

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

GRADO EN PERIODISMO.

Trabajo Fin de Grado

Convocatoria: 2019-2020



ROSAS EN EL DESIERTO

La importancia de la profesión periodística y su abandono de la ética en el contexto capitalista.

LAURA GÓMEZ SÁNCHEZ

Vº Bº Tutora del trabajo

Pilar Bellido Navarro

Sevilla, Junio 2020.

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| 1. Introducción..... | 1 |
| 1.1. El porqué..... | 1 |
| 1.2. Algo a conseguir..... | 2 |
| 1.3. El cómo..... | 3 |
| | |
| 2. Marco teórico..... | 3 |
| 2.1. ¿Qué es un periodista?: para qué sirve y por qué lo necesitamos..... | 3 |
| 2.2. Cómo ser un buen periodista: la ética y los códigos deontológicos..... | 6 |
| 2.3. El mercado de las conciencias: la verdad del periodismo actual y sus presiones..... | 11 |
| 2.3.1. La precariedad laboral: ética o trabajo..... | 12 |
| 2.3.2. Las nuevas tecnologías: la inmediatez y el periodismo de fuentes..... | 14 |
| 2.3.3. Quién nos habla realmente: el Poder. Los conglomerados mediáticos..... | 16 |
| 2.3.4. El origen del sensacionalismo: lo que quiere la audiencia..... | 18 |
| 2.4. Cómo recuperar el control: las salidas del periodismo..... | 21 |
| | |
| 3. Aspectos formales del relato..... | 25 |
| 3.1. Tema, trama y estructura..... | 25 |
| 3.2. La voz y el narrador..... | 29 |
| 3.3. Los personajes..... | 31 |
| 3.4. Ficción y realidad..... | 34 |
| | |
| 4. Conclusiones..... | 36 |
| 5. Bibliografía..... | 38 |
| 6. Rosas en el desierto..... | 44 |

1. INTRODUCCIÓN.

1.1. El porqué.

En el primer curso las ilusiones florecen y, de hecho, si encuentras en los estudios la verdadera vocación, se acrecientan y te transforman en una nueva persona. Una de las cosas que me fascinan del grado de Periodismo es la diversidad de contenidos ofrecidos, pues abandonas la Universidad siendo un pequeño aspirante a renacentista, habiendo aprendido desde economía hasta pensamiento político. Desde mi experiencia, en los dos últimos cursos la situación comienza a cambiar y todo se centra en el periodismo y, como no, en su decadencia. Años atrás, es cierto, algún que otro profesor advierte de que el mundo exterior no consta de un paisaje excesivamente agradable para los periodistas, aunque no ofrece ninguna solución. De pronto, en cuarto de carrera, te hablan de conglomerados mediáticos, de cómo ocupan los puestos de dirección de los medios de comunicación personas sin estudios en el ámbito y de la apremiante precariedad laboral que asfixia a los profesionales del periodismo y los controla. Vale, pero, ¿qué puede hacerse? ¿Me pasará a mí? ¿Cederé la responsabilidad social ante la incertidumbre de un salario digno? El pánico al mundo fuera de las aulas me llevó a querer investigar sobre él y ha sido la motivación principal de este trabajo.

Pilar Bellido, la tutora de este TFG, me recomendó un libro llamado *Escribir ficción. Guía práctica de la famosa escuela de escritores de Nueva York*. Confieso que hasta el momento en el que comencé a leerlo todavía no comprendía claramente por qué me había decidido por realizar un trabajo teórico-práctico, pero encontré la respuesta en las palabras de Alexandre Steele. Necesitaba entender el mundo que aguardaba en el exterior y uno de los mejores modos de hacer eso era llevándolo a la ficción. Debía profundizar en la teoría a la vez que trataba de simplificarla y reflejarla en una narración para que, quién sabe, quizás en un futuro pudiese ayudar a algún otro alumno aterrado. En el siguiente párrafo de Steele (2003:32) hallé la idea que ha guiado la construcción de este trabajo:

“Al enfocar la vida a través de la lente de la ficción, las verdades aparecen reveladas y ampliadas y se comprenden. Se hace el orden en el caos. Es como una terapia, pero más económica y más divertida, incluso tal vez más efectiva”.

Códigos y valores de la profesión periodística y *Estructura y poder de la comunicación* son, desde mi punto de vista, dos de las asignaturas más importantes de todo el grado. Mientras que la primera instruye en la responsabilidad social y el modo correcto de comportarse de un buen periodista, la segunda analiza el *background* de la financiación de los medios de comunicación y pone en cuestión la independencia del profesional en el contexto actual. Ambas suscitan multitud de preguntas y reflexiones y, sin embargo, la docencia de estas solo abarca el segundo cuatrimestre del último curso, así que hallé en

este trabajo la posibilidad ahondar en ellas. Por supuesto, las enseñanzas de otras muchas asignaturas han quedado plasmadas en este TFG, pues es evidente el espíritu crítico de *Análisis del Discurso*, así como se mencionan también a grandes figuras de la profesión aprendidas durante *Historia del Periodismo*. Me he servido, además, del impulso de *Escritura Creativa*, de las reflexiones sobre el mundo que nos rodea suscitadas por *Teoría de la Comunicación y de la Información*, de las palabras de Pilar Bellido sobre la literatura en *Letras Contemporáneas*, y, cómo no, de los primeros pasos dados en aquella ya lejana *Competencia Comunicativa*.

Por último, me gustaría señalar que el título de este trabajo, *Rosas en el desierto*, no es original, sino que proviene de una frase que repite en sus clases el profesor de la Facultad de Comunicación Ramón Reig, cuyas lecciones han suscitado en mí multitud de reflexiones. Reig usa tal expresión para referirse a la necesidad de un contexto adecuado para que el individuo pueda “florecer”, pues no es cierto que cualquiera, o al menos no la mayoría, pueda desarrollar sus habilidades sin importar las circunstancias que le rodean. Tal explicación aplicada a la situación actual del periodismo, que sufre de multitud de presiones, es el paralelismo que he querido establecer entre las enseñanzas de Reig y el título de este TFG, que está dedicado a comprender qué hay detrás de la decadencia moral de los periodistas. Además, como una de las conclusiones de este trabajo reside en la importancia de la profesión docente, me pareció una buena idea usar el aprendizaje que suscitó en mí la expresión *Rosas en el desierto*, pues resultaba un homenaje a cómo los profesores marcan nuestros actos.

1.2. Algo a conseguir.

Recuerdo que en la asignatura de *Periodismo Especializado* aprendimos cómo la divulgación formaba parte esencial del trabajo del periodista, pues este debe “traducir” la realidad al resto de la sociedad para asegurarles el completo entendimiento de la misma. En mi caso, ansiaba interpretarla por el motivo egoísta de calmar el propio miedo al futuro laboral, pero pronto descubrí que la meta, más que esta razón, podría ser también la de ofrecer más conocimiento y soluciones a otros alumnos asustados. Dar esperanza, pero una basada en libros, estudios y hechos probados.

