en el que se ofrece un análisis de la profesión periodística en España, incluyendo encuestas y cifras del sector.



Portada del *Informe Anual de la Profesión Periodística* 2021, APM



Portada del *Informe Anual de la Profesión Periodística* 2022, APM



Portada del *Informe Anual de la Profesión Periodística* 2023, APM

Si consultamos los informes de los últimos años de dicha asociación, podemos dar con múltiples datos. Si bien observamos que existen aspectos positivos para el periodismo español, incluyendo la mejora en la seguridad de los periodistas, por delante de otros países próximos como Francia, Alemania o Reino Unido, también deben enfrentarse a una realidad repleta de deficiencias.

5.3.1 La precariedad: el principal problema

Según confirma el último informe publicado por la APM, el de 2023, el 15% de los encuestados declararon que la precariedad laboral es el principal problema que azota a la profesión, junto con la mala retribución.

La realidad es que una gran parte de los periodistas españoles han sido testigos de una considerable pérdida de poder adquisitivo durante los últimos años, puesto que los salarios se han mantenido congelados durante mucho tiempo, mientras los precios no dejan de subir. Es por ello que la mayor parte de los profesionales coinciden en que una de las soluciones para mejorar la situación se halla en la subida salarial.

De hecho, en vistas a una mejora, muchos de los periodistas que se sienten insatisfechos han protagonizado protestas conocidas como “miércoles negros”, un fenómeno que se ha extendido alrededor de los múltiples medios del país. El caso es que cada miércoles, los trabajadores de un mismo medio se reúnen ante las puertas de su respectiva sede, vestidos con camisetas negras (de ahí el nombre) y reclaman mejoras laborales ante la precariedad sufrida.

Con los miembros de Unidad Editorial como pioneros, quienes comenzaron esta tradición sobre abril de 2023, fueron muchos los periodistas que decidieron seguir su ejemplo y sumarse a esta práctica, incluyendo a periodistas de *ABC*, los de los medios de *Vocento*, *Promecal*, *Canal Sur*, *TV Canaria* y más recientemente, de *La Vanguardia*.

Las subidas salariales, la regularización del teletrabajo, la gestión de una carga de trabajo inabarcable y el fin de las jubilaciones forzosas son algunos de los principales motivos de protesta y un claro reflejo de la disminución de derechos laborales y de la pérdida de condiciones contractuales y salariales de los periodistas en su conjunto.

En cuanto a la utilidad de esta medida, sin embargo, encontramos cierta variabilidad. En medios como *El Mundo*, por ejemplo, esta ha sido fructífera, pues ya desde el primer momento la empresa se mostró dispuesta a negociar.

Por el contrario, no han sido tan afortunados los periodistas de *El País*, quienes aún no han surtido ningún efecto en las negociaciones: “Nosotros no hemos tenido ningún avance; nos hemos reunido muy recientemente con la empresa, y las respuestas a todas las peticiones han sido negativas”.

En general, el único punto esperanzador consiste en ver que las deficiencias compartidas por todos los profesionales han acabado por superar toda frontera ideológica y rivalidad mediática, para confluír ante un mismo objetivo: el fin de la precariedad. “No es habitual que, por ejemplo, *El Mundo* y *El País* compartan alguna iniciativa. Es muy triste, pero lo que más tenemos en común los periodistas en España es la precariedad, es así de lamentable; y, de ahí derivan casi todos los demás problemas de la profesión”, afirman algunos de los empleados de *Unidad Editorial*. Este es un problema que va más allá de la situación personal, es una cuestión que abarca la pérdida de calidad informativa y el derecho a la información de los ciudadanos.



Protesta de los 'miércoles negros' en la redacción de 'El Mundo'. Foto: comité de empresa de *El Mundo*



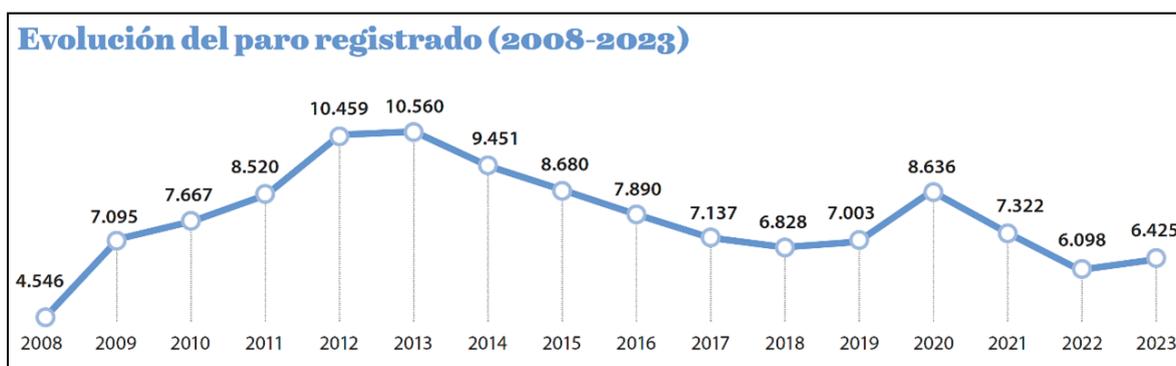
Concentración de trabajadores de 'La Vanguardia' en su sede en Barcelona. Foto: comité de empresa de *La Vanguardia*

5.3.2 El desempleo

Como se ha demostrado, las condiciones laborales de los periodistas españoles son malas, sí, pero muchos están dispuestos a pasar por esas deficiencias antes que acabar en una situación mucho peor: el paro. El paro es sin duda uno de los principales motivos que ha dado mala fama al periodismo. Si se piensa en periodismo, se piensa en desocupación.

Según los datos del Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), entre septiembre de 2022 y de 2023, el número de parados que solicitaron trabajo como periodistas en primera opción alcanzó los 6.425, frente a los 6.098 de 2022, encontrándonos, así, ante un aumento del 5%.

Eso, además, sumado a los periodistas recién graduados que aún no han empezado a trabajar. Concretamente, entre las comunidades donde más se ha incrementado el paro en los últimos años encontramos Extremadura, Castilla-La Mancha y Cataluña, con un 19% de aumento. Esta última, además, junto con Madrid y Andalucía, forman una tríada que concentra el 57% total de periodistas parados del país. De hecho, si consultamos diversas fuentes descubrimos que la tasa de paro periodística en 2024 ronda el 20% de media y el salario se mueve en torno a los 1.750€ al mes.



Evolución del paro registrado entre los periodistas españoles (2008-2023), APM

En cuanto a salarios, cabe mencionar a Salvador Molina, coordinador del área de profesionales de la Comunicación de la Federación Nacional de Asociaciones de Autónomos (ATA), quien afirma que *“el periodismo es una profesión en la que el valor añadido tiene una gran variabilidad”*; es decir, que un mismo texto puede ser muy bien pagado a la par que puede no serlo, de este modo, lo que determina la remuneración del periodista es el valor añadido que se le atribuye a su trabajo.

¿El problema? La baja valoración que se le da a la profesión, cosa que provoca que muchos graduados, al salir de la universidad, se vean obligados a aceptar puestos de trabajo de baja cualificación con bajos salarios.

En resumen, el periodismo, en esencia, es potencialmente una profesión de valor; sin embargo, la vulnerabilidad viene ocasionada porque se están extendiendo los puestos de trabajo de baja calificación.

5.3.2.1 Los contratos temporales y el freelancing

Por otro lado, uno de los factores clave cuando se habla del paro en el sector informativo gira en torno a la temporalidad que caracteriza a los puestos de trabajo de este ámbito.

En un artículo publicado por *generaciondospuntocero* se menciona que “el *Observatorio de la Realidad Social de Comisiones Obreras* ha mostrado su preocupación porque el 54% de los periodistas en España estaban trabajando con contratos temporales.”

El caso es que el aumento de este tipo de trabajos viene siendo una tendencia adoptada como consecuencia de la crisis del 2008, donde las pérdidas sufridas obligaron a los medios a realizar reducciones de plantilla y a optar por la contratación temporal, especialmente, el *freelance*; esto es, un modelo de negocio basado en la contratación exclusiva para un proyecto específico. Con ello, la estabilidad contractual y económica es inexistente para los periodistas, quienes tienen menos tiempo para investigar y desarrollar historias en profundidad, lo que puede llevar a una menor capacidad para realizar un periodismo investigativo riguroso.



Imagen de periodista que trabaja como freelancer. Fundación Luca de Tena, Laboratorio de Periodismo

En pocas palabras, todo ello es un reflejo de los cambios estructurales que está experimentando el ámbito informativo y que se traduce en un beneficio para los medios en términos de flexibilidad pero a costa de la estabilidad individual de los profesionales.

5.3.2.2 El caso de los falsos autónomos en el periodismo

Por consiguiente, ante un mercado laboral con posibilidades reales reducidas, donde los pocos puestos están subordinados a la explotación y exigencia constantes, muchos profesionales de la comunicación optan por el trabajo como autónomos, es decir, la tributación por cuenta propia.

En este asunto, la coyuntura de los llamados “falsos autónomos” toma especial relevancia. Aunque este es un concepto presente en diversas profesiones, en el caso de la comunicación vendrían a ser periodistas que siguen trabajando para el mismo medio pero que cobran como un empresario, es decir, que tienen la apariencia de un autónomo pero que, en esencia, no lo son, dado que en la práctica están subordinados, cumpliendo horarios, siguiendo directrices y dependiendo económicamente de un único cliente. De esta manera, se reúnen una serie de características que entran en contradicción con la autonomía y libertad que supuestamente debería tener un trabajador independiente, coartando sus derechos laborales y suponiendo así un fraude de ley.

Según señala Salvador Molina, *“ha habido cierta facilidad para convertir nuestra profesión en un mundo de falsos autónomos”*, una vez más, debido al cambio estructural de la profesión como resultado de la llegada de los medios digitales. En esencia, se tratan de situaciones en las que un medio obliga a un asalariado a darse de alta como autónomo y seguir realizando las mismas funciones propias de un empleado, todo ello a través de un contrato mercantil.

5.3.2.3 El enchufe: ¿una realidad notoria?

Una vez mencionado el último apartado, resulta evidente que evitar el paro es uno de los principales retos de todo periodista a lo largo de su carrera. Para ello, una única vía de salvación aparente: estudiar, estudiar y formarse. Grados, cursos online, másteres, titulación en idiomas... Cualquier cosa, cualquier valor añadido que puedas sumarle a tu currículum.

Pero, ¿y si toda formación se topa ante un muro infranqueable? El periodismo es un oficio que siempre se ha visto afectado por un fenómeno clásico en los medios: el famoso “enchufe” o nepotismo, mediante el que se establece una gran verdad: la formación no es sinónimo de empleo.

En muchas ocasiones tener una buena formación como periodista no asegura encontrar trabajo, especialmente, en algunos sectores concretos de la profesión como, por ejemplo, el ámbito deportivo. Así, un periodista formado (lenguas, máster y cursos) puede ser descartado, ante la preferencia otorgada al amigo del alma del director de la productora en cuestión.

Tal y como declara Isabel Arroyo Cauces, autora de un blog llamado *Ravelo*, en una de sus publicaciones: “*Un profesor de un curso que había hecho me confesó que para trabajar como periodista deportiva no necesito un buen currículum, sino unos buenos contactos*”. Además, apuntaba haber escuchado este comentario por parte de otros profesores en muchas otras ocasiones e incluso afirma haber sido advertida de que la carrera no vale para nada, que en los medios de comunicación no se tiene en cuenta titulación ninguna.

Si bien es cierto que no podemos negar la autenticidad de estos hechos, cabe mencionar que dicho suceso siempre ha ocurrido y, actualmente, tal vez el problema no recaiga intensamente en el asunto de los enchufes, sino en la creciente competencia presente en el oficio. Con la redes sociales e internet, el acceso a la información es prácticamente ilimitado y eso genera la posibilidad de que cualquiera puede ser partícipe en el ámbito comunicativo.

En resumen, una buena formación multidisciplinar, el trabajo constante, aunque sea por cuenta propia, y una pizca de suerte son requisitos imprescindibles que todo periodista necesita para hacerse un hueco en el sector. Eso, obviamente, sumado a algún que otro contacto que pueda facilitar el acceso a un puesto de trabajo, lo que conformaría una situación idónea para cualquier profesional de la información.

5.3.3 La IA y el futuro del periodismo

Llegados a este punto ya hemos comentado que tanto la precariedad laboral como el desempleo son dos de las realidades que azotan actualmente al periodismo de nuestro país. Pero lo cierto es que a esta dupla se le debe añadir un tercer motivo de preocupación: la llegada de la IA.

Tal y como se ha reiterado a lo largo del trabajo, el desarrollo de las nuevas tecnologías ha avanzado a un ritmo escalofriante en estos últimos años. Algunas, incluso, hasta suponer una cuestión de incertidumbre que no sabemos si llega para sustituirnos, para salvarnos o para ayudarnos.

La IA (inteligencia artificial) es "el fenómeno emergente de máxima actualidad que polariza una parte importante de las discusiones sobre el futuro de nuestra profesión", declara Juan Caño, presidente de la APM hasta el 2023.

La irrupción de la inteligencia artificial ha planteado una nueva perspectiva de nuestro futuro, un replanteamiento de lo que es capaz de hacer la tecnología y de la automatización hacia la que nos dirigimos. Más allá de limitarse a ser un generador de texto, la IA es una herramienta muy potente capaz de revolucionar por completo el mundo tal y como lo conocemos. Muchas profesiones se han visto afectadas por dicha incorporación, ya sea de manera positiva o negativa.

Es por ello que, en la mayor parte de los casos, se han considerado una serie de medidas adecuadas en relación con el poder de esta novedosa invención, para que un arma tan potencialmente beneficiosa como destructora no se convierta en un problema.



Funciones y características de la IA, *Seguritecnia*

De igual manera, el periodismo no es uno menos. El 8 de diciembre del pasado año se aprobó un acuerdo provisional para la regulación de esta tecnología en la Unión Europea, mediante el que los medios tendrán la obligación y el deber de avisar (a la audiencia) en sus informaciones de los contenidos que se hayan creado con IAG (inteligencia artificial generativa), la rama de la IA que se centra en la generación de contenido original a partir de datos existentes.

5.3.3.1 El origen de la IAG en las labores periodísticas

Aunque el origen exacto de la utilización de esta tecnología en el periodismo es un tanto ambiguo, lo que debemos tener principalmente en cuenta es que ya desde 2016 han sido muchos los medios que han optado por probar esta herramienta, según un artículo publicado en *Cuadernos de Periodistas*.

Es el caso, por ejemplo, de *The Washington Post*, que introdujo en dicho año un robot llamado Heliograf y, a su vez, son muchos otros los casos de medios que llevan años implementando dicha técnica: *Associated Press*, con *Automated Insights*, *Bloomberg* con su robot *Cyborg* o *Reuters*, con un sistema llamado *NewsRobot*.

En su mayoría, estas IAG se han utilizado para la redacción automática de pequeñas notas sobre resultados financieros, noticias deportivas o económicas. Con ello, lo que podemos observar es que el uso de la IAG no ha ocupado, por el momento, un rol principal en la redacción de noticias.

5.3.3.2 Desventajas de la IAG

¿Pero qué tan útil es esta tecnología en la actualidad? Sabiendo que la IA puede generar textos enteros en cuestión de segundos, ¿por qué no se realizan ya todos los telediarios del mundo con estas tecnologías? ¿Por qué sigue este oficio en pie?

Lo cierto es que, por muy funcional que pueda parecer este sistema, a fin de cuentas todo tiene sus excepciones. El caso es que hoy por hoy existen múltiples contras que no hacen de esta invención una opción completamente idónea en todos los sentidos. Tiene sus ventajas y un gran potencial, sí, pero también cuenta con aspectos que no acaban de ofrecer una utilidad adecuada.

