

Un oficio que se nos va

Antonio López Hidalgo

Profesor Titular de Redacción Periodística

Universidad de Sevilla

lopezhidalgo@us.es

La crisis financiera y económica que nos ahoga –hay quien la denomina estafa- ha dilapidado de un solo golpe certero y efectivo una profesión con dos siglos de historia que ha escrito con desaciertos y efectividad la historia de la humanidad que como nunca, hasta ahora, se había hecho. Los primeros sorprendidos ante esta hecatombe, por absurdo que parezca, han sido los propios periodistas. Hay quien se pregunta todavía cómo pudo ocurrir y cómo hemos dejado que nos arrebaten un derecho –el derecho de informar-. Que no solo era nuestro patrimonio, sino el patrimonio de todos los ciudadanos. Pero no nos debería sorprender.



Durante todo el siglo XX hemos andado litigando de qué va esto del periodismo, si es profesión u oficio, y si merece el título de egresado universitario. Aún resisten, pese al paso del tiempo, las asociaciones de la prensa, que habían nacido como herramientas de beneficencia para echar una mano a un puñado de locos que morían de hambre pero que cada mañana nos traducían el diagnóstico de nuestra vida más actual y nos cotejaban un futuro difícil de dibujar en los manuales de historia que todavía no estaban escritos. Los colegios profesionales aún no están consolidados, en algunas comunidades autónomas españolas ni se han creado, y su paraguas protector parece hoy tan frágil que cualquier viento sinuoso que puede tumbar de un soplo el tenderete que durante tantos años habíamos soñado como salvaguarda de una utopía ya desdibujada.

En tiempos de crisis, sobre todo en tiempos de crisis para el periodismo, los profesionales debemos plantearnos qué parte de culpa nos corresponde, cómo hemos colaborado a la desintegración del mejor oficio del mundo y si somos capaces de remover sus ascuas para que el fuego no se extinga por los siglos de los siglos. No se trata de purgar nuestros pecados –o sí-, sino de saber quiénes somos, hacia dónde vamos y por qué hemos acabado así: con la casa quemada. El nivel de sindicación del gremio es muy bajo en España, el periodista no está concienciado de su papel de asalariado, de su naturaleza de obrero –de la pluma, pero obrero a fin de cuentas-. La solidaridad nunca fue nuestro punto fuerte, sino nuestro talón de Aquiles. Los sueldos, tan dispares, eran y son la norma. Como consecuencia, nunca nos sorprendió. Quien metía todos los meses en su cuenta corriente una nómina suculenta era un profesional de alcurnia. Quien no, era un profesional que solo servía para recargar mecheros (cuando se fumaba).

No hubo unidad de criterios en los momentos difíciles. Que los hubo, por supuesto. Mientras tanto, la precarización de las empresas ahogaba al sector. Los periodistas, sin embargo, analizaban con minuciosidad la anatomía de otros sectores sociales y económicos para adentrarse en sus causas y deducir sus consecuencias. No obstante, seguíamos sin lavar los trapos en la propia casa. El terremoto, curiosamente inesperado, se llevó por delante unos sueños que nunca nos fueron propios. Las empresas nos vendieron que la red no era el futuro, sino que ya era el presente. Y que el papel ya era inútil, tiempo pasado, herramienta desechada por arcaica. Vamos, papel mojado, como quien dice. Fuimos los portavoces de las empresas y las empresas se abrazaban al mundo digital para reducir gastos. No querían pagar papel, ni impresión, ni distribución. Internet les ofrecía un negocio limpio, seguro y libre de costos. Un sueño inútil. Y los periodistas lo creyeron. Pero internet no soporta, no puede soportar el peso de las empresas periodísticas. Ya hay quien habla de la desindustrialización de la información. Cada día se crean miles de blogs y modestas páginas web que nada más logran alimentar las ambiciones de unos cuantos profesionales que se empeñan en morir en el intento.

Enrique Gil Calvo ha escrito, y con razón, que la publicación en el diario *El País* de los papeles de Bárcenas ha

dado la vuelta al mundo y que ha desacreditado quizás para siempre la honorabilidad de ese partido refundado por José María Aznar y la de su actual presidente del gobierno español, cuya reputación ha quedado destruida “con una simple portada periodística”. Y este analista bromea diciendo que, ahora que tanto se habla de la revolución de Twitter o Facebook, ha sido el periodismo de papel, y no las tecnologías de la información y comunicación digitales, el que ha hecho tambalear de su pedestal el poder instituido. Y concluye Gil Calvo: “Pues no es lo mismo comentar en privado que son unos corruptos, cosa que todos sospechábamos, que verlo constatado en público por la evidencia objetiva de unas pruebas documentales, lo que le confiere la calidad existencial de realidad incontestable aunque no sea oficial todavía”.

Este análisis nos muestra una evidencia. Internet llega a muchos lectores, pero es gratuito. Nadie cobra. Los diarios tienen más lectores que nunca, pero menos ingresos. La pregunta también es obvia: ¿Podrá mantenerse este acceso gratuito a la información en las ediciones digitales? Y una segunda: ¿Cómo se financiará la información de calidad? Aquella información que requiere tiempo en su elaboración para acceder a las fuentes, contrastar y confrontar las distintas versiones, verificar hechos y documentos y estar escrita con una prosa digna y consistente. Hasta ahora, los ingresos de la prensa escrita se circunscribían a la publicidad y las ventas en quioscos. En las tres últimas décadas, las promociones de productos diversos —a veces pintorescos— que se podían adquirir comprando el diario se sumaron a aquellos otros ingresos tradicionales. La crisis debilitó estas fuentes financieras y a la prensa gratuita la fulminó del mapa informativo con un rayo cegador que nunca nadie alcanzó a imaginar.