El relato de *Rosas en el desierto* pretende, como principal objetivo, despertar el pensamiento crítico. Quiere también quitar la totalidad de la culpa de la situación actual del periodismo a los propios periodistas, mostrando algunas de las presiones a las que se sienten sometidos, así como la precariedad de la profesión. Además, intenta mantener la ilusión de que un cambio es posible. Estos propósitos están fundamentados en un amplio marco teórico puesto que, aunque se trate de una ficción, su objetivo no es simplemente el

de narrar una historia, sino el de avivar la reflexión y expandir el entendimiento sobre el porqué de la pérdida de credibilidad del periodismo en los últimos años. Mi único ánimo es constituir un instrumento pedagógico, gracias a la conjunción del marco teórico con la creación del relato, de manera que dejemos de buscar culpables entre nosotros mismos y pasemos a levantar la vista hacia los que controlan el poder realmente.

1.3. El cómo.

En cuanto a la estructura, este documento divide el trabajo en dos grandes bloques: la memoria justificativa, que no aparece especificada como tal en el índice pues al ser tan extensos sus contenidos no me resultaba estético englobarlos todos juntos bajo su título; y el relato *Rosas en el desierto*. Concretamente, esa memoria justificativa está formada por el marco teórico y por el análisis formal del relato. Estos elementos se encuentran presididos de la presente introducción y se cierran con las debidas referencias bibliográficas, habiéndose, entre ellos, ofrecido las conclusiones del trabajo.

El primero de esos bloques comprende la investigación y la base que sustenta al resto del escrito, mientras que el segundo está dedicado a hablar sobre los detalles formales del relato como la trama y los personajes. Por último, el tercer apartado corresponde a la exposición de la narración *Rosas en el desierto*.

2. MARCO TEÓRICO.

2.1. ¿Qué es un periodista?: para qué sirve y por qué lo necesitamos.

Estas primeras líneas están siendo escritas el jueves 19 de marzo de 2020, a las cuatro y media de la tarde, en situación de confinamiento. Todo el mundo está en cuarentena. Dentro de poco hará una semana que se suspendieron las clases y que se decretó el estado de alarma debido a la expansión del coronavirus. En la calle ya solo quedan algunos coches y los pasos ligeros de los que salen a trabajar, obligados por la importancia de su profesión. Entre ellos se encuentran los médicos, los enfermeros, los dependientes de supermercados, los barrenderos... y los periodistas. Probablemente sea la labor de estos últimos la única que, de momento, no se está alabando. Los aplausos de las ocho de la tarde todavía no son para ellos.

En los últimos años, con la llegada de las nuevas tecnologías y el auge de las redes sociales, puede decirse que la importancia y la credibilidad del periodismo ha decaído, pues cualquiera, desde su teléfono móvil, es capaz de difundir la actualidad. La información ya no está solo en manos de los periodistas y ha surgido el conocido como “periodismo ciudadano”. De acuerdo con Cortina (2018. En línea), este tipo de actividad se caracteriza por la participación de personas, sin formación académica que acredite su conocimiento

sobre la comunicación, en la difusión de la actualidad. Estos individuos son ciudadanos que no se dedican profesionalmente al periodismo y por lo tanto desconocen de tareas esenciales como el contraste y la verificación.

Las nuevas tecnologías permiten la rápida e inmediata difusión de las informaciones desde cualquier lugar. Esto conlleva que una persona sin educación periodística pueda publicar un *tweet* difundiendo algo que considera de interés público y llegar a tener más alcance incluso que un reportaje de un medio de comunicación tradicional: “Hoy en día, los 280 caracteres que contienen un mensaje en Twitter llegan a más personas y más rápido que el mejor reportaje de televisión o prensa escrita” (Restrepo y Botello, 2018:7). Sin embargo, esta no es la situación ideal para la salud democrática, pues es imprescindible ofrecer un contexto que vaya más allá de, simplemente, lo que los sentidos como la vista y el oído son capaces de captar de inmediato.

De acuerdo con Chillón (2011:165), son pocas las profesiones en las que el mínimo movimiento, la más sencilla decisión, tenga una importante repercusión pública, “probablemente solo la política y el periodismo”, concluye. De tal modo, los periodistas deben trabajar con esmero y cuidado en la transmisión de las informaciones. Cosas como el titular, la fotografía y la ubicación de la noticia son esenciales y se necesita meditar sobre ellas. Además, el trabajo periodístico cuenta con un primer proceso de selección y simplificación de la realidad sumamente importante (Jareño, 2009:93), algo que los ciudadanos sin formación no saben realizar. Según el *Manual de Comunicación para el personal Investigador* de la Fundación de la Universidad autónoma de Madrid (2012:3), un periodista “es un profesional que se gana la vida escribiendo lo que pasa en el mundo”. Sin embargo, el periodista no es un simple espejo, sino un prisma. Su deber no pasa solo por recoger la noticia y transmitirla, pues tiene la obligación profesional de difundir las diversas interpretaciones, explicaciones y opiniones que existan en torno a un acontecimiento y que, en su conjunto, aporten un contexto que permita a la audiencia formar su propia opinión. La tarea de informar a la sociedad no es sencilla y solo una persona que se ha formado éticamente puede llevarla a cabo, pero de eso se hablará luego. Ahora toca centrarse en por qué son los periodistas tan importantes, sobre todo, en un estado democrático como el que es España.

En la constitución española, hay concretamente dos artículos que son clave para hablar sobre tal cuestión. El primero de ellos es el Artículo 1.2, que plantea lo siguiente: “La soberanía nacional reside en el pueblo español, del que emanan los poderes del Estado”. Esto significa que es el pueblo el que tiene el mando y elige a sus representantes, pero a tarea de la elección no puede hacerse sin los periodistas y por ello mismo la libertad de

información está establecida como un derecho fundamental en el artículo 19 de la Declaración de los Derechos Humanos. Sin información plural, el pensamiento crítico no podría existir, y sin ello, la democracia, el gobierno del pueblo, tampoco. Como afirma Jareño (2009:53), el periodismo es esencial para que la participación en asuntos de interés público sea realmente deliberativa. Sin los periodistas, ¿cómo sabrían los ciudadanos que los gobernantes elegidos están cumpliendo su palabra?

Como señala Más de Xáxas (2005:34), las noticias requieren un trabajo previo y “una constante puesta a punto”. Esto encaja con el hecho de que los periodistas median entre la realidad y la sociedad seleccionando sus partes importantes, poniéndolas en contexto e interpretándolas. Todo esto con el objetivo de formar al ciudadano, de servir al pueblo. Una persona cualquiera no es capaz de realizar esta tarea de manera correcta, y es por eso mismo por lo que en la profesión periodística debería sancionarse el intrusismo. El ciudadano no logra entender cuánta información es necesaria para vivir y, además, no conoce los lugares óptimos donde buscarla. Si en lugar de existir periodistas, formados para esa tarea, la actualidad nos llegase únicamente de las manos de individuos totalmente subjetivos y sin el empeño, por ejemplo, de contrastar la información, la agenda *setting* estaría solo plagada de bulos y *fakes news* que no ayudarían en absoluto a comprender mejor la realidad.

Los periodistas son los únicos que saben hacer periodismo. Solo ellos aportan el sistema de comunicación a los ciudadanos que les permite contrastar puntos de vista dispares mediante el acceso a información de calidad (Pablos y Mateos, 2004:353). Esto, junto a la publicidad de los acontecimientos frente al intento de ocultarlos del poder, es lo que precisa la democracia y lo que el periodismo trae consigo. Además, y como se verá más adelante, la gran importancia que tiene la profesión periodística implica que esta esté ligada enormemente a la ética. Y sin el respeto y el conocimiento de la deontología, no existe periodismo. Mónica Codina es una de las autoras que defiende esta idea, según ella, “el peculiar carácter de servicio a la sociedad que representa esta profesión y la delicadeza de los asuntos que trata hace que estos estándares profesionales estén fuertemente unidos a las dimensiones éticas de la profesión” (Codina, 2004:13). Y es que, como apunta Codina a continuación en *De la ética desprotegida. Ensayos sobre deontología de la comunicación*, la formación técnica es necesaria para elaborar una buena noticia, pero esta pericia no garantiza la calidad humana del trabajo. Esa es tarea de la buena educación ética del periodista.