En primer lugar, nos topamos con la falta de profundidad en temas especializados, de modo que las noticias producidas por IAG, lejos de ser grandes artículos, no llegan a estar mejor construidas o documentadas que aquellos artículos escritos por periodistas experimentados y especializados, capaces de relacionar unos hechos con otros acontecimientos afluentes, así como deducir o discernir.

De la misma manera, cuando un artículo periodístico está elaborado por una máquina, quedan anulados toda una serie de factores clave como la experiencia, la capacidad de reflexión, las relaciones personales, el uso de fuentes directas o el conocimiento aplicado, todos ellos aspectos propios de las personas e insustituibles (por el momento).

Después está el tema de la veracidad de la información proporcionada. Para poder generar un texto, este tipo de inteligencias artificiales recurren a las bases de datos que tienen asociadas, a partir de las cuales obtienen la información necesaria para elaborar dicha producción. Por lo tanto, no hay una garantía que asegure que la fuente de información no contenga datos falsos o sean producto del clickbait.

En consecuencia, *la precisión de las respuestas depende de la precisión y relevancia de la información*, de ahí que no podamos confiar enteramente en el contenido proporcionado. A eso se le suma el factor de la actualidad. Si queremos que el ordenador nos escriba algo relacionado con una novedad, es obvio que no va a tener ninguna fuente de información a la que recurrir.

Por último, un cuarto problema: la seguridad. Los sistemas abiertos como Chat GPT se alimentan con aquello que les proporcionamos. Esto es, si un determinado medio introduce información sensible, como por ejemplo una primicia, siempre habrá la posibilidad de que esta pueda ser reutilizada por otra cadena, dejando los datos al descubierto, desprotegidos.

Con todo esto y como es de esperar, no son pocas las cuestiones preocupantes que nos plantea esta herramienta y tampoco son escasas las opiniones de los profesionales y ciudadanos al respecto.

Una vez más, según el Informe de la Profesión Periodística de 2023 observamos que, si bien el 69% de los periodistas contratados y el 63% de los comunicadores declaran que la IAG (inteligencia artificial generativa) todavía no está implantada en los medios ni en el mundo de la comunicación empresarial, una buena parte de ellos se muestran preocupados por las consecuencias en su trabajo, dado que consideran que la IAG alterará sus funciones y deberán formarse. Es más, la mayor parte de los encuestados cree que esta tecnología supondrá una herramienta habitual en las redacciones (un 84%). Por consiguiente, no resulta extraño que el 85% de los mismos abogue por la regulación del uso de la IA en el ámbito periodístico y comunicativo.

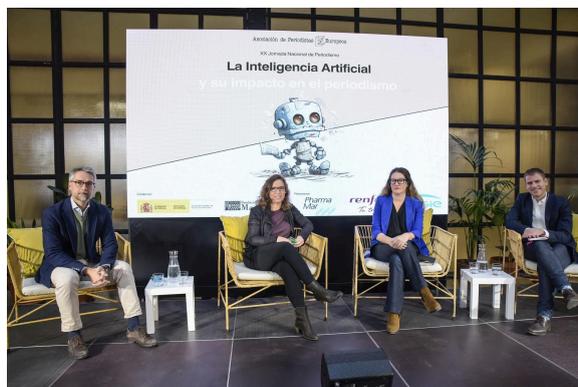
Por otro lado, en cuanto a la opinión de la población al respecto, la Encuesta de Impacto del Periodismo refleja que un 68% de la población confía más en una información generada por un periodista que por una herramienta de IA.

En pocas palabras, la inteligencia artificial generativa es una herramienta con un alto potencial en el periodismo. Sin embargo, su alto coste, junto con las deficiencias mencionadas, hacen de ella un arma en progreso que, aunque todavía no está del todo integrada en el oficio, empieza a extenderse en pequeñas actividades como la elaboración de imágenes, la recopilación de información, la creación de contenido para las redes sociales, la traducción o la edición de textos.

Destacan, especialmente, las IAG cerradas o de uso profesional, propias de los medios, frente a las llamadas Open IA (Chat GPT), quienes plantean la oportunidad de establecer bases de datos alimentadas directamente por la información del propio medio.

Con ello, se hacen progresivamente necesarias una serie de normas y leyes de utilización que permitan su correcta regulación y la extracción de su máximo potencial. Y sobre todo, hay que tener en cuenta que, a pesar de la opinión popular, un buen uso de esta tecnología puede ahorrar una gran cantidad de tiempo a todos aquellos periodistas que, precisamente, deben lidiar con cargas de trabajo insostenibles, para poder centrarse en maximizar la calidad de sus producciones y dedicarles más tiempo.

Es el caso de reuniones y debates como la XX Jornada Nacional de Periodismo, celebrada el 20 de noviembre de 2023, en la que más de un centenar de profesionales de distintas comunidades autónomas y estudiantes de las facultades de comunicación y periodismo de Madrid, debatieron sobre los beneficios y riesgos de la generalización de la IA en este campo, abordando temas como el impacto de la IA en el periodismo (ética y responsabilidad), la desinformación y los desafíos de la detección automatizada o los cambios en el modelo de negocio y en el ejercicio del periodismo.



La Inteligencia Artificial y su impacto en el periodismo, APE

6. EL ÁMBITO ACADÉMICO, LA FORMACIÓN Y LAS PRÓXIMAS GENERACIONES

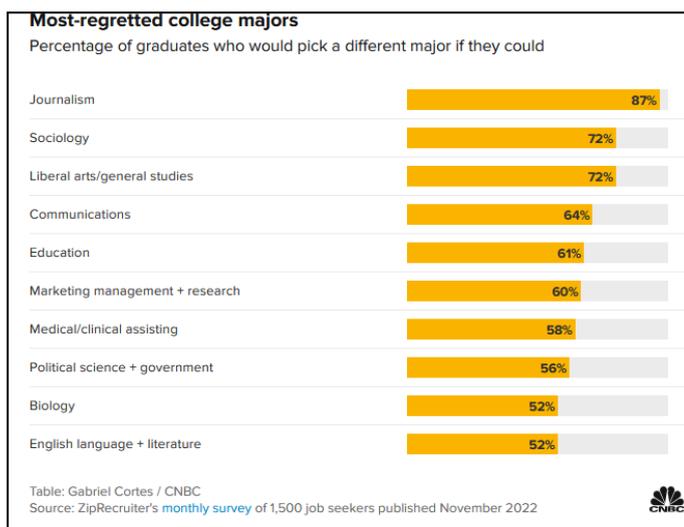
Mediante el último apartado se ha retratado una realidad que muestra una situación compleja para el periodismo español de nuestros días. Existen muchos aspectos y factores influyentes que rodean la profesión, tal y como se ha visto. Opiniones de profesionales, problemas, quejas; son muchas las perspectivas y los testimonios tratados. ¿Pero cuál es el futuro más inmediato de los periodistas? ¿Cómo se presenta la coyuntura académica para todos aquellos jóvenes que aspiran a ejercer el oficio? Eso es lo que se expondrá en el siguiente punto.

6.1 Periodismo: la carrera de los arrepentidos

El caso de la carrera de periodismo es un tanto curioso. Hay una gran cantidad de estudiantes que optan cada año por cursarla en alguna universidad del país. Esto nos lo confirma la nota de corte. A diferencia de muchos otros grados del ámbito de las humanidades, como las filologías castellana, catalana o inglesa, que también implican un buen dominio del lenguaje, la escritura y la comunicación..., el periodismo es un grado con una nota de corte no precisamente baja. Aunque sí que presenta cierta variabilidad dependiendo de la universidad y la provincia, según un informe del gobierno, se puede afirmar que la nota media gira en torno al 10,08 en las universidades públicas. En otras palabras: no son precisamente pocos los alumnos que apuestan por el periodismo.

Sin embargo, la demanda medianamente alta emborrona un problema vigente escondido: esta es una de las carreras con más porcentaje de arrepentidos en nuestro país, sino la que más. De hecho, un estudio de la plataforma de empleo en línea ZipRecruiter difundida mediante *CNBC*, junto con *LinkedIn*, desvela cifras de un 87% con respecto al nivel de arrepentimiento en EEUU y Reino Unido. Y en España, los niveles de insatisfacción también son altos. El grado en Periodismo, según el estudio de *USPCEU* y *Randstad Research*, es de los que más insatisfechos acumula: solo el 40,2% repetiría (el sexto porcentaje más bajo de las 101 carreras analizadas).

Este hecho se ve ejemplificado de la misma manera que se mencionó con el caso de la crisis, mediante múltiples artículos.



Gráfica representativa de la encuesta realizada por *ZipRecruiter* que ilustra las carreras con más porcentaje de arrepentidos, en la que el periodismo (journalism) lidera el ránking, CNBC

¿Pero a qué se debe este arrepentimiento? Es cierto que las causas pueden llegar a basarse en razones y motivos un tanto personales; sin embargo, entre las diferentes opiniones, se puede identificar un denominador común: la falta de relación de aquello que se estudia con lo que posteriormente se realiza en el trabajo, es decir, que una parte importante de los licenciados en Periodismo considera que los programas académicos de la universidad muchas veces no están enfocados al mundo laboral. “A veces el grado puede pecar de generalista”, explica Emilio Doménech en una publicación de *El Confidencial*. Además, a esto se le suma una realidad profesional caracterizada por la banalidad de la licenciatura (ya que ser periodista no implica ser un buen periodista) al verse anulada ante personas sin título con buenas aptitudes.

6.2 ¿Una carrera sin salidas?

Por otro lado, en cuanto al periodismo como oficio se refiere, se suele recurrir a la falacia de las pocas salidas laborales (que realmente no es cierta, puesto que cuenta con múltiples ramas de especialización como producción, guion, radio, televisión, publicaciones de artículos, y todo ello dentro de un ámbito y una temática específicas...).

Es más, con las nuevas tecnologías y el nuevo contexto, las posibilidades y las ramas se han ampliado, con oficios emergentes como la figura del community manager, cuando realmente el problema tal vez recaiga más en el desempleo y la dificultad de acceder a un primer trabajo estable tras finalizar la carrera.

Esto es algo que advierten no solo los titulados, sino también los expertos, que aseguran que este oficio, especialmente en los inicios, es muy inestable. Tal vez esto se deba a la alta concentración del mercado mediático, que provoca una reducción de las posibilidades de ganarse la vida mínimamente bien como periodista (sobre todo en el momento de la inserción laboral), puesto que son pocos los grupos que ofrecen buenos sueldos a sus empleados.

6.3 ¿Exceso de licenciados?

También es cierto que se ha de tener en cuenta que el número de licenciados en periodismo ha ido en aumento durante los últimos años, tal y como nos confirma el mismo informe del Gobierno. Un aumento que, tal vez, en proporción a lo que hayan podido expandirse las oportunidades laborales, no es proporcional, lo que significa que hay una competencia creciente.

De hecho, esta carrera universitaria ha visto un incremento de sus matriculados entre 18 y 21 años de forma progresiva (+24,7%), y es la que más hace crecer su porcentaje de egresados (casi el 20%) entre 2015-2020. (*Jóvenes universitarios y empleabilidad, Randstad Research y la Universidad CEU San Pablo, 2023*).

En cuanto a este asunto, Ramón Salaverría, catedrático de Periodismo de la Universidad de Navarra, realizó una destacable intervención en el Informe Anual de la Profesión Periodística de 2022 publicado por la APM, en el que aludía a “*un sobredimensionamiento en el número de graduados en Periodismo en relación con el tamaño del ecosistema periodístico*”, ante el que atribuía a las universidades la responsabilidad de formar a alumnos adecuadamente, que deben acabar correctamente cualificados, destacando el desarrollo de sus cualidades intelectuales, del criterio, en lugar de técnicas puramente instrumentales, ya que aquello que se aprende en la universidad no sirve para el resto de la carrera profesional de manera indefinida, sino que se acaba quedando obsoleto o bien no es suficiente.

6.4 Alma mater: el papel de las universidades

De la mano del anterior apartado se intuye, así, el papel de las universidades como formadores de buenos periodistas. Estamos hablando de una responsabilidad formativa que recae en el aprendizaje impartido en las carreras, quienes deben educar a periodistas capaces de adaptarse a las necesidades informativas actuales.

Llegados a este punto del trabajo, queda clarificado que el contexto que rodea al periodismo se encuentra en un proceso de cambio que pone en cuestión diversos asuntos. Con ello, la competitividad propia del mercado laboral, junto con dicha transformación, exige a los futuros periodistas una buena formación con la que hacer frente al nuevo panorama. Precisamente aquí se halla el quid de este punto, que abarca el problema de la poca efectividad de la carrera sobre la que muchos graduados advierten.

Lo cierto es que en España existen diferentes universidades con renombre en el campo de la formación periodística. Es el caso de centros como la Universidad Carlos III o la Universidad de Navarra. Pero, sobre todo, destacamos el prestigio de los centros públicos catalanes, concretamente, la Universitat Pompeu Fabra (UPF) y la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), las cuales han conocido a grandes profesionales de la información, entre los cuales se encuentran figuras como Jordi Évole, Helena Resano, Mònica Terribas, Xavier Sardà, Antoni Cruanyes i Plana, Vicenç Villatoro, Ruth Tormo Benavent, Xavier Bosch, Sílvia Soler y Guasch... (en el caso de la UAB) y Sandra Sabatés, Lucía Taboada, o Toni Garrido (en el caso de la UPF), entre muchos otros.

Sin embargo, aunque parece que esté casi escrito que alguien de Madrid que aspire a ser periodista, no puede dudar en ir a la Universidad Carlos III o en el caso de los catalanes, a la UAB, lo cierto es que muchos de los contenidos que se llevan impartiendo durante años han quedado obsoletos. Especialmente, ante un contexto muy cambiante, en el que los esquemas clásicos se han roto, donde muchos de los contenidos explicados durante años y años por profesores tal vez ya no se ajusten tanto a la realidad que nos rodea en nuestros días, sería conveniente una adaptación de la carrera enfocada a un aprendizaje competencial en el que se priorice el espíritu crítico y la reflexión. Y es que, si bien algunas de estas dinámicas configuran los rudimentos básicos del oficio, en muchas ocasiones estos no se acaban de adaptar a las exigencias de la realidad laboral actual.

En este sentido, cabe destacar la importante labor de la Universitat Pompeu Fabra como centro de referencia en el que se imparte una formación plenamente competencial. En primer lugar, una característica distintiva respecto al resto de universidades es la especialización.

El caso es que, al entrar en la carrera, todos los alumnos de la UPF deben escoger una rama entre humanidades, ciencias políticas, ciencias económicas o derecho, cada una de las cuales deja vía libre para obtener una segunda titulación (la correspondiente al itinerario escogido) tras haber completado la carrera.

Este hecho, entre otros factores, ha dado lugar a una alta tasa de empleabilidad que otorga una excelente reputación a la carrera impartida en esta universidad. Seguramente, de ahí se entienda también que sea la universidad pública española con la nota de corte más alta en el Grado en Periodismo (10,87). Es más, en diversos rankings internacionales y nacionales (Ranking QS, Ranking Shanghai, Ranking Times Higher Education, Ranking El Mundo, Ranking CYD, U-Ranking) que evalúan sus propias clasificaciones en función de los datos proporcionados por los propios centros, la Universitat Pompeu Fabra es un nombre omnipresente.

No obstante, el problema es que no todas las universidades cuentan con este tipo de aprendizaje, de modo que los estudiantes ya graduados suelen recomendar alternativas para los futuros alumnos: estudiar otra carrera (que permita asentar las bases de un conocimiento determinado sobre un tema) y posteriormente realizar un máster en comunicación, o bien a la inversa: estudiar Periodismo y posteriormente especializarse en un ámbito mediante el máster.