Las posibilidades de expansión con internet son ilimitadas y las únicas barreras son tecnológicas y lingüísticas, ha escrito Milagros Pérez Oliva. Pero ahí, advierte, comienzan las paradojas. El futuro es sin duda internet. Se ha dicho y se ha escrito. Posiblemente sea también el presente. Pero no está claro qué modelo industrial podría sustentar internet. Los lectores acceden a cualquier diario digital de forma gratuita pero otros lectores compran la edición impresa. Cuando la edición gratuita, señala Pérez Oliva, es más accesible, más extensa y completa que la de pago. Y aclara algo que no necesita aclaración, pero que tampoco debe obviarse: pese a las expectativas, las ediciones digitales de los grandes periódicos se financian en su mayor parte gracias a los ingresos procedentes de la edición impresa. Como se ha dicho, ingresos procedentes de ventas, publicidad y promociones.

Las herramientas que ponen a nuestro servicio las nuevas tecnologías son un gran negocio para las compañías de telefonía y todas aquellas otras empresas que fabrican teléfonos móviles, ordenadores, impresoras, cartuchos de tinta, papel, etcétera. Pero no para quienes llenan de contenido las redes: directores de cine, guionistas, actores, músicos, escritores, periodistas y un sinfín. Internet es el dorado para quienes venden tecnología, pero no para quienes venden poesía, canciones, información o imágenes estáticas y en movimiento, o bien animadas. En definitiva, no es rentable para quienes venden sueños y para quienes nos ayudan a poner los pies en tierra describiendo la realidad cada mañana. Todo es gratis porque aquí nadie ganará dinero de momento. Internet es una caja mágica en la que los sueños son muy baratos pero que la vida te los devuelve a un precio desorbitado.

El periodismo tradicional está agonizando. Los periodistas ya no son imprescindibles en los diarios para diseñar el contenido de la primera página. Han pasado a la reserva activa a la espera de que una jubilación merecida o un Ere inesperado les devuelvan la paz que creyeron perder en el ejercicio de un oficio en el que se les fue la vida. La precariedad laboral era un lastre lamentable que los profesionales no supimos atajar porque nuestra conciencia de pijos sin dinero y con viajes de yate prestado siempre nos impidió mirar de frente.

Paradójicamente, mientras la desindustrialización de la información aumenta, también lo hace el miedo a la libertad de expresión y, como consecuencia, la lucha encarnizada por su extinción. El año 2012 ha sido el más negro para la prensa. Desde 1995, no se han conocido cifras como las del pasado año: 90 periodistas y 48 internautas asesinados, casi 300 profesionales encarcelados y multitud de periodistas exiliados, amenazados o censurados. Entre otros, la mexicana Lydia Cacho, que tuvo que huir de México porque el narco la amenazó con matarla. Ya había sido secuestrada dos veces, y tal vez jugar con el destino teniéndolo tan cerca le pareció a ella misma demasiado peligroso. Cuenta Marcela Murati, también periodista mexicana, que hoy en día es peor informar del narco que de la guerra.

Acaso así fue siempre, pero mitificamos la figura del reportero de guerra y tal vez no dignificamos la de aquellos otros profesionales que tenían la guerra en casa y a los que han acabado balaceando en sus propias casas y en sus propios vehículos. Ha ocurrido y ocurre en México y Rusia. Y ocurrió en España durante la transición con amenazas a los profesionales de la información y en el País Vasco cuando ETA marcaba con sangre a los enemigos de todo nacionalismo inútil. Nedim Sener, periodista de investigación del diario *Milliyet*, de Estambul, ha afirmado que Turquía es “la cárcel más grande del mundo” para los periodistas.

El periodismo tradicional es ya un oficio que se nos va. No cabe duda. Sobrevivirá el papel y algunos periódicos impresos. Internet irá ganando espacio en el mercado de la información. De momento, estas iniciativas se están abriendo campo en el ámbito local, y los diarios digitales que abren sus alas al ámbito nacional son pequeñas empresas que ni por asomo son una sombra de las magnitudes de la industria periodística que muere.

Pero mientras la crisis ahoga a España y se extiende por Europa, en la América Latina la profesión renace con el periodismo de inmersión y los géneros narrativos. Sobre todo, con la crónica, un género que, como escribe Leila Gerriero, en América Latina, “define a piezas periodísticas que utilizan, para contar historias reales, herramientas estilísticas de la ficción y que, después de sobrevivir en apenas un puñado de revistas empeñosas, atraviesa, desde hace cinco o seis años, un momento mejor”. Esta periodista argentina, una de las mejores profesionales del continente americano en español, entiende que, mientras los medios buscan la manera de enfrentarse al mundo editorial y a la caída ventas en los quioscos, los periodistas, por su parte, “deben salir a la calle a hacer diez artículos por día munidos de grabadora, tableta, teléfono móvil y cámara de fotos mientras, al mismo tiempo, se promueve la idea del periodismo ciudadano, que consiste en decirle a todo el mundo que eso que los periodistas hacen lo puede hacer cualquiera”.

Es en ese mundo atorado de contradicciones y paradojas, donde la crónica se prodiga con éxito y se presenta como una salida diferente y optimista ante este paisaje desolador que dibujan las cifras macroeconómicas y adivinan los gurús del caos. Tal vez, en este paisaje impreciso, el final no esté escrito y, acaso, donde el destino no se perfila con matices, el periodismo logre sobrevivir, aunque remozado y vestido a la nueva usanza, más allá de los resultados negativos de otras estadísticas en las que más vale no creer.

Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, n.22, año 2013, primer semestre.

‘Un oficio que se nos va’, de Antonio López Hidalgo. Artículo de opinión de la sección ‘Ámbitos Personales’.