En definitiva, los medios de comunicación, los periodistas, llevan a cabo una labor de mediación. El servicio de información que prestan es fundamental para la salud

democrática, para cumplir con dos de los artículos de la constitución, el 1.2 y el 20, referidos a la soberanía nacional y a la libertad de expresión. De acuerdo con Núñez (1993:3), la información que realizan los periodistas “tiene una importancia decisiva con el desarrollo individual y social”. Así que la sociedad no debería acordarse de los periodistas solo en situaciones de miedo como la que se está viviendo con la pandemia del COVID-19. Sin el pensamiento crítico que ayuda a desarrollar la información de calidad, plural y contrastada, el votar deja de tener sentido. Y quizás, a largo plazo, dé más miedo estar bajo el gobierno de quienes prefieren llenar sus sobres de dinero que apostar por la educación pública, la cultura y la sanidad. Los aplausos de las ocho también deberían ser para los periodistas, para los que tienen una profesión tan infravalorada.

2.2. Cómo ser un buen periodista: la ética y los códigos deontológicos.

Parafraseando a Restrepo (2004:42), es cierto que la profesión periodística es una de las actividades profesionales que más está ligada a la existencia del otro. Sucede lo mismo con la medicina o la abogacía o la docencia, por ejemplo. Son todas ellas profesiones a las que, por su servicio a la sociedad, se les exige una gran responsabilidad social. Y esto se hace, sobre todo, a través de los códigos deontológicos. En el caso del periodismo, con la llegada de las nuevas tecnologías y la globalización que estas traen consigo, hoy día los códigos deontológicos son más necesarios que nunca. Al fin y al cabo “nuestras decisiones influyen más a medida que avanzan las tecnologías de las comunicaciones” (Restrepo, 2004:43). Pero, ¿qué es un código deontológico?

Para responder a esa pregunta es necesario comenzar por la definición del concepto de ética. Para Brajnovic (1969:21), “la ética es la ciencia filosófica que investiga y estudia los valores, la vida y la conducta morales”. Ante esto, Codina (2004:18) añade que la ética “nace del reconocimiento de la verdad, de la falsedad, del bien y del mal que están en las personas, en las acciones y en las cosas”. Es decir, la ética es la parte de la filosofía cuyo objeto de estudio es la moral, la distinción inherente al ser humano de lo que es bueno o malo. Cualquier persona, independientemente de su educación, tiene un sentido ético o moral por explotar y esto solo se logra con la práctica a largo plazo. El ser humano es capaz de sentir el bien o el mal sin previas explicaciones y para calificar a un acto como honesto se recurre a lo que es bueno para todos, al bien común. La ética podría decirse entonces como esa pauta general y universal a todos los seres humanos que establece la distinción entre un acto honesto y el que no lo es. En el día a día, la ética influye en la mayoría de decisiones y acciones, pues es como la voz de la conciencia que todos escuchan.

En determinadas profesiones la influencia social es tal que es necesario plasmar por escrito ciertas exigencias éticas, de modo que los ciudadanos puedan reivindicar tales

principios. Esta obligación ética de algunas ocupaciones es lo que se denomina “deontología” y conlleva la honestidad, el deber y la obligación de conciencia referente al ejercicio de una profesión. En definitiva, mientras que la ética señala el deber ser de las personas, la deontología lo hace respecto al deber ser de las profesiones. Esto lleva a afirmar que los códigos deontológicos son instrumentos pedagógicos que familiarizan a los profesionales con los valores esenciales que deben regir su trabajo. En general y de acuerdo con Brajnovic (1969:65), existen seis principios que recogen los aspectos éticos de cualquier profesión y entre los más importantes se encuentran la preparación adecuada, la competencia y honestidad en el trabajo y el ejercicio en favor del bien común y al servicio del mismo.

Hoy día el término “globalización” ha pasado a formar parte de la cotidianeidad. Esto afecta ya a toda la actividad humana y conlleva que la repercusión de los medios de comunicación se haya vuelto mundial. Sin embargo, el mayor volumen de noticias que la globalización y su inmediatez implican no se traduce necesariamente en una información de mayor calidad. En el contexto actual, como se explicará en el siguiente apartado, los periodistas sufren diversas presiones que ponen en riesgo la función social del periodismo. La competitividad del mercado capitalista es, sobre todo, la causante de la decadencia de la profesión periodística, pues la limitación de tiempo y la exigencia de beneficios económicos está produciendo una saturación de noticias fútiles. Más que nunca, y para lograr que la función social de los periodistas sobreviva a ese contexto, es imprescindible la fuerte formación ética que permita asegurar que la información es un bien público, por encima de los intereses capitalistas. Y para poder pedirle al periodismo esa responsabilidad existen los códigos deontológicos.

Los códigos deontológicos no son algo nuevo, fruto de la sociedad de la globalización, sino que existen desde principios del siglo XX, cuando se promulgó el primero de ellos en Suecia, “desde entonces proliferaron en todo el planeta” (Uribe, 1998:78). De los códigos nacionales surgieron los de carácter regional y más tarde los internacionales. La tendencia de la creación de códigos creció tras la Segunda Guerra Mundial, debido al uso que hizo el fascismo de los órganos informativos y la incertidumbre que creó en los profesionales del periodismo. Desde entonces, existen múltiples códigos deontológicos periodísticos, llegando Ernesto Villanueva a recopilar más de 103 de ellos en su libro, *Deontología Informativa* (citado en Restrepo, 2004:140). Entre las ventajas que trae consigo la adopción de códigos en el periodismo, Aznar (1999:33-37) señala la defensa de los criterios morales frente a presiones externas, la disposición de criterios por parte de la sociedad sobre los que exigir a los medios y el mayor prestigio de la profesión.

La base sólida de los códigos deontológicos periodísticos europeos llegó con el *Código de Ética Periodística*, sancionado por el Consejo de Europa en 1993. Este estuvo inspirado, entre otros, por la Declaración sobre los principios Fundamentales relativos a la *Contribución de los Medios de Comunicación de Masas al Fortalecimiento de la Paz y la Comprensión Internacional* de 1978 de la UNESCO. En esta declaración internacional se califica al periodismo de “factor esencial del fortalecimiento de la paz y de la comprensión internacional” (UNESCO, 1978: artículo II). Además, décadas antes, en 1953, la Asamblea General de las Naciones Unidas ya había promulgado el *Código Internacional del Honor de los Periodistas*. En él, subrayaba la importante responsabilidad del periodista y el rechazo al engaño y a la mentira. Teniendo estos compromisos en mente, el Consejo de Europa creó el código, y entre sus principios destacaron los siguientes:

2. El primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad. (Encabo, 1993:7).

4. La emisión de noticias debe realizarse con veracidad, a través de las actividades verificadores y comprobadoras oportunas y con imparcialidad en la exposición, descripción y narración de los mismos. (Encabo, 1993:1).