Este aspecto demuestra que tal vez sería conveniente realizar un replanteamiento, una modernización del enseñamiento periodístico impartido en las universidades. Una reforma que otorgue a los graduados un mayor valor que haga llamar la atención de los medios y que vuelva a promover un periodismo de calidad y comprometido, una esencia que parece estar perdiéndose y que al mismo tiempo necesita un nuevo aire.

7. PARTE PRÁCTICA

Una vez acabada la teoría, toca centrarse en la práctica. La parte práctica de este trabajo se ramifica en dos bloques principales. El primero de ellos cuenta con cuatro entrevistas enfocadas en temas varios que recogen las distintas opiniones de periodistas prestigiosos sobre algunos de los aspectos más relevantes de este proyecto. Y por otro lado, el segundo bloque consiste en la iniciativa de elaboración de un periódico propio del IES Joan Miró (incluyendo un primer modelo impreso).

7.1 Entrevistas

Como bien se ha dicho, el marco teórico de la investigación se complementa y refuerza mediante las opiniones de cinco prestigiosos profesionales de la información (Jordi Évole, Ana Iris Simón, Clara Díaz, Empar Polo y Mireia Navarro) que han sido entrevistados en cuatro citas diferentes, cada una de ellas, orientada a un factor distinto de la crisis periodística: *Cornellà y su relación con el periodismo* (reflejo del panorama periodístico más próximo y que evidencia el compromiso de la ciudad con el oficio); *El futuro del periodismo y la sociedad de la información*; *La politización de los medios y la realidad laboral de los periodistas*, junto con una última entrevista enfocada en *El éxito como periodista y la transformación del oficio en los últimos años* (incluidas en los anexos).

7.1.1 Cornellà y el periodismo

En primer lugar, mediante la propuesta de ayuda de la corporación Citilab, se ha podido contactar con dos importantes figuras: Empar Polo, periodista con experiencia en el ámbito informativo, que comenzó dedicándose al entretenimiento en los programas locales de Ràdio Cornellà y que ha acabado trabajando en grandes cadenas como la SER, El País, TVE; además de ser la responsable de comunicación de Cornellà durante 15 años y la principal promotora de la revista local Cornellà Informa; junto con Mireia Navarro, actual directora de Ràdio Cornellà.



Fotografía extraída de la entrevista realizada a Mireia Navarro, Perfil de instagram de Citilab

Entrevista: Cornellà y su relación con el periodismo, un ejemplo realista y local (anexos)

Las conclusiones que se han podido extraer de esta entrevista son diversas.

En primer lugar, se observa que, actualmente el Baix Llobregat (y por lo tanto Cornellà) cuenta con un cierto renombre como zona de propulsión de periodistas que han llegado a grandes medios, como consecuencia de la transición democrática, durante la que se promovió un periodismo local, comprometido y de prestigio.

Asimismo, se ha comprobado que la ciudad está muy comprometida con la divulgación de la escritura, prensa y comunicación, se da reconocimiento al talento escrito y se ofrecen herramientas de desarrollo a aquellas personas que quieran conocer el mundo de la creación escrita y periodística. De la misma manera, los medios locales de Cornellà están dispuestos a ayudar a los jóvenes periodistas a iniciar su carrera y a actuar a modo de impulsores.

Por otro lado, una cadena local como Ràdio Cornellà cuenta con una plantilla reducida, con poca presencia de profesionales y un gran grueso de voluntariado, en el que se dan algunas limitaciones de obtención de datos, pero una completa libertad para tratar cualquier tema.

En esta, además, comienza a extenderse el uso de la IA en pequeñas actividades piloto. Sin embargo, todavía no es una herramienta completamente integrada en el oficio.

En cuanto a la audiencia, existe una gran disminución en el consumo de soportes escritos en papel y de la radio entre los más jóvenes, ante el crecimiento de las redes sociales como principal fuente de información y, aunque las nuevas generaciones se interesan por la actualidad, estos medios de acceso no son los adecuados.

A continuación, se ha realizado una segunda entrevista a Clara Díaz, graduada en Periodismo en 2022 por la UAB con matrícula de honor y actual empleada como redactora de informativos para TVE.



Fotografía extraída de una emisión realizada por Clara Díaz para un programa de TVE, X.com/ClaraDiazRuzafa

Entrevista: El futuro del periodismo y la sociedad de la información

Mediante esta entrevista se concluye que el concepto de crisis periodística española es ciertamente relativo y no tanto una verdad irrefutable. Aunque existen ciertas manipulaciones y fluctuaciones, estas se ven justificadas por la dificultad para ejercer una gestión perfecta del cuarto poder, a excepción del clickbait, mediante el que, injustificadamente, en muchos casos los medios sobreponen sus intereses individuales por encima de la verdad.

Partiendo del aspecto académico, se puede afirmar que el abandono propio de la carrera de periodismo se debe al uso que se le da como método de autoconocimiento, por lo que estudiantes sin una vocación clara que deciden ingresar en la carrera, sabiendo que conocerán otros ámbitos de estudio, acaban descubriendo allí sus intereses y deciden marchar a otros grados. Por otro lado, en el caso de los alumnos que terminan la carrera, se observa que la preparación y las prácticas realizadas no permiten un verdadero acercamiento al mundo laboral, en el que es necesario tener una mente abierta, dispuesta a realizar cualquier trabajo del ámbito y posteriormente ir forjando el camino que se dirija hacia sus preferencias.

Más concretamente, los contratos ofrecidos a los noveles son precarios, temporales o de formación y con sueldos bajos que no responden al número de horas extra que se suelen realizar. Esto acaba llevando a muchos periodistas a ingresar en agencias de comunicación, donde los sueldos y la estabilidad suele ser mejor.

En cuanto a otras facetas del ámbito laboral, se observa que, aunque el nepotismo o “enchufe” sí que puede contribuir al acceso a un puesto de trabajo, no es un factor determinante en la trayectoria como periodista. Las aptitudes del profesional y la suerte son los factores que acaban marcando la permanencia en este puesto o el ascenso en la carrera profesional. De la misma manera, esto exige un perfil de periodista actual como figura polivalente, independiente y capaz de ajustarse a una amplia rama de tareas.

Por otro lado, en relación con el futuro del periodismo, se puede corroborar que este no apunta a una desaparición y siempre implicará (en mayor o menor medida) la presencia humana. Sin embargo, como consecuencia de diversos factores, está destinado a cambiar considerablemente. La falta de concentración por parte de la población producirá una inclinación hacia nuevos formatos de carácter audiovisual y reducido (más cercanos al modelo de las redes sociales, las cuales actualmente no se asocian a una desprofesionalización periodística, sino a simple entretenimiento) que, aunque serán preponderantes, convivirán con otros modelos en declive como el formato en papel; la inteligencia artificial puede permitir una mejora de la calidad y sobre todo, en la libertad de información, pero ello requiere unos parámetros y objetivos honestos y, por último, la sobreinformación y la desconfianza harán necesario un periodismo más lento, una buena capacidad de análisis y un buen filtro por parte de las redacciones.

Para acabar, se concluye también que, en comparación con otras comunidades, Catalunya cuenta con más oportunidades laborales en el ámbito periodístico gracias al gran número de sedes que se concentran en Barcelona. Sin embargo, el nivel académico es similar al resto de España.

La tercera entrevista ha sido realizada a Ana Iris Simón, graduada en Comunicación Audiovisual y periodismo por la Universidad Rey Juan Carlos en 2014, ex redactora para Telva y Vice España, actual escritora de artículos de opinión en *El País* y autora del libro de éxito *Feria* (2020).



Ana Iris Simón, Wikipedia

Entrevista: La politización de los medios, y la realidad laboral de los periodistas

Esta entrevista ha permitido concluir, en primer lugar, que el sentido de la titulación de periodismo es cuestionable tal y como está planteada actualmente, ya que poca relevancia tiene el aprendizaje académico ante el laboral: *“el título es lo de menos y que un buen periodista no necesita un título. Hay titulados mediocres a patadas, y buenísimos comunicadores sin título.”* Sin embargo, esto no quita la necesidad de una romantización del oficio por parte de los aspirantes a periodistas, que deben amar su oficio y posteriormente aprender de la verdadera realidad.

De igual manera, se les recomienda leer mucho, consultar los clásicos, dado que en la carrera no se lee demasiado y esto es necesario para poder comprender el presente.

Por otro lado, se confirma que el periodismo está vendido al poder político y económico, dando lugar a una selección informativa regida por intereses y donde se hace un cribado previo, cosa que atenta contra una verdadera libertad de prensa y *“limita la visión del mundo y de los hechos noticiables que se le transmite a la sociedad.”*

Es más, en cuanto a la polarización, se extrae que, aunque siempre ha estado presente, durante los últimos años se *“ha recrudecido”* ya que permite dar votos al partido asociado y clics a las noticias.

Concretamente, se observa que los responsables de esta polarización son los partidos políticos, quienes han utilizado a los medios para influir en nuestros pensamientos y decisiones diarias.

La propia entrevistada admite haber sido testigo de una obligación a realizar cambios en términos o incluso evitar publicar artículos “no aptos”. Y esto, a su vez, es lo que se busca en los periodistas actuales, gente capaz de ajustarse a lo que un medio espera de él, subordinarse a las directrices.

Con referencia a la capacidad difusiva de las redes sociales, se extrae que en ningún caso esta ha traído más problemas que ventajas, permitiendo una independencia del poder influyente individual y reduciendo la subordinación a figuras poderosas propia de épocas anteriores (bien si en las redes también hay censura y sesgos).

Sin embargo, se razona que estas han traído una volatilidad creciente, opuesta a la cultura, que está reduciendo la esperanza inicial puesta en cultura de la información en internet, bien si no se ha podido clarificar si nos informamos mal o si es necesaria una formación para informarnos.

También se apunta a que los jóvenes, como consecuencia de dicha volatilidad, tienden a preocuparse en exceso por la actualidad, que en muchos casos está llena de “noticias basura”. Ante esta situación se considera necesario saber discernir entre esta basura y aquello realmente esencial.

Finalmente, se concluye que, junto con el resto de profesiones en España, existe un cierto sobredimensionamiento del ecosistema periodístico. No hay un equilibrio entre el número de graduados y las oportunidades laborales (que son más reducidas), dando lugar a muchos jóvenes cualificados para puestos irreales.

En último lugar, se ha entrevistado a Jordi Évole, periodista, humorista y guionista local de televisión catalana y uno de los más prestigiosos comunicadores del país, que desde 2020 presenta de Lo de Évole para la Sexta y quien ha colaborado con grandes cadenas como TV3, la SER o Telecinco.



Jordi Évole, Diario Público

Entrevista: El éxito como periodista y la transformación del oficio en los últimos años

Para empezar, de esta entrevista se concluye que el concepto de crisis periodística no es algo actual y que lleva presente desde hace décadas. Dicha terminología es el resultado de los nuevos factores como el exceso de información, la dudosa veracidad de las fuentes (como consecuencia de la gran cantidad de medios presentes) y la polarización mediante la que los medios hacen propaganda de una ideología, los cuales, a menudo, se superponen a las nuevas ventajas. Ante este periodismo, en el que todo va cada vez más rápido, se apela a la necesidad de cierta lentitud y la capacidad de escuchar y reflexionar.

Además de estas dificultades, se afirma el gran trabajo por cuenta propia que se debe realizar y la cantidad de empresarios que se aprovechan del carácter vocacional de la profesión para pagar sueldos bajos no correspondientes a la cantidad de horas trabajadas, por lo que tener una posición cómoda como periodista resulta complicado. Se hace hincapié en la necesidad de saber aprovechar las nuevas dificultades como motivación para aprender.

En cuanto al perfil de periodista, destacan la pasión, la honestidad, la curiosidad por conocer el mundo, el saber escuchar, y el espíritu luchador contra los jefes opresores como principales facultades. No es tan importante, sin embargo, la objetividad, que es ciertamente inalcanzable. Además, aunque tener la titulación no es relevante, siempre será un punto a favor.

Por otro lado, es posible tener una carrera como periodista, partiendo de cero y habiendo nacido en Cornellà, incluso sin enchufes, que bien si sirven para acortar el camino a futuras oportunidades, poco importan ante el verdadero saber hacer y la pasión del empleado.

En resumen, de estas entrevistas se pueden extraer diversos factores cruciales. Para empezar, se confirma que el concepto de crisis periodística es algo relativo y no una verdad absoluta que, a su vez, no es especialmente actual sino que lleva utilizándose desde hace décadas para hacer referencia a los aspectos negativos del oficio. Esto no quita que todos los entrevistados coincidan en hablar de una polarización creciente y de unos grandes intereses económicos y políticos.

En segundo lugar, en cuanto a las aptitudes que se buscan en los periodistas actuales, encontramos opiniones diversas. Por una parte, Clara Díaz apela a un perfil polivalente, capaz de realizar múltiples tareas, cosa que concuerda con la opinión de Jordi relacionada con el trabajo por cuenta propia característico de los periodistas.

Sin embargo, podemos observar una gran diferencia entre las opiniones de este último, que pone por encima de todo el espíritu luchador contra los jefes (anti sumisión) y la honestidad y las de Ana Iris, que considera más práctico un papel que se limite a obedecer directrices y a cumplir lo que se espera del empleado.

No obstante, en cuanto al nepotismo (enchufe), se puede decir que todos los entrevistados coinciden en una óptica común: aunque puede servir para facilitar el acceso directo a un puesto de trabajo, no es un factor especialmente determinante y preponderante en el oficio.

Del mismo modo, también podemos destacar una visión unánime respecto al papel de la titulación de periodismo, la cual tachan de irrelevante y, bien si puede suponer un punto a favor, tal y como comenta Jordi, realmente no implica que su poseedor sea un buen

periodista, debido a que la mayor parte de aprendizaje útil de este oficio se obtiene mediante la experiencia laboral y no a través del ámbito académico.

Por añadidura, se establece que la llegada de las redes sociales ha aportado más beneficios que inconvenientes y, tal y como afirma Clara Díaz, no son el motivo de una desprofesionalización del oficio, puesto que en muchos casos simplemente se realiza entretenimiento. Ana Iris destaca, además, la gran libertad que ofrecen y el aumento de capacidad difusiva individual al que han dado lugar; bien si es cierto que son las promotoras de cierta volatilidad.

Estas opiniones se oponen, sin embargo, a la perspectiva de Mireia Navarro, quien señala a las redes sociales como malas fuentes de información a las que recurren los jóvenes erróneamente para conocer la actualidad.

En último lugar, con relación al futuro del periodismo, se concluye que todos los entrevistados demandan la necesidad de más lentitud en la profesión, en la que predomine la reflexión, la capacidad de análisis, elección y escucha por encima del consumo constante de noticias.

Del mismo modo, tanto Mireia Navarro como Clara Díaz consideran que la integración de la IA requiere de unos objetivos honestos y unos parámetros fijos para que esta se traduzca en una verdadera herramienta beneficiosa. Ambas coinciden, también, en la tendencia que adoptarán y que deben adoptar los contenidos informativos hacia un carácter más popular, corto y adaptado a las características de los oyentes.

7.2 Elaboración de un periódico para el instituto

Una vez zanjadas las entrevistas, se ha elaborado la segunda parte del proyecto. Tal y como se ha mencionado, el producto más tangible del trabajo se basa en la iniciativa de incorporar un periódico digital en el centro. Este tendría una publicación mensual y en él se recogerían algunos de los acontecimientos más destacables sucedidos en el propio centro a lo largo de dicho mes, así como los eventos más próximos y que puedan ser de interés para el alumnado, incluyendo talleres ofrecidos en Cornellà, charlas en el centro, cambios educativos (tanto del centro como de la Generalitat)...

Su difusión se realizaría mediante las diversas plataformas del instituto como Clickedu y se extendería también a Instagram (los alumnos podrían consultarlo en casa), y no mediante QR, dada la imposibilidad de utilizar dispositivos móviles dentro del recinto académico.

De este modo, se ha elaborado un primer número piloto, de tal manera que si funciona y al centro le gusta la propuesta, puede servir como canon o modelo a seguir para futuras publicaciones.

7.2.1 Objetivo

El objetivo de este proyecto es demostrar que el periodismo va más allá del negocio y el monopolio de las primicias, y que se puede promover una información libre de intereses políticos, donde la precariedad no merme el trabajo (ya que sería a pequeña escala); es decir, que se pueden llevar a cabo labores periodísticas e informar de manera sana y honesta, sin necesidad de recurrir a la exageración ni la invención. Pero también, entendida como una actividad que refleja la iniciativa propia y autónoma que resulta tan necesaria en el periodismo actual.

Además, este es un ejercicio que podría ayudar a los alumnos a descubrir y desarrollar sus capacidades en la escritura, hacerles pensar, documentarse e interesarse por todo aquello que les rodea y afecta, aprender a organizarse y ser disciplinados, y observar la manera que tienen estos de entender las noticias o el modelo que tienen concebido acerca del periodismo y sus formatos (en este caso el periódico).

7.2.2 Proceso de elaboración

Con el fin de facilitar la elaboración del periódico, el proceso de creación se ha dividido en diferentes fases.

Para empezar, se ha realizado una primera etapa de selección y redacción de noticias. Durante esta, se han considerado los principales acontecimientos sucedidos en torno al instituto durante el último mes y se han escogido los cuatro más relevantes para redactarlos en forma de noticias que contendría el periódico. La información obtenida ha sido extraída de profesores, mediante intervenciones realizadas en clase y observaciones individuales. A continuación, una vez preparados todos los datos, estos se han redactado desde una óptica objetiva, empleando un registro estándar, adecuado y comprensible por todo el alumnado del centro.

En cuanto al idioma, se ha optado por una combinación bilingüe entre catalán y castellano, como reflejo de la integración presente entre ambas lenguas en el centro. De modo que el periódico incluye noticias en catalán y noticias en castellano, mitad y mitad.

Una vez listo esto, se ha trabajado en el aspecto del diseño, empezando por la creación del logotipo del periódico: Mes Joanmi, un concepto que integra el carácter mensual de la revista y el término Joanmi, muy popular entre el alumnado y con el que la mayor parte de los estudiantes se siente identificado. El resultado de esta idea ha sido el siguiente:



Logotipo del periódico creado (Mes Joanmi), Canva

Finalmente, se ha organizado la información y se ha establecido el formato visual de la revista, que cuenta con una primera página que funciona como portada y una segunda de cuerpo textual. En la primera aparece el logotipo del periódico, se narra la noticia más importante con un color destacado, llamada “el bombazo del mes” y se anuncia la otra tríada en un breve resumen, a modo de avance. En la segunda, en cambio, predomina la sencillez y el texto y aparecen redactadas estas tres noticias secundarias, incluyendo una sección conocida como “Joanmi Tomorrow”, referente a futuros eventos del centro.

7.3 Impacto e incorporación:

En último lugar, cabe mencionar que esta idea es simplemente una propuesta, cuyo impacto y acogida serán factores determinantes en un posible establecimiento a modo de futura incorporación. Este trabajo trata de ofrecer dicha posibilidad, pero su verdadero funcionamiento deberá contar con el permiso del instituto. Una vez clarificado esto, he aquí el resultado final del proyecto:



Nº 1

EL PERIÓDICO OFICIAL DEL JOAN MIRÓ · ESPECIAL PRIMERA EDICIÓN · MARTES 29 de OCTUBRE de 2024

El bombazo del mes

Por Daniel Llamas Jaramillo

ARRENCA LA 2^{NA} TEMPORADA DEL CLUB DE LECTURA

Comença el curs 2024-2025 a l'institut Joan Miró i, amb això, torna el club de lectura!

Després de l'èxit triomfal de la primera edició, aquest esdeveniment que va començar com un episodi pilot durant l'any passat, es recupera amb força per a guanyar notorietat i ja sembla haver-se arrelat a les parets del centre.

Balbi Iglesias i Elisabet Armengol, professores del departament de català i principals organitzadores de les trobades, han decidit que aquesta no seria una simple activitat passatgera, sinó que han aconseguit portar-la al següent nivell, consolidant el club de lectura com una nova tradició. L'activitat està destinada a estudiants de 4t d'ESO, 1r i 2n de batxillerat i s'articula entorn d'un número de dues trobades trimestrals (aproximadament), en les quals alumnes i professors es posen al mateix nivell per a comentar un llibre llegit. I com s'aconsegueixen aquests? Cal comprar-los? Ni pensar-ho.

Gràcies a la col·laboració de l'institut amb la xarxa de biblioteques de Cornellà, se centralitzen tots els llibres

i es fa un préstec uniforme al centre. Després de recollir els llibres en préstec a la biblioteca de Cornellà, s'inicia el període de lectura individual i posteriorment es duu a terme la reunió.

Les trobades, que tenen lloc a la biblioteca cap a un quart de quatre de la tarda, superen l'hora de durada. En elles, després d'un acte d'obertura usualment protagonitzat per l'Elisabet Armengol, tots els assistents tenen l'oportunitat de compartir la seva opinió respecte al llibre llegit en una ronda ràpida d'intervencions. Després, la dinàmica s'estructura al voltant de diverses qüestions i temes plantejats, com a reflex d'algunes de les principals qüestions presents en el llibre.

Dit això, els qui desitgin apuntar-se al club en aquest nou curs podran trobar a les seves classes i en les històries destacades d'Instagram, un pamflet amb un QR a través del que accedir al formulari d'inscripció.

La nova temporada començarà al novembre. Animeu-vos! Llarga vida al club!

T'AGRADARIA FORMAR PART DEL CLUB DE LECTURA DE L'INSTITUT?

ESCANEJA EL CODI I RESPON EL QÜESTIONARI!





La nueva norma de lavabos levanta controversias

Parte del alumnado del centro, que no parece estar del todo contento con la nueva reforma de uso de los lavabos, empieza a mostrar su disconformidad.

Indignació davant les noves PAU

Divendres passat 11 d'octubre els estudiants de batxillerat van adherir-se a la vaga convocada pel Sindicat d'Estudiants, en ocasió de la publicació dels nous models d'exàmens per a les PAU.

El Joanmi se prepara para la Castanyada 2024-2025

El instituto se prepara para celebrar el tradicional evento de otoño marca de la casa: la Castanyada, que tendrá lugar el jueves 31 de octubre a partir de las 11h y 15min. Castañas, recogida de premios, actuaciones musicales y ... ¡Mucha diversión!

LA NUEVA NORMA DE LAVABOS LEVANTA CONTROVERSIAS

Recientemente, la dirección del centro ha optado por introducir nuevas medidas respectivas al funcionamiento de los lavabos, que buscan mejorar la dinámica del instituto. Años después de la implantación de las conocidas como "guardias de lavabos" instauradas tras la pandemia, se suma ahora una nueva incorporación.

El caso es que, en vistas a una problemática presente en cursos anteriores, en los que "muchos alumnos simplemente pedían ir al baño con el mero interés de pasearse", se ha optado por endurecer el consentimiento. Mediante el nuevo sistema, el uso del lavabo se limitará a la hora del patio, donde todos los alumnos que deseen ir al lavabo podrán acceder deliberadamente. Mientras que no se les permitirá acudir al baño durante las horas de clase a menos que se trate de una urgencia que apele a causas mayores. De ser así, además, el profesor en cuestión al que se le pida ir al baño deberá entregar al alumno una tarjeta única e intransferible con el nombre del docente.

Sin embargo, esta medida no parece estar siendo precisamente bien acogida por los alumnos más mayores del centro, entre quienes se están levantando quejas que achacan contra su inutilidad, así como una restricción exagerada. Apuntan, también hacia las grandes colas que se forman en las puertas de los lavabos a diario durante el recreo.

Con todo, esta todavía es una incorporación en periodo de prueba que, a petición de los alumnos, si así se requiere, tal vez se pueda acabar modificando y puliendo para respetar el bienestar de todos.

Joanmi tomorrow

EL JOANMI SE PREPARA PARA LA CASTANYADA 2024-25

El próximo jueves 31 de octubre tendrá lugar en nuestro instituto el tradicional evento de la Castanyada, una de las celebraciones emblemáticas del Joanmi. Esta será una jornada especial repleta de acontecimientos que se extenderá durante la segunda mitad del día.

La celebración comenzará a las 11:15, momento en el que los alumnos de 2º de bachillerato pasarán de clase en clase repartiendo a cada estudiante un cono de castañas y una botella de agua (provisas por el AFA). Esta fase se extenderá durante un intervalo de tiempo de entre 5 y 10 minutos.

Posteriormente, desde las 11:25 hasta las 12:10 se ofrecerá un periodo de recreo al que le sucederán dos eventos simultáneos. Los alumnos de primer ciclo realizarán la actuación musical de 12:10 a 13:10, mientras los de segundo ciclo festejarán el concurso de Mister/Miss en su patio correspondiente.

INDIGNACIÓ DAVANT LA REFORMA DE LES PAU

Amb motiu de la reforma de les PAU per a aquest curs 2024-2025, els estudiants de batxillerat, i especialment, de 2n, es van unir divendres passat 11 d'octubre a la vaga general convocada pel Sindicat d'Estudiants amb l'objectiu de reclamar la publicació immediata dels nous models d'exàmens.

De la mateixa manera que en moltes altres comunitats com València o Madrid, els estudiants de Barcelona es van congreguar en una manifestació que establia el seu lloc de trobada a la plaça Sant Jaume. En aquesta es va reivindicar al llarg de dues hores la disconformitat cap als canvis exercits i la mala gestió que s'està realitzant per part del Ministeri d'Educació i de la Generalitat, que els alumnes atribueixen al secretisme i la poca informació que se'ls ha donat sobre aquest tema. Amb tot això, es va realitzar una mobilització que va arribar fins a l'Estació de França, passant per alguns dels principals carrers de la ciutat, com ara Via Laietana i deixant, al seu torn, càntics com "putes PAU".

Fins al moment, el Sindicat d'Estudiants ha establert que, si la situació segueix en el mateix estat, es convocaran noves vagues.

Ara per ara, la realitat és que ja s'han publicat els models d'exàmens d'algunes matèries com ara Llengua i cultura llatines o Biologia. Això no obstant, encara queden moltes assignatures pendents de més dades, de les quals només disposem de les captures de pantalla que professors del centre s'han vist obligats a realitzar durant les reunions amb integrants del Departament d'Educació. En qualsevol cas, s'ha produït un fort enuig a tota la comunitat educativa, davant un procés que s'hauria d'haver conclòs mesos enrere per haver pogut possibilitar una correcta preparació de l'alumnat i el professorat.



A continuació, de 13:10 a 14:10, se alternaran los eventos respectivamente. Finalmente, la jornada concluirá con unos últimos veinte minutos de recreo adicionales.

¡Durante estos días previos, el alumnado de 2º de bachillerato ya organiza todos los preparativos necesarios, tal y como se ha hecho cada año; mientras que los más pequeños de la casa ensayan canciones para el concierto. Las cuatro mejores serán galardonadas! Deben de estar emocionados, ¡están a punto de vivir su primera Castanyada!

Esperemos que todo funcione tan bien como de costumbre y, sobre todo, ¡disfrutad del evento!



8. CONCLUSIONES

Este trabajo, más allá de ofrecer una vista panorámica de la evolución de la profesión periodística desde sus orígenes hasta la actualidad, se ha centrado en analizar las principales problemáticas que ensucian el oficio hoy por hoy, junto con los nuevos desafíos y fronteras que plantea la era tecnológica y cómo el periodismo debe gestionarlas correctamente para sacar provecho.

En primer lugar, se concluye que, desde la represión y la censura ejercida por los monarcas absolutistas españoles y, más recientemente, por el franquismo, el periodismo ha experimentado un gran fenómeno de **liberalización informativa**, todavía mayor con la llegada de internet y la expansión de las redes sociales. Sin embargo, esto no excusa la existencia de múltiples problemas que ponen a la profesión en una situación complicada.

Por una parte, en el ámbito laboral distinguimos tres grandes motivos de conflictividad: **la precariedad**, mediante la cual los medios han recurrido a reducciones de plantilla que han dado lugar a una desprofesionalización (acumulación de tareas a cargo de un único empleado no cualificado), bajos salarios, horas extra no remuneradas y a la proliferación de contratos temporales; **la creciente polarización** en el oficio, que somete la información a intereses políticos y económicos, generando datos sesgados, cosa que relativiza la supuesta libertad de prensa presente y, por último, **la pérdida de confianza** por parte de la población, como consecuencia de esta polarización, la expansión de fake news y la infoxicación o fatiga informativa.

A estas problemáticas se le suma, además, **el desempleo**, que Ana Iris Simón atribuye al desequilibrio entre el gran número de licenciados y el inapto mercado laboral español, en el que se ofrecen escasas oportunidades de trabajo, dando lugar a *“un montón de jóvenes cualificados para puestos de trabajo que no existen”*. Por lo tanto, existe una gran competencia. Esto convierte al periodismo en una carrera plenamente vocacional, a la que se recurre a la pasión a modo de motivación ante dichas dificultades.

Por otra parte, respecto a lo académico, se clarifica la **poca utilidad de la carrera de periodismo** tal y como está planteada hoy en día, ya que no se ajusta a las exigencias de la realidad laboral y presenta una escasa presencia de prácticas profesionales, por lo que la titulación resulta un tanto irrelevante.

Esto pone de manifiesto la necesidad de un posible replanteamiento del grado universitario que responda a los cambios tecnológicos que están teniendo lugar y a la realidad laboral a la que deberán enfrentarse los alumnos, así como el fomento de una mayor lectura (muy escasa en la carrera) entre estos.

Asimismo, **las redes sociales no han ocasionado una desprofesionalización**, sino que han desarrollado un importante papel en el aumento de la capacidad difusiva individual y la independencia respecto a los medios, proporcionando autonomía a la información. Respecto a estas, se manifiesta, además, la necesidad de aceptación por parte del periodismo hacia los nuevos formatos y medios, es decir, una integración que permita generar ventajas en lugar de interpretarlos como un simple enemigo.

Ahora bien, cabe mencionar que también han propiciado otros factores poco convenientes como la abundancia de fake news, el consumo de noticias a un ritmo desmesurado y han influido en la tendencia del contenido informativo de inclinarse hacia el formato audiovisual y de corta duración.

En consecuencia, cada vez recae una mayor responsabilidad de los usuarios en la elección de las noticias consultadas y la manera de informarse. Esto hace **necesario la impartición de una formación de contraste y elección de la información dirigida a la población**, especialmente a los jóvenes, que no se informan de manera correcta, tal y como comenta Mireia Navarro o, en términos de Ana Iris, incluso llegan a sobre informarse.

De igual manera, se confirma que, aunque la **IA** está comenzando a introducirse en el oficio, **todavía no se da una completa integración**, de modo que la mayor parte de labores periodísticas siguen siendo el resultado de la actividad humana.

Al mismo tiempo, su potencial hace que pueda llegar a ser una herramienta tan beneficiosa como destructora, que requiere de una regulación y unos parámetros concretos, junto con unos objetivos honestos para llegar a suponer un incorporación ventajosa. Aun así, en ningún caso dará lugar a una completa automatización, por lo que la implicación humana siempre será necesaria en mayor o menor medida dentro del oficio.

Para acabar, **se refuta la hipótesis inicial del trabajo**, puesto que **no se puede afirmar al completo que el periodismo español se encuentre en crisis**, sino que existe cierta relatividad al respecto y es un término que siempre se ha utilizado generalizadamente. En pocas palabras, es cierto que existen problemáticas, pero estas se relacionan más con el contexto de cambio en el que se encuentra la profesión que con un deterioro específico de estos últimos años (más allá de la polarización).