15. Ni los editores o propietarios ni los periodistas deben considerarse dueños de la información. Desde la empresa informativa la información no debe ser tratada como una mercancía sino como un derecho fundamental de los ciudadanos. (Encabo, 1993:2).

En el mismo año en el que se promulgó el *Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística*, la Federación de Asociaciones de Periodistas de España hizo lo propio. En tal documento se ve claramente la influencia que tuvo el primero en el de la FAPE, pues algunos de sus artículos resultan ser los mismos. Concretamente el segundo del código español se refiere también, con idénticas palabras, a que el primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad. Sucede lo mismo con el derecho a la investigación y a la difusión de la información, situado en el tercer artículo. Sin embargo, existen aportaciones interesantes en el de la FAPE, pues menciona también el derecho a unas dignas condiciones de trabajo, el deber de oposición a cualquier intento de monopolio u oligopolio informativo y el derecho a invocar la cláusula de conciencia frente a las actitudes inmorales del medio para el que se trabaja. La cláusula de conciencia es algo sumamente importante para un profesional de la comunicación, pues le permite revelarse ante cualquier ruptura de los principios recogidos en los instrumentos pedagógicos del medio para el que trabaja.

En España, no sería hasta cuatro años más tarde de la promulgación del *Código Deontológico* de la FAPE cuando la cláusula de conciencia entró a formar parte del apartado dogmático de la constitución. Sucedió en 1997, gracias a la Ley Orgánica 2 que, en su primer artículo, estableció la cláusula de conciencia como un derecho constitucional de los profesionales de la información, con el ánimo de garantizar su independencia. Múltiples

códigos deontológicos continuaron surgiendo de manera que, en los años 80, podría decirse que la mayor parte de los países contaban con uno. En general, casi todos los instrumentos pedagógicos periodísticos contienen grandes similitudes. Sin embargo, y pese a los importantes temas que se tratan, por ejemplo, en los códigos deontológicos, ninguno de ellos tiene carácter legal o coactivo.

Como señala Restrepo (2004:139), “a diferencia de los reglamentos de trabajo o de las distintas formas de expresión de las leyes, el código ético es adoptado individualmente y de modo libre”. Por lo tanto, no dispone de la fuerza de una imposición legal, sino de la de un instrumento pedagógico basado en la autorregulación, en la acción libre del profesional. Es más, los códigos deontológicos carecen de sentido si quienes deberían seguirlos no encuentran utilidad en ellos, y es por este motivo por el que deben ser el resultado del propio debate y consenso de los periodistas. Pero, los códigos deontológicos, aunque los más relevantes, no son los únicos instrumentos. Existen también los libros de estilo, los estatutos de redacción, los defensores del público... Y todos ellos no sólo les incumben a los periodistas, sino que deben ser también apoyados y secundados por parte de tres sujetos de la comunicación: los propietarios, los profesionales y el público (Aznar, 1999:42).

En su contenido, estos instrumentos pedagógicos tratan normas que repercuten tanto en el lenguaje como en la documentación, en la edición y en la redacción. En la gran mayoría de ellos se repiten las reglas básicas de la ética periodística que, de acuerdo con Restrepo (2004:12), se resumen en la verdad, la independencia y la responsabilidad social. Anteno esto, Drago (1998:26) propone la verdad como primera exigencia indispensable para el periodista, con un matiz: “que cuando narre los hechos esté convencido de que son verdaderos y que la suya es la verdad, aunque no sea toda la verdad”. Por lo tanto, las equivocaciones son permisibles, siempre y cuando luego sean corregidas, pues lo importante es la convicción real del periodista de estar en posesión de la verdad. A continuación, se expondrán algunos ejemplos de esos instrumentos pedagógicos periodísticos para observar las características señaladas.

En primer lugar, en Latinoamérica existen códigos desde finales del siglo XX, como sucede con el del Colegio Dominicano de Periodistas. Este fue promulgado en 1994 con el nombre de *Código de Ética del Periodista Dominicano* y, entre otros temas, en sus artículos se tratan el derecho del periodista a rechazar cualquier presión gubernamental (artículo 13), la obligatoriedad de rectificación (artículo 37) y el compromiso de la distinción entre publicidad e información (artículo 44). Pocos años más tarde, en 1996, la *Society of Professional Journalists* promulgó su propio código, llamado *Code of Ethics*. En este se

vuelve a repetir el respeto a la verdad, el contraste de la información y el compromiso de independencia que aparece en todos los códigos mencionados. Con diferentes palabras, pero con la misma esencia, el código deontológico de la SPJ invita a dar voz a los que no la tienen, a evitar estereotipos como la raza o el sexo y a rechazar sobornos y el control del poder.

Otro documento similar es el *Status of Journalists and journalism ethics: IFJ principles*. Este código de conducta fue modificado en el año 2003 por la Federación Internacional de Periodistas y sus primeros artículos son los siguientes:

1. Respect for the truth and for the right of the public to truth is the first duty of the journalist.
2. In pursuance of this duty, the journalist shall at all times defend the principles of freedom in the honest collection and publication of news.

De nuevo, la lealtad a la verdad del periodista, la responsabilidad de rectificación y la independencia ocupan un espacio importante en el código deontológico. Esta repetición de los elementos básicos que mencionaba Restrepo se observa también en libros de estilo como el de *El País*. En este documento, actualizado en 2004, *El País* se define como un medio independiente, “defensor de la democracia plural según los principios liberales y sociales” (*El País*: 27). Además, ya en los primeros párrafos, el periódico español hace mención a la información veraz, al rechazo de presiones externas y a la obligatoriedad de rectificación. “El medio informativo ha de ser el primero en subsanar los errores cometidos en sus páginas, y hacerlo lo más rápidamente posible y sin tapujos”, se señala respecto a lo último. En definitiva, puede afirmarse que tanto en instrumentos pedagógicos periodísticos nacionales como en los regionales y en los internacionales, los artículos se asemejan notablemente los unos a los otros, siendo la base de estos los principios básicos de la ética periodística.

Como se explicó anteriormente, la ética es propia de todo ser humano y todos somos capaces de adivinar aquello que nos trae el bien común. La deontología, sin embargo, es solo propia de ciertas profesiones cuyo desempeño tiene que ver con una enorme función social, como sucede en el periodismo. De este modo, mientras que la ética es el deber ser de las personas, la deontología es el deber ser de los profesionales. Esta última se recoge en diversos instrumentos pedagógicos como los códigos, los estatutos o los libros de estilo, pero ninguno de ellos tiene carácter legal. La deontología requiere la adhesión voluntaria del profesional, por lo que, en cierto modo, apela a su moral. Como apunta Restrepo (2004:24), “no se puede pretender formar a un periodista ético si previamente no se ha formado a un buen ser humano”. Para ser un buen periodista, son necesarios tanto los aspectos técnicos como los éticos. Sin embargo, es cierto que al periodista se le debe exigir un nivel ético superior al de la mayoría de la población, y para eso existen, por ejemplo, los

códigos deontológicos. En ellos priman los principios básicos de la ética periodística: la responsabilidad, la lealtad a la verdad y la independencia. La formación en esto, unida a la educación humanística básica de “una buena persona”, es la clave del éxito para ser un buen periodista. Y buen periodista es imprescindible para cualquier sociedad democrática.

2.3. El mercado de las conciencias: la verdad del periodismo actual y sus presiones.

La ética, pese al positivo apartado anterior, es algo difícil de ver hoy día en el periodismo. En diciembre del año pasado, *eldiario.es*, una publicación creada por Ignacio Escolar, destapó una importante noticia: el parlamento de Castilla y León pagaba a varios medios de comunicación para que difundieran noticias favorables a su gobierno. Radio Televisión Castilla y León, por ejemplo, se hizo con 1,6 millones gracias a eso. El grupo mediático Promecal, por otro lado, se llevó 477.000 euros en cuatro años. Lo único que este tuvo que hacer fue dedicar dos páginas quincenales, de alguno de sus tres periódicos, a hablar sobre las Cortes de Castilla y León, una información que, según el medio digital de Escolar, no fue nunca identificada como publicidad. El respeto a la verdad, a la independencia y a la responsabilidad social brillan por su ausencia. Así es el periodismo actual, o la mayor parte de él.

La historia de la mentira de Janet Cooke es también muy conocida. A Cooke se le concedió el Premio Pulitzer por un artículo que escribió en 1980, *El mundo de Jimmy*, que trataba sobre la vida de un niño de ocho años adicto a la cocaína. Al descubrirse el engaño, Cooke se justificó excusándose en la alta presión a la que había estado sometida durante su trabajo en el *Washington Post*, donde fue publicado el artículo. De acuerdo con Schmuhl (1985:39-40), “cuando se reveló que en gran parte el reportaje era inventado y se le retiró el premio a Janet Cooke, hubo una multitud de meneos de cabeza, sonrojos, suspiros profundos y deducción de tremendas y portentosas conclusiones entre la gente del mundo del periodismo”. Sin embargo, hasta que no le fue concedido el premio, nadie pareció interesarse demasiado en la veracidad de la historia como para contrastarla.

Otro ejemplo es el de Ben Hecht, quien entró en el mundo periodístico en 1910, en Chicago. Hecht acabó confesando que se había inventado todas sus historias, como cuenta en su autobiografía *A child of the Century*, pero sus acciones no tuvieron apenas consecuencias: “Al cabo de un tiempo se descubrió la técnica de Hecht para ganarles la delantera a los competidores, y fue suspendido sin sueldo durante semanas (Schmuhl, 1985:17). Incluso dentro de los propios instrumentos pedagógicos de los medios de comunicación, en ocasiones, se encuentran estas rupturas con la ética. Por ejemplo, en el Código de Conducta de Atresmedia (2012), se afirma que, excepcionalmente, “la entrega y

aceptación de regalos y obsequios estarán permitidas”. Estas excepciones se dan si el valor económico es simbólico, si corresponde a signos de cortesía o atenciones comerciales usuales o si no están prohibidas por ley. ¿Y cuáles son las atenciones comerciales comunes? Un apartado que deja mucho espacio libre a la imaginación y poca regulación ética.

¿Qué pasa con los periodistas? La confianza en ellos por parte la población cada vez es menor. Se les culpa de la decadencia ética de la profesión, pero, ¿qué hay detrás del incumplimiento de los códigos deontológicos? Ellos no son los únicos culpables. Según López Hidalgo, el *Manifiesto Fundacional del Sindicato de Periodistas de Madrid* (2003) señalaba diversas causas del deterioro. Entre ellas se incluyeron la oferta de trabajo mínima frente a una masiva demanda; la concentración de medios de comunicación, que empeora las condiciones de trabajo, y las especulaciones empresariales (citado en López Hidalgo, 2005:24). A esto se le une también la mínima sindicalización que existe en la profesión periodística, pese a que el sindicalismo haya sido señalado como la única herramienta con la que protegerse y defenderse eficazmente como colectivo. Sin la unión de los profesionales, estos se encuentran más débiles ante las presiones, reinando el miedo y el desconocimiento. Sin embargo, y de acuerdo al estudio de Cantalapiedra (1997:2), centrado en un primer momento en el País Vasco, el 88,2% de los periodistas locales no está afiliado a ningún colegio o sindicato.

Los profesionales de la comunicación poseen la responsabilidad y el deber de mantenerse siempre críticos y expectantes, sin someterse a ningún tipo de poder, ya sea económico o político. Pero la conjunción de estas obligaciones resulta complicada en el mundo actual. ¿Por qué? Entre otras presiones, porque hoy día la información no es más que un negocio competitivo. De acuerdo con Restrepo (2004:32), entre esos otros obstáculos se encuentran “la falta de respaldo profesional y de recursos, la rutina, la pereza, las políticas informativas del medio, la rivalidad entre colegas, la preparación deficiente, el miedo y los malos sueldos”. A continuación, se expondrán, por apartados, los lugares de los que proceden las presiones principales a los periodistas, las que deterioran la profesión cada día.

2.3.1. La precariedad laboral: ética o trabajo.

La crisis de 2008 afectó a todas las actividades y una de las más castigadas fue el periodismo. Ahora, mientras el resto de las empresas se recuperan, el periodismo continúa tocado y su precariedad laboral se ha mantenido. De acuerdo con López Hidalgo (2005:29), la profesión periodística se caracteriza por “la inestabilidad laboral, salarios más bajos,

abuso de las distintas figuras de contratos en prácticas y de aprendizaje, prolongados horarios y una degradación general de los derechos de los trabajadores”.

Los primeros efectos de la crisis económica fueron los drásticos recortes de plantilla, que llegaron incluso a los medios de comunicación más grandes. Miles de periodistas con amplia experiencia fueron despedidos y muchos de esos puestos nunca se cubrieron de nuevo. Pero las Universidades no pararon, lógicamente, y otros tantos periodistas obtuvieron su grado. Como apunta el Informe Anual de la Profesión Periodística de la Asociación de Prensa de Madrid (2018:5), solo en el curso 2016-2017 salieron alrededor de 3500 graduados en Periodismo y 2800 en Técnicas audiovisuales. Esto significa que existe una demanda superior de empleo en relación a la oferta y se genera una mano de obra barata y abundante. Ahí empieza el problema de la precariedad laboral: en la necesidad imperante de empleo que lleva a los periodistas a mantenerlo o a conseguirlo a toda costa.

La realidad es que solo el 20% de los periodistas dice no haber recibido ningún tipo de presión, mientras que el 75% confiesa haber cedido ante ellas (IAPP, 2018:41). Según el mismo informe, tales presiones provienen de los directivos del medio, de los políticos, de los agentes económicos y de las agencias de comunicación. Esta diversidad de coacciones conlleva la inoculación del miedo en los profesionales, surgiendo así la autocensura ante el terror de qué podría suceder y de cuáles serían las últimas consecuencias de sus investigaciones y trabajos. Los periodistas se encuentran desamparados. El miedo a perder sus frágiles empleos y a encontrarse de nuevo frente al competitivo y sobrepoblado mercado laboral periodístico los lleva a autocensurar sus publicaciones. “Entonces el dilema ético es simple: o dices la verdad y te quedas sin trabajo, o lo conservas y ocultas o falseas la verdad”. (Restrepo, 2004:100).