En esa misma línea, **se confirma que el nepotismo o enchufe no es un factor determinante en el éxito como periodista**, sino que prevalecen las aptitudes del profesional como aspectos de peso en su trayectoria, incluyendo la polivalencia, la capacidad de adaptación y la pasión. Por lo que alguien de Cornellà con talento puede llegar igualmente muy lejos en su carrera periodística.

Cabe mencionar, sin embargo, que la obtención de estas respuestas se ha visto obstaculizada por algunas dificultades con las que se ha topado el trabajo, esencialmente, basadas en el poco contacto con el ámbito, la multiplicidad de opiniones y la gran variedad de informaciones presentes, que han hecho necesario un gran ejercicio de contraste de fuentes con tal de obtener una visión amplia.

En resumen, se puede afirmar que, de la misma manera que el periodismo ha ido cambiando a lo largo de la historia, actualmente el oficio se encuentra en un momento de transición, como resultado de las innovaciones tecnológicas y las nuevas tendencias de la sociedad.

En esta situación, deben darse algunos cambios y mejoras, una correcta gestión de las diferentes transformaciones y, sobre todo, se demuestra la conveniencia de un periodismo más lento, en el que, por encima de la volatilidad, impere la reflexión, la capacidad de análisis, elección y escucha y en el que jamás se olvide la pasión y la honestidad.

9. BIBLIOGRAFÍA:

Alumni UAB. Universidad Autónoma de Barcelona (s. f.). *Trayectorias Alumni - UAB Barcelona*. Recuperado el 30/9/2024

<<https://www.uab.cat/web/red-alumni/los-alumni-uab-somos-noticia-1345798044534.html>>

Álvarez, G., (2024, 31 julio). *Hablamos con los primeros periodistas youtubers de España*.

VICE. Recuperado el 28/7/2024

<<https://www.vice.com/es/article/ezwjdz/periodistas-youtubers-espana>>

Anguera, M. (2023, 7 junio). *Las universidades más destacadas para estudiar Periodismo y Comunicación*. Fundación CYD. Recuperado el 30/9/2024

<<https://www.fundacioncyd.org/las-universidades-mas-destacadas-para-estudiar-periodismo-y-comunicacion/>>

Aubin, Sophian, *Fatiga de la información*. (2023, 4 febrero). France24. Recuperado el 7/8/2024

<[https://www.france24.com/es/salud/20230204-fatiga-de-la-informaci%C3%B3n-menos-info
rmado-m%C3%A1s-feliz](https://www.france24.com/es/salud/20230204-fatiga-de-la-informaci%C3%B3n-menos-informado-m%C3%A1s-feliz)>

Barragán, C., & Morales, L. (2021, 12 julio). Una carrera de arrepentidos: ¿por qué los periodistas reniegan tanto de la universidad? *elconfidencial.com*. Recuperado el 11/8/2024

<[https://www.elconfidencial.com/comunicacion/2021-07-12/periodismo-carrera-periodistas-
medios_3175767/](https://www.elconfidencial.com/comunicacion/2021-07-12/periodismo-carrera-periodistas-medios_3175767/)>

Bel, I. : «*El periodismo está en una situación muy crítica que hay que regenerar ética y profesionalmente*». (2023, 15 febrero). Dircomfidencial. Recuperado el 22/8/2024
<<https://dircomfidencial.com/medios/ignacio-bel-el-periodismo-esta-en-una-situacion-muy-critica-que-hay-que-regenerar-etica-y-profesionalmente-20230215-0402/>>

Carrasco, A. (2023, 23 noviembre). *La Inteligencia Artificial y su impacto en el periodismo* | Asociación de Periodistas Europeos. Recuperado el 6/9/2024
<<https://www.apeuropeos.org/la-inteligencia-artificial-y-su-impacto-en-el-periodismo-tradicional/>>

Castañeda, P. (2022, 10 agosto). *¿Por qué No me Concentro? 10 Consejos para Mejorar tu Atención*. SmartSapiens. Recuperado el 1/8/2024
<<https://www.smartsapiens.net/eres-un-arquero-o-un-homer-simpson-los-10-consejos-neurocientificos-para-mejorar-tu-atencion/>>

C. Suetonio Tranquilo. *Vida de los doce césares*. Ediciones Alma Maters S. A, 1964.
Recuperado el 10/6/2024

colaboradores de Wikipedia. (2024b, junio 26). *Historia de la prensa española*. Wikipedia, la Enciclopedia Libre. Recuperado el 26/6/2024
<https://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_prensa_espa%C3%B1ola>

cv.udl.cat. (2005, 17 diciembre). *Diario y periódico*. (S. F.). Recuperado el 26/4/2024
<<http://cv.udl.cat/cursos/elsmijtans/t1/docs/diario.pdf>>

ComunicAlicante. (2020, 13 febrero). *Periodistas youtubers: la vía de escape ante la precariedad del oficio*. Comunicación Alicante. Recuperado el 28/7/2024

<<https://www.comunicacionalicante.es/periodistas-youtubers-la-via-de-escape-ante-la-precariedad-del-oficio/>>

Cortés, A. (2024, 30 agosto). *¿Dónde estudiar la carrera de Periodismo en España?* gradomania.com. Recuperado el 2/10/2024

<https://www.gradomania.com/noticias_universitarias/donde-estudiar-la-carrera-de-periodismo-en-espana-org-8342.html>

Delgado, D. (2019, 2 mayo). *Brevísima historia del periodismo*. Muy Interesante. Recuperado el 22/4/2024

<<https://www.muyinteresante.com/historia/35561.html>>

Díaz Noci, Javier. *El oficio del periodista en el siglo XVII: gaceteros, impresores y comerciantes*. Recuperado el 13/6/2024

<<https://raco.cat/index.php/Periodistica/article/view/13507/328953>>

Dickler, J. (2022, 12 de noviembre). *The top 10 most-regretted college majors — and the degrees graduates wish they had pursued instead*. CNBC. Recuperado el 25/9/2024

<<https://www.cnbc.com/2022/11/12/the-top-10-most-regretted-college-majors.html>>

EducaMadrid. Tema 3. *Literatura Medieval. El mester de juglaría. Cantar de Mío Cid* | web online2 | (s. f.). Recuperado el 2/5/2024

<<https://www.educa2.madrid.org/web/web-online2/tema-3.-literatura-medieval.-el-mester-de-juglaria.-cantar-de-mio-cid/-/visor/literatura-medieval-el-mester-de-juglaria2>>

Emilio, C. G., & De Filología Clásica, U. D. (2015, 23 febrero). *La transmisión de noticias en la literatura griega clásica*. Universidad Autónoma de Madrid. Recuperado el 20/4/2024

<<https://repositorio.uam.es/handle/10486/666747>>

Escalona, P., & Escalona, P. (2019, 26 enero). "El periodismo se está convirtiendo en un mundo de falsos autónomos" *Autónomos y Emprendedores*. Recuperado el 20/8/2024

<<https://www.autonomosyemprendedor.es/articulo/actualidad/periodismo-convirtiendo-mundo-falsos-autonomos/20190114180354018629.html>>

Ferrari, S. (2022, 22 marzo). *El periodismo en crisis – CADTM*. CADTM. Recuperado el 8/8/2024

<<https://www.cadtm.org/El-periodismo-en-crisis>>

Ferrero, L. A. (2020, 23 mayo). *Historia del periodismo*. UVicnet. Recuperado el 17/6/2024

<<https://interactiva.uvic.cat/per2006/2020/03/10/83/>>

Férriz, R. G. (2023, 28 febrero). Cuándo y cómo se fue al garete el periodismo en España (y cómo podemos arreglarlo). *elconfidencial.com*. Recuperado el 12/7/2024

https://www.elconfidencial.com/cultura/2023-02-28/cuando-como-fue-garete-periodismo-esp-ana-como-podemos-arreglarlo_3583304/

Fundación Luca de Tena. (2022, 19 diciembre). *Periodismo, la carrera con más arrepentidos (87%), según una encuesta de ZipRecruiter*. Laboratoriodeperiodismo.org. Recuperado el 22/9/2024

<<https://laboratoriodeperiodismo.org/periodismo-la-carrera-con-mas-arrepentidos-87-segun-una-encuesta-de-ziprecruiter/>>

García, Concha. *Wordpress*. (2017, Octubre). *EL PERIODISMO ESPAÑOL EN EL SIGLO XX*. Recuperado el 4/7/2024

<<https://conchagarciag.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/10/periodismo-espac3b1ol-siglo-xx.pdf>>

Gobierno de España, Ministerio de ciencias, innovación y universidades (2023). *Datos y cifras del Sistema Universitario Español* Publicación (2023). Recuperado el 22/9/2024

<https://www.universidades.gob.es/wp-content/uploads/2024/05/SIU_DatosCifras2024.pdf>

Herce, S. (2023, 21 noviembre). *¿Está el periodismo en crisis? - Ethic*. Ethic. Recuperado el 3/8/2024

<<https://ethic.es/2023/11/esta-el-periodismo-en-crisis/>>

Lado, S. (2021, 8 febrero). *Importancia de las redes sociales en el periodismo*. ui1.es. <<https://www.ui1.es/blog-ui1/importancia-de-las-redes-sociales-en-el-periodismo>>

Langa Nuño, C. idUS. Depósito de Investigación Universidad de Sevilla (s. f.). Claves de la historia del periodismo. *CORE Reader*.

<<https://core.ac.uk/reader/158964830>>

Laviana, J. C. (2024, 27 marzo). *Recuperar la confianza perdida, el gran desafío de los medios*. *www.cuadernosdeperiodistas.com*. Recuperado el 25/7/2024

<<https://www.cuadernosdeperiodistas.com/recuperar-la-confianza-perdida-el-gran-desafio-de-los-medios/>>

Llcarmlbac. *La prosa del siglo XVIII: el periodismo*. (2023, agosto 21). Recuperado el 14/6/2024

<<https://llcarmlbac.wordpress.com/literatura/la-literatura-del-siglo-xviii-apuntes-y-ppt/la-prosa-del-siglo-xviii-el-periodismo/>>

María, F. (2023, 17 abril). ¿Cómo fueron los orígenes del periodismo? *okdiario.com*. Recuperado el 20/4/2024

<<https://okdiario.com/historia/como-fueron-origenes-del-periodismo-10765576>>

Meyer, L. (2017, abril). *El uso de Internet y redes sociales genera fatiga informativa*. *Ethic*. Recuperado el 2/8/2024

<<https://ethic.es/2017/04/fatiga-informativa-era-digital/>>

Nöllmann, M. (2023, 12 diciembre). “Cada vez cuesta más concentrarnos”: una experta norteamericana aconseja cómo recuperar la atención en la era del multitasking. *LA NACION*. Recuperado el 1/8/2024

<<https://www.lanacion.com.ar/sociedad/cada-vez-cuesta-mas-concentrarnos-una-experta-norteamericana-aconseja-como-recuperar-la-atencion-en-nid12122023/>>

Nortes, S. (2019, 16 octubre). *La polarización de los medios españoles*. ctxt.es | Contexto y Acción. Recuperado el 10/8/2024

<<https://ctxt.es/es/20191016/Politica/28855/Silvia-Nortes-polarizacion-medios-comunicacion-debates-tertulias.htm>>

Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación. Universidad Complutense de Madrid (s. f.). Recuperado el 5/8/2024

<<https://www.ucm.es/otri/noticias-las-fake-news-siempre-han-existido-pero-hoy-en-dia-se-han-visto-catapultadas-por-las-redes-sociales>>

Orozco Núñez, Miriam. (2016, Junio) *Trabajo de fin de grado. El nacimiento de la prensa de masas en Europa: el caso de España*. Recuperado el 30/6/2024

<<https://rodin.uca.es/bitstream/handle/10498/18558/TFG%20El%20nacimiento%20de%20la%20prensa%20de%20masas%20en%20Europa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>

Pacheco, C. (2023, 3 septiembre). *Las carreras universitarias con más arrepentidos en el primer año*. Business Insider España. Recuperado el 20/9/2024

<<https://www.businessinsider.es/carreras-universitarias-arrepentidos-primer-ano-1296868>>

Palanco López, N. M. (2009, noviembre). *HISTORIA DEL PERIODISMO*. eumed.net. Recuperado el 22/4/2024

<<https://www.eumed.net/rev/cccss/06/nmpl6.htm>>

Puerto, L. (2023, 2 julio). ¿Hay que estudiar periodismo? Un grado con demanda al alza pero lleno de arrepentidos. *elconfidencial.com*. Recuperado el 2/7/2024

<https://www.elconfidencial.com/empresas/2023-07-02/periodismo-carrera-demandada-arrepentidos_3673529/>

Representación en España. *Cómo combatir las fake news*. (2022, 28 febrero). Recuperado el 5/8/2024

<https://spain.representation.ec.europa.eu/noticias-eventos/noticias-0/como-combatir-las-fake-news-2022-02-28_es>

Rios, B. F. (s. f.). *La comunicación en España de la Edad Media Baja*. Chiqaq News. Recuperado el 26/4/2024

<<https://medialab.unmsm.edu.pe/chiqaqnews/la-comunicacion-en-espana-de-la-edad-media-baja/>>

Sánchez de Diego, Fernández de la Riva, Manuel. (Madrid, 2010, Junio). *PERIODISMO Y SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN: ALGUNAS REFLEXIONES SOBRE UNA REALIDAD PRÓXIMA*. Recuperado el 9/7/2024

<<https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/aefd06b5-cdab-44b2-927e-830f7144e259/content>>

Sanchis, A. (2023, 28 noviembre). *Una revista llevaba meses publicando artículos escritos por IA usando redactores falsos. Han sido. . .* Xataka. Recuperado el 3/9/2024

<<https://www.xataka.com/magnet/revista-llevaba-meses-publicando-articulos-escritos-ia-usando-redactores-falsos-han-sido-descubiertos-claro>>

Schell, R. (2020, 20 abril). *La desprofesionalización del periodismo*. Noizze Media.

Recuperado el 30/7/2024

<<https://www.noizze.com/blog/desprofesionalizacion-del-periodismo/>>

Universidad Complutense de Madrid. Wordpress. (2010, Septiembre) TEMAS 21-24.

Recuperado el 4/7/2024

<<https://koralieucm.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/09/temas-21-24.pdf>>

Universidad de Málaga. (2021). *Los orígenes del noticierismo (siglo XV - XVI)*. Studocu.

Recuperado el 11/6/2024

<<https://www.studocu.com/es/document/universidad-de-malaga/periodismo-audiovisual-television/tema-1-historia-apuntes-1/22016511>>

Universidad de Sevilla. Studocu. (2011-2012). *Historia Del Periodismo Universal 2100013 -*

Un amplio recorrido a través de las diferentes etapas - Studocu. Recuperado el

15/6/2024

<<https://www.studocu.com/es/document/universidad-de-sevilla/historia-del-periodismo-universal/historia-del-periodismo-universal-2100013/395574?origin=course-suggestion-1>>

Universidad de Sevilla (2014-2015). *TEMA 3 - TEMA 3 HISTORIA DE LA*

COMUNICACIÓN SOCIAL - TEMA 3: COMUNICACIÓN y PODER DURANTE LA EDAD MEDIA - Studocu. Recuperado el /15/6/2024

<<https://www.studocu.com/es/document/universidad-de-sevilla/historia-de-la-comunicacion-social/tema-3-tema-3-historia-de-la-comunicacion-social/41147229>>

Van de Weghe, T. (2021, 6 diciembre). 10 things about AI every newsroom should know - JSK Class of 2019 - Medium. *Medium*. Recuperado el 20/9/2024

<<https://medium.com/jsk-class-of-2019/10-things-about-ai-every-newsroom-should-know-19745dac8ad7>>

Yebra, D., Sánchez, R., Yebra, D., & Sánchez, R. (2024, 28 junio). Cuánto se cobra y cuánto paro se sufre según la carrera o FP que estudies. *elDiario.es*. Recuperado el 13/8/2024

<https://www.eldiario.es/economia/cobra-paro-sufre-carrera-fp-estudies_1_11473978.html>

10. ANEXOS

Transcripción de la entrevista: Cornellà y su relación con el periodismo, un ejemplo realista y local (Realizada a Empar Polo i Mireia Navarro).