De acuerdo con el estudio de María José Cantalapiedra (1997:4), un 45% de los periodistas son colaboradores, un 17,60% trabaja con contrato temporal y un 37,3% está en plantilla. Y, alrededor del 80% de los que están en plantilla, trabajan dos fines de semana al mes. Pese a que este estudio se realizó en el año 1997, en el País Vasco, los datos que ofrece no están muy alejados de la realidad nacional actual. Es más, el Informe Anual de la Profesión Periodística señaló una subida de los periodistas autónomos. “La figura del periodista que trabaja para varias empresas es cada vez mayor y llega en este 2018 a situarse en el 50%” (IAPP, 2018:5). Esto sucede porque los precios que se pagan por las colaboraciones son sustancialmente menores, por lo que se prefieren autónomos a tener que contratar a periodistas en plantilla, con mejores condiciones laborales. Sin embargo, lo salarios de los profesionales fijos tampoco se salvan de la precariedad.

De acuerdo con el IAPP (2018:35), la mayoría de los salarios, entre los periodistas en plantillas, van desde los mil euros hasta los mil quinientos, observándose así un empeoramiento en los últimos años, “puesto que los que perciben menos de 1500 euros han pasado del 34 al 37%”. En cuanto a los autónomos, el 40% de ellos recibe menos de mil euros. Estos salarios, que pueden sonar suficientes, dejan de parecerlo si se tiene en cuenta los difíciles horarios de la profesión periodística. Como explican los propios encuestados del IAPP, esta es una actividad que “no tiene límite horario” y en la que “jamás se cumplen las 40 horas semanales que marca la ley” (2018:6). Según el mismo informe, más del 71% de los periodistas reconocen una proletarización de la profesión. “Además, el 58% cree que ahora se trabaja más a destajo, lo que dificulta la labor de rebelión y verificación que la información exige” (2018:38).

Estas condiciones laborales ponen en peligro la importante función que debe cumplir el periodismo para con la sociedad, pues un periodista con un mal salario no puede proveer una información de calidad. Para el buen periodismo son imprescindibles redacciones numerosas y bien pagadas y, sin embargo, hoy día la profesión sufre de la desgana propia de los bajos salarios (Arriagada, 1999:29). Esto lo advirtió ya Brajnovic en sus primeros estudios sobre la ética periodística. Según este autor, un precario ambiente laboral “puede convertirse en la causa de una conducta inmoral” (Brajnovic, 1969:138). Y el prestigio del periodismo depende, en gran parte, de los principios de las personas que lo ejercen.

2.3.2. Las nuevas tecnologías: la inmediatez y el periodismo de fuentes.

En el mundo actual, caracterizado por la globalización y la influencia de las nuevas tecnologías en las sociedades, los periodistas se están enfrentando a los retos de la sobreinformación y de la inmediatez (León, 1998:107). La tarea de la selección de la realidad para mostrarla a la audiencia se complica, sobre todo cuando se debe hacer rápido. Quien antes publique la información será quien logre los máximos beneficios en un mundo en el que los *clicks* se traducen en publicidad, en dinero. Además, los periodistas deben hacer sus noticias tan jugosas que puedan rivalizar con los miles de mensajes virales y falsos que circulan por la Red: “Las falsedades y los hechos ahora se difunden de la misma manera, por medio de lo que los académicos llaman «cascada de información»” (Viner, 2006:7).

Aparte de redactar informaciones, los periodistas ahora se han vuelto polivalentes con la llegada de las nuevas tecnologías. Graban, fotografían, editan, manejan las redes sociales... Son múltiples las tareas que se les exigen para el desempeño del trabajo. Sin embargo, la era digital no trae precisamente rutinas periodísticas que mejoren los contenidos, sino todo lo contrario, pues el aumento de tareas acaba conllevando un menor tiempo disponible para la realización de cada una de ellas (García Borrego y Roses

Campos, 2016:158). Los medios necesitan cubrirlo todo, a todas horas, pero no se invierte en un mayor número de periodistas para que lo hagan eficientemente. Por el contrario, se apuestan por los recortes en cuanto a los recursos humanos y se deja espacio a la entrada de la política y el poder económico, pues son ellos los principales clientes de la profesión. Si a esto se le une la existente precariedad laboral, conlleva que esa poca disponibilidad de tiempo resulte en que los periodistas no abandonen casi nunca el escritorio de la redacción. Se ha perdido el trabajo de campo.

Actualmente, gran parte de los profesionales realizan tareas como las entrevistas y el contacto de fuentes cómodamente, desde la silla de su puesto de trabajo. De esta situación de agobio y apatía se aprovechan las fuentes interesadas, pues ofrecen a los periodistas información previamente fabricada. Es más, la mayoría de la que circula es de ese tipo. Tal elaboración sucede en gabinetes especializados, que son capaces de dar brillo al acontecimiento más gris (Mas de Xaxàs, 2005:40). Los periodistas suelen disponer de poco tiempo y escasas herramientas, pasan más horas de lo que deberían en la redacción y sus sueldos son precarios respecto a esas condiciones, ¿por qué no ahorrarse algunas horas gracias a esa información fabricada? De acuerdo con Restrepo y Botello (2018:13), la cultura digital y el ambiente que trae consigo “hace que la investigación se mire como prescindible”. Es más, su atractiva y simple presentación hace que el periodista, si quiere, ya tenga el trabajo hecho, liberándose de preocupaciones como el contraste, que no tienen cabida en el ritmo frenético de la redacción.

Las fuentes, como afirman Casero y López (2012:1), son un componente fundamental en la tarea de producción y selección periodística, llegando a decidir incluso sobre el contenido de la agenda y sobre el enfoque de las informaciones. Es por este motivo por el que las noticias fabricadas de antemano, tan frecuentemente aceptadas con gusto en las apáticas y mal pagadas redacciones, son un peligro para la profesión. El periodismo independiente, habitualmente pierde su rumbo en esos gabinetes especializados y agencias de noticias con intereses económicos. Por ejemplo, el 80% del contenido informativo proviene de las comunicaciones oficiales. Los redactores han dejado de redactar y se han transformado en copistas: “Un tipo de personal más barato para el empresario que sueña con aumentar beneficios” (Pablos y Mateos 2004:352). Esto indica que, actualmente, la función social del periodismo ha sido relegada por la de la empresa competitiva que busca la máxima rentabilidad, gracias a sueldos bajos y contenidos rápidos y abundantes.

2.3.3. Quién nos habla realmente: el Poder. Los conglomerados mediáticos.

Según Brajnovic (1969:19), la ausencia de valores éticos no ocurre solo en la profesión periodística, sino que en los últimos años se ha producido "la decadencia de la vida moral del hombre moderno y de la crisis de los conceptos éticos en general. Como anunciaba Nietzsche, Dios ha muerto, y es ahora el dinero quien lo ha suplantado. El sistema que domina occidente es ahora el individualismo económico, que coloca lo físico por encima de lo espiritual, y en este contexto entra en acción la concentración empresarial con sus respectivos conglomerados mediáticos. Llega así el mandato del poder económico.

El poder político siempre ha estado pendiente de los medios de comunicación, es algo que se comprueba en la historia, y lo sigue estando. La información es poder y su dominio lo precisa la política para mantenerse a flote y construir una imagen sobre su ideología que resulte atractiva para los votantes. Este control toma forma, por ejemplo, en la repartición de licencias televisivas o en el nombramiento de los profesionales a cargo de la dirección los medios de comunicación públicos. En una entrevista al destituido presidente de la agencia de noticias Efe, Fernando Garea, él mismo se quejaba de tal cosa: "Una agencia pública no es una agencia de noticias del Gobierno, ni siquiera una agencia oficial" (citado en *El País*, 2020). Efe, la cuarta agencia más importante del mundo, tiene sedes en más de 120 países y, de acuerdo con *El País*, distribuye casi tres millones de noticias al año. Pese a ser una institución tan importante, no ha conseguido la independencia política. A diferencia de la elección del presidente de RTVE, que tiene que contar con la aprobación de las Cortes, el nombramiento del presidente de Efe no precisa del respaldo del Parlamento.

Pero, hoy día, ya no es solo el poder político el que se pone a cargo de los medios de comunicación, sino que el económico ha tomado asiento también, acompañados de la reinante concentración que les permite sobrevivir y dominar el mercado capitalista. La mayoría de agentes económicos participan de alguna forma en el accionariado de los medios de comunicación, pues así protegen a sus negocios de los mensajes que estos puedan dar, conformando lo que Reig llama el Poder:

"Todo está conectado con todo, los bancos, las grandes empresas de armamento, grandes superficies comerciales, seguros, construcción, aeronáutica, automóvil, energía, nuevas tecnologías, grandes partidos políticos del sistema mercantil, medicamentos, etc. Todo está directamente relacionado con los medios de comunicación más influyentes, pueden ser lobbies, accionistas, anunciantes o todo a un tiempo. Eso es el Poder" (Reig, 2017:25).

Actualmente, los medios están concentrados en esas pocas manos, perdiéndose la libertad de expresión. Por ejemplo, como señala Mas de Xaxás (2005:27), 1.200 de los 1.500 diarios que existen en Estados Unidos están en manos de una gran cadena, y el panorama es España no es mucho más esperanzador. Son únicamente siete los grandes

grupos de comunicación que tienen en sus redes absolutamente todos los medios del país español: Prisa, Vocento, Planeta, Zeta, Recoletos, Godó y Prensa Ibérica. La concentración monopólica ha invadido el contexto internacional, llegando incluso hasta el continente africano, y es que, al fin y al cabo, es la ley principal de la economía contemporánea. A parte de la influencia del periodismo de fuente, que se aprovecha de la desgana del periodista, el poder del que hablaba Reig ha penetrado en la misma empresa periodística haciéndose dueño de ella y presionando a los profesionales desde su interior. Surgen así los llamados *holding* informativos.

De acuerdo con Ocampo (2004:9), los *holding* se refieren a grandes compañías cuyo único interés es comercial y se halla en la explotación de la información y el entretenimiento. Los medios de comunicación son comprados por empresas “madre” las cuales, en su seno, guardan multitud de otras compañías: “La mayoría de las veces se deben a la compra de empresas en problemas que entran a formar parte de dicho conglomerado” (Ocampo, 2004:10). En definitiva, el pez pequeño es devorado por el grande. Un ejemplo es el del magnate mexicano Carlos Slim, quien posee desde telecomunicaciones hasta bancos, petroleras, venta de agua y grandes almacenes. Es más, Slim se hizo, a finales de septiembre, con el 6,4% de las acciones de uno de los grandes títulos de la prensa internacional: *The New York Times Co.* ¿Dejará el mexicano que los periódicos que financia destapen los oscuros entresijos de algunos de sus otros negocios? La respuesta es clara. He ahí una de las más importantes presiones del periodismo actual y es que, hoy día, es sumamente común encontrar en el accionariado de los grupos mediáticos a bancas y fondos de inversiones como principales colaboradores.

El periodismo, hoy día, es un negocio y la dirección administrativa se interpone en los contenidos de los medios de comunicación. Un ejemplo es el conocido grupo mediático Mediaset, que, además de estar inclinada toda su parrilla hacia el entretenimiento con programas estrella como *Sálvame*, está también ligado al poder político, al ser Silvio Berlusconi la figura que lo puso en marcha. Al fin y al cabo, la supervivencia de los mismos se ve ligada a la financiación de los empresarios, con nulos o pocos conocimientos de ética profesional, pero demasiados de marketing. Para los *holding* informativos, los mensajes se comparan con simples mercancías a las que hay que explotar para conseguir el máximo provecho. Como apuntaron Pablos y Mateos (2004:354), “los empresarios de la información son empresarios, no hermanitas de la caridad de ni fundaciones filantrópicas”.

Las noticias que se difunden hoy día han sido fabricadas según la ley de oferta y demanda y, para adaptarse a eso, las informaciones deben ser baratas y fáciles de consumir. De esta forma, los periodistas de hoy, cuyas empresas no están dirigidas por

profesionales de la comunicación, sino por empresarios que desconocen o rechazan los códigos deontológicos, se ven forzados a renunciar a su misión social. Ahora, se limitan “a transmitir mensajes ligeros que cautivan una amplia audiencia” (Ocampo, 2004:6).

2.3.4. El origen del sensacionalismo: lo que quiere la audiencia.

Antes de que llegasen los periódicos de empresa como los actuales, existían los de partidos, financiados en su totalidad por ideologías que los sustentaban sin el ánimo de conseguir beneficios económicos, sino con la intención de influir en la sociedad. La prensa era un instrumento del poder político, llegaba a unos pocos y no gozaba de la independencia que requiere la profesión, algo que solo se implantaría tras la aprobación de la libertad de expresión promulgada por la Declaración de los Derechos Humanos. Sin embargo, al periodismo le faltaba todavía una estructura empresarial que le aportase la base económica de su subsistencia, y para eso necesitó de la ayuda de la publicidad. Como apuntan Pablos y Mateos (2004:354), el periodismo de masas nació ligado a una vertiente mercantil. Pero, ¿realmente le dio esta unión la independencia?

Según afirma De las Heras Pedrosa (2000:4), la publicidad nació como tal de la mano de la economía de mercado y de la hegemonía del capitalismo, a finales del siglo XVIII. Hace poco más de dos siglos de esto, pero la unión entre la publicidad y el periodismo se ha vuelto vital. Es cierto que, ya en 1630, llegó incluso a crearse el *Daily Advertiser*, un periódico cuyas páginas estaban llenas, únicamente, de anuncios. Sin embargo, no fue hasta el siglo XIX cuando Girardin ideó el mecanismo para unir la prensa y la publicidad con beneficios para ambos, convirtiéndose así esta última en la base económica del periódico. Fue Girardin quien ideó el precio fijo de los carteles según el espacio que ocupasen en las páginas y, desde entonces, la prensa obtuvo de la propaganda la independencia que ansiaba de los poderes políticos. De acuerdo con Salazar (2018:26), la publicidad ha sido, y continúa en ese puesto, el gran negocio de la mayoría de los medios de comunicación del mundo.

Para llegar a un público masivo, a los diarios se les puso un bajo precio y estos comenzaron a estar financiados por la publicidad, algo que ha venido funcionando hasta ahora. Actualmente, según Restrepo y Botello (2018:14), los ingresos por publicidad corresponden, por ejemplo, al 100% en la televisión abierta y al 60% en la radio. Sin embargo, la gratuidad de Internet y su gran oferta está moviendo los cimientos de la prensa peligrosamente, pues la audiencia se ha acostumbrado a no verse obligada a pagar por los contenidos que se divulgan en la Red. La publicidad no es ya aliada solo de los medios tradicionales de comunicación, lo que ha trastocado por completo la financiación de estos

y ha abierto el paso a los conglomerados mediáticos y a la entrada de las bancas como nuevos inversores.