Preguntas a Empar Polo:

Pregunta: La ciudad de Cornellà ha conocido a grandes periodistas y comunicadores como son Jordi Évole o Toni Aguilar, que han pasado a la historia de la comunicación de nuestro país y que suponen figuras referentes para todos los ciudadanos.

¿Crees que Cornellà tiene algo en especial en la formación de comunicadores con respecto al resto de municipios limítrofes, o simplemente es cuestión de suerte?

Respuesta: *Cornellà como tal no es un municipio espectacularmente distintivo. Sí que es cierto que tenemos a importantes figuras, pero esto no es algo excepcional. Ahora bien, a grandes rasgos, en la época de transición democrática, la zona del Baix Llobregat se caracterizó mucho por la lucha social y el reclamo de derechos. Yo misma, al empezar la carrera, me di cuenta de que tenía por lo menos a 15 compañeros más que también venían de Cornellà.*

Así pues, la llegada de la libertad informativa hizo que el periodismo local empezara a potenciarse con creces y que ganara mucha fuerza. Los periodistas locales eran figuras muy comprometidas con el municipio, apasionados y llenos de vocación. Fue un momento de explosión cultural donde todavía no existía la alta concentración mediática preponderante en la actualidad, por lo que no había tanta conveniencia económica que permitió promover un periodismo de calidad, libre de intereses, donde la credibilidad ocupó un rol fundamental.

Por ejemplo, muchos periodistas comenzaron trabajando en el gabinete de prensa del Ayuntamiento, como resultado de la necesidad de promoción del periodismo local, por lo que se estableció una relación cercana entre periodista y municipio.

Sin embargo, esto no permitía ganarse la vida. Un periodista que trabajaba haciendo crónicas podía cobrar en torno a los 300.- € por esta labor, con lo que no les salía a cuenta.

De ahí que muchos medios, al percatarse del trabajo de calidad realizado por estos periodistas locales acabarían por interesarse. Y así es como muchos de los periodistas más cercanos acabaron integrándose en las grandes redacciones.

Pregunta: ¿Cornellà cuenta con posibilidades para ejercer labores periodísticas? (Cornellà Informa, Ràdio Cornellà, puestos de revistas, bibliotecas...) ¿Existe alguna oportunidad para los ciudadanos de involucrarse con los medios locales?

Respuesta: *Por supuesto, existen diversas posibilidades mediante las que los ciudadanos pueden involucrarse en la comunicación local. Esta es la ventana que ofrecen plataformas como por ejemplo Ràdio Cornellà, en la que yo misma comencé como amateur y ha impulsado a grandes periodistas de la ciudad hacia el éxito; así como el gabinete de comunicación del Ayuntamiento local. Además está la revista Cornellà Informa, en la que participan “cornellanencs” y la cual cuenta con un nivel de aceptación del 90% por parte de la población local.*

Preguntas a Mireia Navarro:

Pregunta: ¿Piensa que Cornellà está comprometida con la divulgación de la escritura, la prensa y la comunicación? ¿Se incorporan métodos de fomento que permitan acercar este mundo a los estudiantes de la ciudad? ¿Por parte del Ayuntamiento, se da reconocimiento y compensación al talento escrito y/o comunicativo? ¿Qué iniciativas se promueven?

Respuesta: *Honestamente, creo que Cornellà es una ciudad abierta y comprometida con este tipo de conocimientos. De hecho, el municipio cuenta con el emblema de “Ciutat de la Lectura”. Tenemos, por ejemplo, un gran red de bibliotecas (con una suma total de cinco bibliotecas) que permite que el ratio de habitantes por cada una de ellas sea relativamente bajo en relación con otras poblaciones de alrededor. (“Haz el cálculo y lo podrás comprobar”). Por lo tanto, sí, Cornellà plantea una apuesta decidida por el disfrute y el aprendizaje de la escritura. Existen muchas iniciativas como el Projecte de Lectura de l’Orfeó a Cornellà (PLOC), que tiene como objetivo crear un hábito de lectura más allá del ámbito escolar que quede reflejado en la realidad social. Mediante este se ponen herramientas al alcance de aquellas personas interesadas por dicha lectura y escritura (principalmente en el ámbito de la escuela y el instituto), como puede ser la facilitación de citas con escritores locales.*

Además, también se organizan diferentes premios literarios de la mano de entidades como Blas Infante o Rosalía de Castro, se trata de organizaciones sin ánimo de lucro, impulsadas por el ayuntamiento mediante las que se da un reconocimiento al talento escrito de los ciudadanos.

Pregunta: ¿El ayuntamiento ofrece algún tipo de recurso o taller (como un espacio, ordenador, libros, cámaras, conexión) que permita a los estudiantes desarrollar sus habilidades y proyectos relacionados con la comunicación?

Respuesta: *Por supuesto. Existen diversos talleres y actividades de este tipo. Una de las más importantes es el taller que ofrecemos desde Ràdio Cornellà, llamado “Viure a la ràdio”, que se trata de un proyecto en colaboración con las escuelas e institutos de la ciudad a través del que ofrecemos a los alumnos la oportunidad de visitar la radio, ver las instalaciones, aprender nuestro funcionamiento, así como realizar su propio podcast. Por lo tanto, esta es una experiencia que acerca el mundo de la comunicación a los más pequeños y esto les permite vivir una experiencia muy muy cercana a la profesión periodística y descubrir este ámbito con sus propios ojos, de primera mano. Todo ello desde un punto de vista local y de implicación con su lugar natal. Por lo tanto, sí, esto puede serles de gran ayuda a descubrir sus habilidades y averiguar si les llama la atención todo este entorno e incluso plantearse si les gustaría dedicarse a ello.*

Pregunta: **¿Cuántos años lleva funcionando y emitiendo Radio Cornellà? ¿Cómo funcionáis? ¿Cuántos empleados hay y qué organización de roles se lleva a cabo?**

Respuesta: *Ràdio Corellà nace el 1 de junio del año 1982, día en el que tiene lugar la primera emisión de un programa llamado Nostra Dansa (programa dedicado a la sardana, la música de cobla i la cultura popular) con la colaboración de la asociación Amics de la Sardana. Es decir, que es el primer momento en el que se deja constancia escrita sobre la realización de dicha actividad. Desde entonces, hemos estado en emisión. Actualmente, nuestro funcionamiento se sustenta en una plantilla fija que cuenta con dos periodistas, un coordinador de publicidad y dos técnicos de sonido; eso sumado a la dirección (de la que, en este caso, me encargo yo misma), todos nosotros, profesionales que cobramos. Pero algo que también ocupa un gran rol en nuestro contenido y desempeño son los voluntarios, que suelen pertenecer a una entidad a la que quieren dar a conocer y a quienes se les da la oportunidad de realizar su propio programa. Semanalmente, llegamos a tener a unas 80 personas en la radio, de las cuales algunas cuentan con proyecto individual. Es el caso de entidades como la Creu Roja de Cornellà o la Asociación Rosalia de Castro, entre otras.*

Después, en cuanto a otras cuestiones como nuestro presupuesto, este se basa en dos grandes fuentes de ingresos: por una parte, las subvenciones ofrecidas por el Ayuntamiento y por otro, la publicidad que integramos en nuestras emisiones, cosa que nos da cierta independencia como medio y nos permite cubrir otros gastos.

Nuestra programación se divide en dos grandes secciones. De lunes a viernes, de 9 de la mañana a 9 de la noche cubrimos una programación más profesional, en la que se sitúan los informativos, programas musicales... Mientras que de 9 a 12 de la noche, damos espacio a nuestros colaboradores, de la misma manera que los fines de semana, en los que dedicamos todo nuestro espacio de emisión (de 9 de la mañana a 12 de la noche) a voluntarios y colaboradores expertos.

Pregunta: ¿Existe algún tipo de limitación que os impida hablar sobre ciertos temas? ¿Cómo conseguís contactar con las personas/figuras a las que entrevistáis ? ¿Qué tan importantes son vuestras redes de contactos a la hora de elaborar los programas? ¿Qué audiencia tenéis?

Respuesta: *Actualmente vivimos en un país que cuenta con una democracia de pleno derecho, bien si existen medidas que han sido motivo de más polémica, como es el caso de la ley mordaza.*

Pero a nivel local, tanto nosotros como los colaboradores y voluntarios, podemos hablar sobre lo que queramos, cada uno según su criterio. Hay cosas de las que no podemos hablar, por supuesto, pero simplemente por la razón de que no llegamos a cubrir todo lo que pasa en la ciudad, no damos a basto.

Por otro lado, en cuanto a nuestra audiencia, lo cierto es que no tenemos acceso a esa información. Esto se debe a que las radios locales no entran en la EGM (Estudio General de Medios), que está únicamente reservado para los grandes medios. Este estudio es muy útil ya que permite extraer muchos datos: desde la franja horaria de mayor retención de audiencia. hasta el tipo de oyentes. Como alternativa, alguna vez hemos recurrido a pagar estudios por nuestra propia cuenta, que no llegan a ser tan regulares.

Pregunta: ¿Estaríais dispuestos a contratar a jóvenes licenciados de la información? ¿Cómo os habéis ido adaptando a los intereses y formatos de la sociedad a lo largo del tiempo? ¿Habéis empleado la IA en alguna ocasión o soléis hacerlo? Si es así, ¿qué uso le dais? (la actualidad y la adaptación).

Respuesta: *Uno de nuestros formatos más importantes son los podcasts, una incorporación que está resultando tener una gran efectividad y experimentando un aumento progresivo en audiencia, como resultado de su popularización en internet y, en general, en los medios.*

Claramente, esta es una adaptación que hemos realizado, y es que el mundo de la información está cambiando considerablemente. Cuando en los talleres sobre selección de fuentes que realizo alrededor de las escuelas de Cornellà, pregunto “¿quién ha leído el periódico en los últimos treinta días, o ha escuchado la radio?” y prácticamente todo el mundo me dice que no. He podido comprobar que todos ellos son formatos en decadencia entre las nuevas generaciones. En contraposición, aumentan las redes sociales y los buscadores de internet como principal fuente de información de los jóvenes. Esto comporta la necesidad de impartir una buena formación que enseñe a los más pequeños a saber elegir dónde buscar la información y aprender a contrastar y verificar que los datos que lean sean ciertos.

Creo que actualmente sí que existen medios fiables con información contrastada, pero tal vez los canales de acceso que se están utilizando no sean los correctos.

Pregunta: ¿Dirías que los jóvenes de Cornellà no se interesan por lo que pasa en su ciudad?

Respuesta: *Esto no quiere decir que los jóvenes se hayan dejado de interesar por lo que pasa en el mundo , más concretamente, en su propia ciudad. Por supuesto, siempre va a haber gente a la que le interese saber la realidad del lugar en el que vive y estar al día sobre lo que ocurre en el mundo, pero los medios que utilizan no son los adecuados.*

Es por ello que estamos tratando de acercar nuestra información a los jóvenes mediante estos podcasts, así como el desarrollo reciente de la página web de Ràdio Conrellà, que pueden ayudar a las nuevas generaciones a sentirse más cercanas a la información local.

Después, en cuanto a la IA, es cierto que esta ya es una realidad vigente que se ha implantado en el ámbito de la comunicación. Por ejemplo, existe un programa de radio en Estados Unidos en el que las voces que ejercen de locutores son meros ordenadores programados. Efectivamente, programas de radio enteros realizados mediante IA.

Por lo tanto, es solo cuestión de un poco de tiempo que esto acabe llegando aquí también.

Nosotros, sin embargo, no hemos utilizado demasiado la IA y no consideramos que esté integrada en Ràdio Cornellà como una herramienta principal. Sí que hemos realizado algunas pruebas con softwares de voz en catalán , que cada vez son más potentes, y permiten una gran variedad de voces (género, acento, variedad lingüística...). Por ejemplo, hemos emitido algún anuncio en el que la voz es producto de la IA y te puedo decir que ha colado, ha colado. No obstante, todavía no hemos trabajado con la generación de textos complementarios, aunque sí que lo considero como una potencial medida a adoptar.

En resumen, creo que la inteligencia artificial supone un peligro pero también una oportunidad. Esta implica decisiones éticas y, por lo tanto, considero necesario una correcta regulación, es decir legislar éticamente y acabar con los fake news, así como ofrecer herramientas tanto a los jóvenes como al resto de personas, para saber cuestionarse la veracidad de la información.

Para acabar, respecto a la pregunta que me planteas relacionada con las prácticas, te puedo decir que sí que tratamos de ayudar a los jóvenes interesados en el mundo de la información como estudiantes de periodismo o grados de sonido, a quienes ofrecemos la oportunidad de realizar prácticas oficiales o bien como voluntarios (puesto que tal vez cuenten con mejores opciones y no les convenga realizarlas en un medio tan pequeño).

Hoy mismo, por ejemplo, me he pasado la tarde enseñándoe la radio a una estudiante de 4º de ESO a quien el profesor le había propuesto realizar una actividad a la que no estuvieran acostumbrados y ella había decidido que quería ir a algún medio de comunicación. De manera que fue contactando con diferentes lugares hasta que dio con nosotros y aceptamos, de modo que se podría decir que nos adaptamos a los intereses y necesidades de los ciudadanos y ciudadanas de Cornellà y estamos muy comprometidos con estos.

Transcripción de la entrevista: El futuro del periodismo y la sociedad de la información

(Realizada a Clara Díaz).

Preguntas introductorias:

Pregunta: ¿Cuánto tiempo hace que te licenciaste y cuántos años (o meses) llevas trabajando como periodista?

Respuesta: *Acabé el grado de periodismo en la UAB en el año 2022. En TVE haré el año como redactora en informativos en noviembre. Antes de comenzar aquí, hice algunos otros trabajos, como presentar podcasts o colaborar con una revista.*

Pregunta: ¿Consideras que el periodismo español está en crisis? ¿Siempre ha sido una profesión desvalorizada?

Respuesta: *No. Creo que muchas veces tachamos erróneamente al periodismo de estar en crisis o de estar pasando por un mal momento. La información es un poder esencial y, como cualquier poder, es realmente difícil de ejercer libremente. La manipulación, tanto por las grandes empresas como por el gobierno, es inevitable en la mayoría de medios. Los cambios constantes de la prensa digital también pueden contribuir a este pensamiento de que el periodismo está en crisis. Aun así, creo que el periodismo español tiene un largo recorrido y que estas fluctuaciones y manipulaciones afectan, pero confío en que muchos de mis colegas tienen una buena praxis y contribuyen al buen periodismo del país. Por ello, opino que la consideración de que es una profesión desvalorizada recae más en las creencias de cada persona. Detrás del cinismo, siempre hay gente que confía en las buenas intenciones.*

Pregunta: ¿Qué se necesita para tener éxito como periodista? ¿Para ganarse relativamente bien la vida, los contactos son irremplazables o se puede escalar desde cero y por cuenta propia? (es decir, estudiando, formándote y demostrando tu talento a los medios?)

Respuesta: *Para tener éxito en la profesión se debe tener (como en muchas otras carreras) talento, esfuerzo, inteligencia y, siempre, una pizca de suerte. Seguimos viviendo en un estado nepotista, es inevitable que dentro del periodismo los contactos jueguen un papel importante a la hora de conseguir un puesto de trabajo. No obstante, la permanencia en el puesto o el ascenso en la carrera profesional, creo que recae en los cuatro puntos que he comentado antes.*

Pregunta: ¿Hacia dónde crees que el periodismo se dirige y hacia dónde crees que debería hacerlo? ¿Está incluso destinado a desaparecer?

Respuesta: *Creo que el periodismo a corto plazo cambiará su formato. Serán noticias audiovisuales pero de corta duración, como, por ejemplo, los videos de Tik Tok. Los jóvenes cada vez tenemos menos capacidad de concentración y de retención de información por el consumo constante de contenidos en redes. Por ello, opino que todo se encaminará a un formato similar a este. La inteligencia artificial seguro que también se volverá esencial, pero no me atrevo a decir en qué manera. Personalmente, me gustaría que el periodismo trabajase en una mejora de la calidad y sobre todo, en la libertad de información. Asimismo, en ningún caso, desaparecerá. La difusión de información siempre será inevitable y esencial para garantizar cualquier modelo de sociedad.*

Pregunta: La desconfianza en los medios ha sido una realidad creciente en los últimos años. ¿Dirías que la gente está cansada de las noticias? ¿Qué deberían hacer los medios para aumentar la confianza por parte de la audiencia?

Respuesta: *Vivimos en una era de sobreinformación o lo que algunos llaman infoxicación, en gran parte debido a las redes sociales. Este fenómeno hace que la gente se sienta cansada de tantas noticias. Pasan tantas cosas y tenemos un acceso tan constante a todas ellas, que la sociedad se acaba dividiendo en dos bandos: los que no pueden parar de consumir noticias para no sentirse desactualizados; y los que han desistido y no consumen casi ningún tipo de contenido informativo. Los bulos también juegan un papel clave en esta desconfianza y sentimiento de cansancio hacia las noticias. Los medios deberían priorizar un periodismo lento y de calidad; centrarse en los temas relevantes y trabajarlos debidamente. Que la redacción tenga un buen filtro y una buena capacidad de análisis también es esencial para que la audiencia aumente su confianza hacia la veracidad de las noticias.*

Pregunta: Crees que siempre va a ser necesaria la implicación de personas para desarrollar labores periodísticas? ¿O se dará una completa automatización del oficio?

Respuesta: *Sí. En mi opinión siempre habrá un periodista formado detrás de un buen resultado periodístico. La razón, la capacidad de análisis, la empatía y la personalidad son esenciales para cualquier labor periodística. El criterio de una persona no se puede sustituir por ninguna inteligencia artificial ni robot.*

Pregunta: ¿El formato en papel está destinado a reducirse? Si es así, ¿consideras que los nuevos formatos de difusión de noticias y del periodismo, en general, influirán profundamente en este y darán lugar a una gran transformación del mismo?

Respuesta: *Es una realidad que el formato en papel es cada vez menos consumido. No obstante, creo que aún tiene su público objetivo. Cuando surgió la radio se decía que los periódicos desaparecerían, cuando apareció la televisión se decía lo mismo de la radio y, ahora, que las redes sociales están a la orden del día, muchos piensan que la televisión llega a su fin. Creo que cada uno de estos formatos siguen vigentes hoy en día. También opino que dentro de la prensa escrita están surgiendo medios con contenido innovador que puede ser atractivo para generaciones más jóvenes, si bien es cierto que su alcance es limitado.*

Pregunta: ¿Crees que el *clickbait* y los intereses utilizados se ven justificados por las necesidades económicas de los medios para poder financiarse? ¿Es usual sobreponer los intereses privados (como medio) sobre el derecho a información real y libre de engaño?

Respuesta: *No. Un medio debería seguir siempre unos principios informativos y de servicio al pueblo. Los *clickbait* se alejan mucho de estos objetivos. Cabe decir que no veo mal crear titulares ingeniosos y siempre hay algún contenido más morboso que otro. Sin embargo, creo que muchos medios cruzan una línea y abogan por el uso del *clickbait* por delante de la información objetiva y libre de engaño.*

Pregunta: Se dice que el Periodismo es una de las carreras con mayor porcentaje de arrepentidos y, sin embargo, miles de alumnos ingresan en ella anualmente ¿Durante tu trayectoria universitaria has podido notificar abandonos? ¿Por qué crees que sucede esto?

Respuesta: *Tengo algunos excompañeros que abandonaron la carrera y otros que después de ella ingresaron en otro grado universitario u otros estudios. Creo que muchas de las personas que ingresan en periodismo es porque realmente no saben cuáles son los estudios que les gustan y creen que periodismo, dentro de la rama social, puede tener alguna salida. Una vez dentro del grado y como en el primer año recibimos teoría de diferentes ramas y ámbitos, algunos se deciden por estudios de historia, política o humanidades, entre otros.*

Pregunta: ¿La IA es una incorporación factible para el periodismo o puede ser un arma destructora? ¿Eres partidaria de su utilización? ¿Crees que va a aportar más beneficios que daños?

Respuesta: *La inteligencia artificial es una herramienta y se tiene que entender como tal. Las herramientas tienen que estar aquí para ayudarnos y hacernos el trabajo más sencillo. Creo que la inteligencia artificial usada correctamente nos podrá ayudar, así que sí que soy partidaria de su utilización y aunque aún desconozco de qué manera, creo que en el futuro puede aportar más beneficios que daños si se siguen unos parámetros y unos objetivos honestos.*

Pregunta: **Hoy en día muchos de los principales medios de nuestro país utilizan plataformas como TikTok para difundir sus contenidos. ¿Crees que esta tecnología emergente que se está integrando en los medios está provocando una desprofesionalización del periodismo o que podría dar lugar a ello? ¿Consideras que las redes sociales hacen más bien que mal al periodismo actual?**

Respuesta: *Creo que la difusión de contenidos en TikTok es buena. De esta manera, contenido informativo que no llegaría a las manos de gente joven, sí lo hace. Hay muchos creadores de contenido que no son periodistas, aunque, también creo que muchos de ellos no crean información periodística. Mucho contenido más que una propuesta informativa, lo que pretende es entretener al usuario, por lo que no lo considero mala praxis o una desprofesionalización. En el caso de que un creador de contenido difunda noticias sin seguir los principios periodísticos o el código deontológico, sí que estaríamos hablando de desprofesionalización. Sin embargo, soy optimista y creo que las redes sociales no hacen más mal que bien, actualmente, por lo menos en el ámbito periodístico.*

Pregunta: **¿Crees que la situación periodística en Catalunya es diferente al resto de España?, ¿en qué sentido? (mejor/ peor formación académica, medios menos/más precarios, más/menos oportunidades laborales...)**

Respuesta: *Creo que Catalunya cuenta con ciudades clave en el ámbito informativo, como lo es Barcelona, y con el acceso a muchas oportunidades laborales, ya que tiene muchas sedes o centros de producción de muchos medios, tanto a nivel autonómico como a nivel estatal. El nivel académico lo considero bastante similar al resto de España. Quizás aquí puede haber más oportunidades profesionales, como bien decía antes, si comparamos la ciudad de Barcelona con la ciudad de Salamanca, por ejemplo, pero creo que la clave reside sobre todo en la cantidad de población que tiene el área metropolitana de una ciudad para determinar la cantidad de oportunidades laborales.*

Pregunta: **¿Qué dificultades has encontrado al intentar introducirte en el mundo laboral? Al empezar a trabajar como periodista, ¿se cumplieron las expectativas o la visión que tenías inicialmente?**

Respuesta: *El mercado laboral periodístico es realmente difícil, pero no es nada alejado de las expectativas que ya tenía. Como siempre digo, no escogí esta carrera por su estabilidad laboral. En mi caso, encontrar un trabajo remunerado que se adapte más a mis gustos, que sería el info entretenimiento, creo que es bastante complicado. Al principio, debes ir con la mente abierta, dispuesto a aprender de cualquier oficio periodístico que te ayude a avanzar en tu carrera y poco a poco puedas crear un recorrido que te acerque a tus expectativas. Otro aspecto del que me di cuenta, una vez empecé a trabajar, es que durante el grado universitario las prácticas son muy escasas, al menos donde yo estudié. Donde realmente uno aprende el oficio de periodista, por mucha preparación que puedas tener, es cuando empiezas a trabajar.*

Pregunta. ¿Qué se busca en los jóvenes periodistas actuales? ¿Qué tipo de contratos ofrecen a los noveles?

Respuesta: *Hoy en día, se busca a un periodista 360, un periodista que sepa hacer de todo, que sepa grabar, escribir, editar, montar, locutar... En definitiva, que sea capaz de hacer todo el producto periodístico sin depender de otro profesional. También creo que la motivación y la actitud personal juegan un papel clave, la mayoría de empresas buscan perfiles proactivos, dispuestos a aprender y que muestren ganas y criterio personal. Por lo que concierne el tipo de contratos que se ofrecen a los nuevos periodistas, suelen ser precarios, con sueldos muy bajos que imposibilitan una independencia económica o, como en mi caso, contratos de formación que duran un año, en los que el sueldo es el 70% del sueldo base. Los sueldos, en general, son bajos, además, teniendo en cuenta que en muchas productoras o medios se hacen más horas de las que estipulan en el contrato. Es por este motivo, muchos periodistas acaban encaminando su carrera en agencias de comunicación o como responsables de comunicación corporativa, donde los sueldos y la estabilidad, en muchos casos, es mejor.*

Transcripción de la entrevista: La politización de los medios y la realidad laboral de los periodistas (Realizada a Ana Iris Simón)

Preguntas introductorias:

Pregunta: ¿Cuántos años llevas ejerciendo como periodista? ¿Siempre tuviste claro que querías dedicarte a ello? ¿Hubo alguien que te intentara disuadir de tu elección?

Respuesta: *Llevo ejerciendo como periodista desde que salí de la carrera, con 23 años. Encadené mis prácticas con un contrato, algo que no le ocurre a casi nadie de mi generación y las posteriores. Mi historia en la profesión ha sido, sin duda, una historia de suerte, y aun así, hasta que no he tenido casi 30 y un golpe de suerte -publicar un libro que ha tenido éxito, a raíz del cual he podido pasar de una redacción a las páginas de opinión de un periódico, a que se cuente conmigo como firma y no como redactora rasa- no he podido vivir con más de 1.200 euros.*

Pregunta: ¿Qué intervalo de tiempo pasó desde que te graduaste hasta que comenzaste a ejercer como periodista? Al empezar a trabajar como periodista, ¿se cumplieron las expectativas o la visión que tenías inicialmente?

Respuesta: *Muy poco. Mi primer trabajo fue en la redacción de una revista de moda, TELVA, y llegué allí con muchos prejuicios y pensando que no iba a aprender nada. Sucedió justo al contrario: me di cuenta de que el periodismo es una profesión y no una carrera y que, como tal, se aprende haciendo. No sé si tiene mucho sentido que exista una titulación, o no, al menos, tal y como está planteada.*

Pregunta: ¿Contaste con algún tipo de ayuda para ingresar en tu primer puesto como periodista o lo conseguiste por tu cuenta? ¿Has tenido que enfrentarte a muchos traslados laborales?

Respuesta: *Se me pasó la fecha para pedir mis prácticas, así que escribí un email a Miguel Ángel Mellado, entonces subdirector de Unidad Editorial, que era de mi pueblo. No nos conocíamos de nada, pero le envié un vídeo sobre el pueblo que había hecho para la carrera y me respondió emocionado que muy bonito y que quería de él. Le dije que a ver si tenían unas prácticas y fue así como entré a TELVA, por este “enchufe” de un entonces desconocido y por tener mucho morro. Allí me quedé primero para cubrir una baja y después con un contrato propio, haciendo la sección de estilo de vida (viajes, literatura, cine). Después me fui a VICE España, una revista internacional orientada a las tendencias juveniles, muy moderna, muy disruptiva, prácticamente lo contrario a TELVA, que era una revista femenina conservadora.*

Pregunta: ¿Consideras que el periodismo español está en crisis? ¿Siempre ha sido una profesión desvalorizada?

Respuesta: *Considero que el periodismo español está, como sospecho que todos, vendido al poder político y económico que lo sostiene. Los ciudadanos mantienen una ilusión, alimentada por los medios, que es que la libertad de prensa existe, y en la práctica así es. Pero apenas nadie con un punto de vista o análisis disidentes llegarán a los medios, porque hay una criba previa. Lo decía hace poco en la Ser, en una sección que tienen sobre fake news, donde un día tras otro hablaban de las noticias falsas de Putin. Y me cuestionaba lo extraño que era que las fake news siempre las hicieran los otros y no nosotros (la OTAN, la UE, etc). Así con todo: con los analistas políticos de la televisión, con los columnistas de los diarios, etc... Alguien realmente disidente seguramente nunca vaya a llegar a estar en los grandes medios, y eso hace que la visión del mundo y de los hechos noticiables que se le transmite a la sociedad sea muy limitada.*

Pregunta: Se suele decir que la precariedad es una de las principales causas de la crisis del periodismo en España. ¿Dirías que, en comparación con otros países, en España el periodismo es un oficio devaluado, donde no se da el reconocimiento merecido a la labor diaria de los profesionales? Desde tu punto de vista, ¿cómo se podría revertir esta situación?

Respuesta: *No lo sé, nunca he trabajado fuera ni he estudiado las condiciones laborales que hay fuera. Lo que veo en el periodismo es lo que seguramente haya en otros sectores. Una empresa periodística no es muy distinta a cualquier otra empresa: en ella hay una gran masa de redactores que sacan mayoritariamente adelante el trabajo y que cobran muy poco, y una pequeña masa de personas con cargos que están sobre ellos que hacen mucho menos y cobran mucho más.*

Pregunta: Por otro lado, la politización es otro de los grandes debates del oficio ¿Crees que esta siempre ha estado tan presente en los medios o es un factor que realmente ha aumentado en la actualidad? ¿Te has visto afectada por esta politización?

Respuesta: *Siempre han existido distintas maneras de ver el mundo, cristalizadas en distintos partidos políticos y en distintos medios de comunicación. Pero sí que es cierto que en los últimos años la polarización se ha recrudecido, y la razón es sencilla: en los púlpitos políticos da votos, y en los medios, da clics. Es así de sencillo. La alerta antifascista (en palabras de Pablo Iglesias ante los cinco diputados de Vox en Andalucía) o la dictadura socialcomunista de la que habla Ayuso simplemente son cortinas de humo para que nuestros políticos, echando mano de entelequias, de realidades que no existen, no se pongan a ponerle coto a lo que sí existe: un capitalismo desbocado que hace que cada vez vivamos peor.*

Y es triste porque esta polarización, que se ha inoculado desde los partidos empleando su brazo armado (los medios), está calando en la gente, en nuestras vidas cotidianas, en nuestras relaciones familiares, vecinales y de amistad. Y nadie va a pedir perdón por ello.

Sí que he tenido casos de censura o intentos: en TELVA, recuerdo una vez en la que estaba al cargo de la sección de bodas de la web y puse en portada la noticia de una boda entre dos mujeres. Una redactora más mayor se vino a quejar y la quitamos. También recuerdo que en VICE hice un artículo sobre hombres que habían ido a prostíbulos y se habían arrepentido al ver la triste realidad de esos lugares, y nunca salió: la postura oficial del medio a nivel internacional era que el trabajo sexual es como cualquier otro trabajo, por lo que les parecía que hablar de la cara fea de la prostitución no procedía. En mi trabajo como columnista he recibido también invitaciones a modificar detalles (por ejemplo, al hilo de que el 90% de los niños con síndrome de down son abortados, hablé de que vivíamos en una sociedad eugenésica, y se me invitó a cambiar el término).

Pregunta: ¿Consideras que se está dando una pérdida de confianza creciente por parte de la población hacia los medios? ¿Es esta desconfianza fruto de la politización? ¿Dicha politización es inevitable y necesaria? ¿Cómo se podría promover una información objetiva y libre de datos sesgados?

Respuesta: *Sí que se está dando, y es normal. Es fruto de una mala praxis por parte de los medios, que vimos, por ejemplo, en la pandemia: cualquiera que osara cuestionar mínimamente el relato oficial era un conspiranoico. Luego resultó que muchas de esas conspiraciones no lo eran tanto, que el comité de expertos no existía, que las mascarillas en exterior y otras tantas medidas no servían para absolutamente nada, etc.*

Pregunta: ¿El concepto del enchufe realmente es algo frecuente en el entorno laboral del periodismo? ¿En alguna ocasión te has sentido anulada como periodista licenciada ante la preferencia por contratar a alguien inexperto y sin título?

Respuesta: *Supongo que existe el mismo enchufismo que en cualquier otra profesión, ni más, ni menos. Y no, nunca me he sentido desplazada por alguien inexperto y sin título: es más, considero que el título es lo de menos y que un buen periodista no necesita un título. Hay titulados mediocres a patadas, y buenísimos comunicadores sin título.*

Pregunta: Con la irrupción de las redes sociales y los nuevos medios, la capacidad difusiva de los individuos ha aumentado considerablemente. ¿Consideras que hoy en día cualquiera se puede hacer llamar periodista? ¿Dirías que hay gente que se hace llamar periodista inmerecidamente?

Creo que es irrelevante si alguien es o no periodista. Al fin y al cabo, un periodista es simplemente alguien que le cuenta a otro alguien lo que le ha ocurrido a otro alguien. No creo que sea relevante el título. Que todo el mundo tenga acceso a un dispositivo móvil y que con él pueda difundir información, opinión, etc... creo que nos ha dado más cosas positivas que negativas. Al final, como decía Foucault, el monopolio del poder era de los poderosos. Y así sigue siendo, en la medida en la que para dar nuestra opinión o difundir información necesitamos de las redes, todas ellas en manos de los hombres más poderosos del mundo, todas ellas con sesgos, con censura, etc... Pero, en cualquier caso, la ventana es mayor.

Pregunta: Se supone que actualmente en nuestro país hay libertad de información. Tenemos a nuestro alcance mucha más variedad de fuentes que antaño y, por consiguiente, más capacidad de contraste. Sin embargo, en ocasiones parecemos estar menos informados que antes o bien da la impresión que estamos malgastando el potencial del que disponemos hoy en día. ¿Consideras que una gran parte de la sociedad se mal informa o se queda con los primeros datos que leen en el primer titular recomendado por el algoritmo? ¿Crees que nos falta una educación que nos permita saber recurrir a los lugares adecuados para informarnos y discernir entre verdad y mentira?

Hace poco leí una reflexión muy interesante que hablaba de que la información es lo contrario a la cultura, pues esta es (cada vez más) volátil y vertiginosa, mientras que la cultura requiere de tiempo y permanencia. Muchos miraron con esperanza la cultura de la información en internet, pero, después de unas décadas de su generalización, es evidente que también tiene sombras. No sé si lo que nos hace falta es formación para informarnos, ni sé siquiera si nos informamos mal: sé que el poder, sobre todo el económico, y la propaganda mediática, son muy poderosos. Y no tengo muy claro cuáles son las herramientas para luchar contra ellos.

Pregunta: ¿Crees que los jóvenes de nuestros días ya no se interesan tanto por la actualidad? ¿Se informan de manera incorrecta? Si es así, ¿cuál crees que podría ser una manera viable de reconducirlos hacia unas fuentes de información veraces y contrastadas?

Respuesta: *Creo que es justo al revés: los jóvenes nos preocupamos casi solo por la actualidad, quizá como consecuencia de las redes sociales y lo rápido y vertiginoso de sus algoritmos, quizá como consecuencia de una modernidad cada vez más líquida y cambiante que nos dice que tenemos que estar siempre pendientes de lo nuevo, probablemente de ambas y de muchos factores más. Los políticos y los medios producen noticias basura y acontecimientos basura, del mismo modo que los McDonald's producen comida basura. Así que quizá la solución no pasa por estar más pendiente de esa actualidad basura sino por preocuparse de lo esencial, de lo trascendente, de aquello que, con sus Big Macs de escándalo y noticias basura, nuestras clases políticas y económicas no quieren que nos preocupemos.*

Pregunta: **¿Crees que el ecosistema periodístico está colapsado y que se está dando un sobredimensionamiento en el número de licenciados?**

Respuesta: *No es algo que ocurra exclusivamente en el ecosistema periodístico sino en casi todos: en España, se animó a generaciones enteras a ir a la universidad sin cambiar el tejido productivo. Así que lo que tenemos es un montón de jóvenes cualificados para puestos de trabajo que no existen, no solo en los medios sino en muchas otras áreas.*

Pregunta: **Como prestigiosa profesional de la comunicación, ¿qué factores son determinantes en el éxito de un periodista? ¿Qué aptitudes se buscan actualmente en un periodista?**

Respuesta: *Es triste decir esto, pero que diga lo que al poder de turno le interese. Que se ajuste a lo que su medio espera de él y al relato hegemónico del liberal-progresismo. Repetir los mantras del poder, económico, mediático y político es, quizá, la mayor garantía de éxito en los medios, aunque de vez en cuando se cuelen unos pocos, muy pocos, que contradigan esos mantras.*

Pregunta: **¿Crees que los jóvenes aspirantes a periodistas antes de entrar a la carrera tienden a romantizar el oficio? o ¿realmente son conscientes del mundo en el que se adentran?**

Respuesta: *Supongo que todos tendemos a romantizar aquello que no conocemos y a lo que aspiramos, y creo que no es algo malo sino todo lo contrario. Hay que ser romántico, hay que romantizar, encantar la realidad. Luego ya se encargará la propia realidad o los que la habitan de restarle romanticismo y encanto.*

Pregunta: **¿Qué consejo, que te hubiera gustado saber antes de convertirte en periodista, recomendarías a los jóvenes aspirantes al oficio?**

Respuesta: *Me hubiera gustado que alguien me dijera que leyera, que leyera mucho. Paradójicamente, se lee muy poco en la carrera de periodismo. Que leyera a los clásicos y que, solo desde ellos, podría comprender el presente, en lugar de andar perdiéndome tanto en él, en ese presente de noticias y libros Big Mac.*

Transcripción de la entrevista: El éxito como periodista y la transformación del oficio en los últimos años (Realizada a Jordi Évole)

Preguntas introductorias:

Pregunta: ¿Cuántos años llevas ejerciendo como periodista?

Respuesta: *Muchos. La primera vez que hice de periodista fue cuando tenía 14 o 15 años. Una tarde, después del instituto, cogí el tren a Tarragona con un amigo porque allí llegaba la etapa del día de la Vuelta ciclista a España. Le puse una pegatina de Catalunya Ràdio a una grabadora y me pude colar en la zona de llegada. Entrevisté a un montón de ciclistas famosos.*

Pregunta: ¿Siempre tuviste claro que te querías dedicar a ello?

Respuesta: *Sí, siempre. En mi casa siempre había un periódico y la radio estaba todo el día puesta. Y a mí me atraía mucho esa profesión. Contar historias. También ayudó que mi abuelo y mi padre habían hecho sus pinitos como periodistas ‘amateurs’.*

Pregunta: ¿Qué intervalo de tiempo pasó desde que te graduaste hasta que comenzaste a ejercer como periodista?

Respuesta: *Poco, no te lo sabría decir exactamente. Siempre he sido muy inquieto y preguntaba por todas partes. Trabajé en los informativos de Tele5 y de la cadena SER. Trabajé también en un gabinete de prensa. Allí teníamos de clientes a empresas que lo que querían era ser noticia. A mí siempre me ha interesado más buscar y contar noticias que generarlas. Por esto lo dejé al poco tiempo y entré en TV Viladecans.*

Pregunta: ¿Al empezar a trabajar como periodista, ¿se cumplieron las expectativas o la visión que tenías inicialmente?

Respuesta: *Tuve la suerte de empezar en sitios como la Cadena SER. Para alguien como yo, que en casa teníamos puesta Radio Barcelona todo el día, ver cómo funcionaba esa radio por dentro era un subidón. Ese flipe por estar allí dentro compensaba las cosas que podían no encajar con las expectativas.*

Pregunta: ¿Contaste con algún tipo de ayuda para ingresar en tu primer puesto como periodista o lo conseguiste por tu cuenta?

Respuesta: *A los de Cornellà siempre nos ha tocado currárnoslo mucho. Preguntar a todo el mundo, mandar currículums, hasta probé suerte (no la tuve) en unas opos de TV3. Y pasar pruebas antes de que te cogieran.*

Pregunta: **¿Has tenido que enfrentarte a muchos traslados laborales? (has trabajado en muchos medios/sectores distintos).**

Respuesta: *Pues a unos cuantos, sobre todo al principio. Esto pasa mucho en nuestra profesión. Y no solo he hecho de periodista. También he sido DJ en algunos cámpings de Catalunya. Como la carrera que hice fue Comunicación Audiovisual, en el mundo de los medios empecé por radios y televisiones. La cadena SER, una tele local como la Viladecans, que fue una gran escuela para mí, y luego ya entré en El Terrat de guionista, en el año 2000. Allí primero hacíamos programas para TV3 y luego para una cadena nacional como Antena3. Luego vino Salvados en La Sexta y fundar nuestra propia productora. Y aquí seguimos.*

Pregunta: **¿Consideras que actualmente el periodismo español se encuentra en crisis o en una mala situación? Si es así, ¿por qué crees que se ha ganado una mala reputación? ¿Dirías que en él hay muchos trapos sucios? ¿Siempre se ha desvalorizado el oficio?**

Respuesta: *Lo de que el periodismo está en crisis lo llevo escuchando desde la Facultad. Y me fui de allí en el 96. Siempre hay cosas que no funcionan, pero a la vez, siempre hay también una parte buena. Desde la explosión de internet primero y las redes sociales después hemos vivido dos fenómenos a la vez o dos caras del mismo fenómeno. Por un lado se han multiplicado los medios de comunicación, con lo que ahora mismo hay casi un exceso de información. Y eso genera un problema, que cada vez es más difícil saber qué fuentes son las fiables. Hay muchos de estos autollamados “medios” que más que informar se dedican a intoxicar, son simples instrumentos al servicio de alguna ideología o estructura de poder. La verdad es que estos medios no ayudan precisamente a dignificar la profesión. Pero por otro lado, mucha gente que igual nunca hubiese tenido una oportunidad en el mundo de la comunicación han podido dedicarse a esto. Muchos podcasts hechos por mujeres, como ‘Estirando el chicle’ o lo que hacen Inés Hernand o Henar Álvarez, por ejemplo, difícilmente habrían tenido espacio en los medios tradicionales de hace algunos años. Y sin embargo lo han acabado petando y ahora llenan pabellones para verlas en directo.*

Pregunta: **Como prestigioso profesional de la comunicación, ¿qué factores son determinantes en el éxito de un periodista? ¿Qué aptitudes se buscan actualmente en un periodista?**

Respuesta: *Para lograr el éxito no lo sé, porque, además, esto del éxito es muy relativo, pero para mí un buen periodista tiene que tener tres características fundamentales: tener pasión por lo que hace, ser honesto y saber escuchar. Y siempre se ha dicho que hay que ser curioso, tener curiosidad por conocer y entender el mundo que nos rodea. Le doy menos importancia a la objetividad, porque creo que lograrla es imposible. Todos llevamos una mochila con el lugar en el que hemos nacido, la familia que nos ha criado, el colegio al que hemos ido, etc, que siempre va a influir en lo que pensemos. Pero sí creo fundamental ser honesto. Y hay que contar lo que creemos que se tiene que contar, aunque lo que intentemos choque con nuestros jefes. Huertas Clavería, uno de los periodistas que son referentes para mí, que decía que hay que hacer de tu mesa de redacción un Vietnam. Y no es una trinchera contra lo que hay fuera, es contra la resistencia que puedes encontrar dentro de tu propio medio, de tus jefes.. Hay que ser un poco mosca cojonera. Hay que tener ganas de pelear nuestras historias, aunque sea agotador.*

Pregunta: **¿Crees que actualmente cualquiera se puede hacer llamar periodista sin necesidad de títulos? ¿Realmente se tienen en cuenta los títulos y el conocimiento a la hora de contratar a un periodista en un medio?**

Respuesta: *A mí no me preocupa mucho si alguien que hace periodismo tiene el título o no, pero yo estoy muy contento de haber pasado por la universidad. Más que por el título, por la experiencia. A nivel humano y profesional, lo que me dio la universidad es insustituible. Yo no sería el que soy sin mi paso por la universidad. Y a lo mejor no es excluyente el hecho de tener un título para contratar a alguien o no, pero desde luego, que alguien tenga un título ya dice muchas cosas de él o ella que le irán a favor.*

Pregunta: **¿Qué dificultades encontraste en tus primeros años como periodista? ¿Y cuáles te encuentras ahora?**

Respuesta: *Es una profesión en la que tienes que currar mucho, y en la que tienes que apañártelas mucho tú solo. No es ningún secreto que es una profesión en la que la mayoría hace más horas que un reloj, y no todas te las pagan. Igual el cambio más grande ha sido que al principio el problema era que mis jefes y entrevistados no me hacían ningún caso y ahora me hacen demasiado. Pero la profesión me ha apasionado siempre y las dificultades que han ido apareciendo han servido de motivación para dar un paso más y aprender.*

Pregunta: **¿Crees que es posible que una persona de pueblo llano, de Cornellà, pueda construir desde cero una base como periodista y acabar teniendo éxito? Para ello, ¿qué tan importante son los contactos y el enchufe?**

Respuesta: *Lo del éxito siempre es relativo, pero sí, creo que se puede tener una carrera, no solo como periodista, empezando de cero y siendo de Cornellà y sin enchufes. Igual si eres de otro sitio y tienes más contactos o 'enchufes', como lo llamas, tienes más oportunidades, pero creo que en el fondo, los enchufes lo que hacen es acortarte el camino para llegar a tener esa oportunidad, pero luego, si no vales, si no tienes pasión por lo que haces, si no cumples con las expectativas, es muy difícil que llegues a eso que llamas éxito. Además, el éxito puede ser muchas cosas. Prefiero hablar de cumplir objetivos.*

Pregunta: **¿Tener una vida medianamente digna como periodista solo es posible si accedes a puestos y reputaciones altas? ¿O cualquiera puede vivir cómodamente de ello?**

Respuesta: *Pasa también en otras profesiones, pero en el periodismo pasa especialmente. Como es una profesión que tiene mucho de vocación, hay muchos empresarios que se aprovechan para pagar unos sueldos, digamos que poco generosos. Esto es algo que los que estamos en una situación privilegiada como yo tenemos que seguir denunciando. Es una de las profesiones en las que se hacen más horas extras que no se pagan de todas las que hay. Hay algunos periodistas a los que les ha ido muy bien (y yo puedo estar en ese grupo) que sí pueden vivir cómodamente, pero la mayoría de las redacciones siguen estando mal pagadas.*

Pregunta: **¿Qué características o medidas que se hayan dejado de aplicar retomarías en el periodismo? ¿Hacia dónde crees que debería dirigirse el oficio?, ¿Qué cambiarías?**

Respuesta: *No tengo una fórmula mágica, pero sí creo que ahora todo va muy rápido y parece que queremos que vaya cada vez más rápido. Se produce y consume información a un ritmo casi insoportable, muy difícil de asumir. Seguramente la explosión de las redes sociales y la cultura del clickbait han influido. Y creo que habría que parar un poco. Y escuchar y observar más. Vamos a demasiadas revoluciones y falta reflexión. Pero si me tengo que quedar con una cosa sería escuchar más.*