Grandes empresas como *Facebook* y *Google* se han adueñado de la distribución de noticias, siendo la primera de ellas, que tiene más de dos millones de usuarios, el medio más visitado en la búsqueda de noticias en la Red. El problema es que esas noticias se guían por los *trending topics* y están plagadas de escándalos y falsedades. Y, como el campo en el que se compite prima la frivolidad y el sensacionalismo, el periodismo, intentando sobrevivir y competir por la publicidad, acaba cayendo en los asaltos a la deontología de la profesión. Por ejemplo, de acuerdo con IAPP, solo el 18% de los periodistas presume de que en su medio de comunicación nunca se ha realizado una cobertura informativa positiva a cambio de publicidad (2018:42).

Se persigue no a los poderes públicos, como promulgan los códigos deontológicos al destacar la función del periodista como *watchdog*, sino a la audiencia. Cada *click* cuenta y las visitas, con suerte, traen anuncios e inversión, lo que se traduce en supervivencia. En definitiva y como apunta Viner (2006:10), “muchos medios se han alejado del periodismo de interés público para acercarse al equivalente en noticias a la comida basura”. En esta feroz competición de los *clicks*, el sensacionalismo está a la orden del día. Sangre y sexo, eso vende, es lo que le gusta a la gente, forma parte de la curiosidad pública. Sin embargo, esta curiosidad pública no es lo mismo que el interés público que defienden los códigos éticos y los manuales de estilo. Es cierto que, como menciona Azurmendi (2004:203), “la ley de la consecución de la máxima audiencia al menor costo posible lo mercantiliza todo”. Y sobre todo los sucesos espectaculares, que tienen la audiencia asegurada. Aquí se entra en un dilema. ¿Si a la gente le gusta, por qué no dárselo?

En eso se escudan los dueños de los conglomerados mediáticos, los políticos e, incluso, muchos periodistas. De acuerdo con Antón y Alonso (2015:32), la prensa digital nacional trata más del 40% de todos los temas de los que hablan los usuarios en *Twitter*. Estos temas, cómo no, suelen estar relacionados con entretenimiento o espectáculo o con iniciativas propias de los usuarios, como juegos. Pero, ¿de verdad la gente quiere eso o es lo que, alguien, les ha hecho pensar que quiere? El morbo vende, eso está claro, y esto sucede porque despierta un mecanismo psicológico compensatorio que se alimenta de las debilidades de los demás (Jareño, 2009:127). Es decir, al observar las miserias de los otros, los seres humanos, por naturaleza, se sienten mejor con sus propias vidas. Es un efecto psicológico que las pocas manos que dirigen el mundo conocen y no dudan en poner en práctica. Y no es solo por el dinero.

Parece que los únicos culpables son los consumidores. Sin embargo, son los grandes magnates los que deciden los contenidos que se difunden en el mundo. ¿Si no hay otro tipo de oferta, cómo se sabe qué es lo que realmente quiere la gente? El poder, como se ha comentado, quiere grandes beneficios económicos, por lo que busca crear informaciones sencillas y rápidas que permitan plantillas reducidas a las que no sea necesario pagarles un gran sueldo. Lo mismo ocurre con el entretenimiento, con la Industria Cultural. Fácil de digerir, fácil de producir. La Escuela de Frankfurt, dirigida por Horkheimer, ya investigó sobre las nuevas formas culturales del siglo XX que han traído consigo la tecnología y la sociedad de masas. De acuerdo con Muñoz, (2011:66), la Escuela de Frankfurt profetizó que la cultura se convertiría en mercancía y esos procesos de mercantilización se apoderarían de las conciencias. Aparece así el concepto de Pseudocultura, una de las aportaciones de Adorno a la Escuela:

“La definición de Pseudocultura resulta del rebajamiento y la reducción de los contenidos culturales de carácter racional y crítico que se emiten en los Medios de Comunicación de Masas. La trivialización y la insustancialidad se difunden con las siguientes características: la selección de mensajes, la homogeneización de contenidos, uniformidad de los receptores-consumidores, la fragmentación de los mensajes, la moral del éxito como valor fundamental y, por último, la subjetivación irracional de los ciudadanos ante el impacto mediático” (Muñoz, 2011:71).

Gracias a la masificación y popularización de la cultura, los consumidores creen estar recibiendo algo de calidad mientras que son simples mensajes triviales y fáciles de construir. Y esto no ayuda solo al objetivo del poder de conseguir grandes beneficios económicos. Como se ha mencionado a lo largo de este trabajo, el periodismo cumple la importante función de ser el mediador entre la sociedad y la realidad. Sin el periodismo, no es posible desarrollar un pensamiento crítico, pues no se conocen las distintas verdades del mundo, y una ciudadanía distraída, adicta a las redes sociales y a la que solo se le ha enseñado a consumir una cultura mediocre, es una ciudadanía fácil de manipular. El control del periodismo es el control de la gente, el robo del altavoz de los ciudadanos. Quizás ni los periodistas sean tan malos, ni la audiencia tan estúpida como para solo consumir morbo. Puede que haya que mirar más arriba para encontrar culpables.

Uno de los problemas actuales que tiene el periodismo es la dificultad de mantenerse en pie como una empresa rentable y, a su vez, mantener la independencia. La publicidad ya no le vale, pues la competencia crece cada día y conlleva su abaratamiento. Eso, y la precariedad laboral, llevan a los periodistas a unirse al alud de la sobreenformación sin selección previa y del sensacionalismo. Pero, ¿y si fuese la audiencia la que pagase por los medios de comunicación? ¿No podrían entonces los periodistas despreocuparse de los inversores con intereses políticos o económicos y dedicarse a aquello que promulgan los códigos y manuales de ética? Sin ningún tipo de publicidad. Sería lo ideal, eso está claro,

pero sería también complicado, o al menos en el contexto actual. Por algo tuvo que implantarse la publicidad. Internet ha hecho que la información no se conciba más que como gratuita y ni siquiera el euro y veinte del periódico tiene sentido en un mundo plagado de *apps*. La Industria Cultural lo está haciendo muy bien evitando el interés de la audiencia por el periodismo de calidad. Pero, de esta situación, los únicos que se benefician son los de arriba, por mucho que vendan sus productos disfrazados de calidad.

2.4. Cómo recuperar el control: las salidas del periodismo.

Como se ha visto a lo largo del marco teórico, el periodismo es imprescindible para una sociedad democrática. Por eso mismo es necesario que existan instrumentos pedagógicos, como los códigos deontológicos, que regulen el comportamiento ético apropiado de los periodistas. Sin embargo, actualmente parece que los profesionales no los tienen muy en cuenta. De acuerdo con Mas de Xaxàs, los manuales y códigos éticos (2005:191) “no son más que un escudo, una fachada para ocultar la rutina”. Detrás de ellos se encuentran las diversas presiones que impiden su cumplimiento por parte de los periodistas.

La necesidad de publicidad, la inestabilidad económica de los medios de comunicación, la concentración de los conglomerados mediáticos, la precariedad laboral, la información como mero entretenimiento... Hoy día, los medios de comunicación supeditan su tarea de informar y educar a la población a la de entretener y conseguir beneficios gracias a eso. Es ahora cuando las noticias informativas, pensadas y escritas por su interés general y social, pierden terreno frente al periodismo publicitario. Todas estas situaciones han desembocado en la apatía del periodismo actual, del que la sociedad, a su vez, desconfía. Ante la peligrosa pérdida de credibilidad, que minaría cualquier intento de los periodistas por rescatar la profesión de su vertiente de entretenimiento, pues la confianza ya se habría disipado en la sociedad, Restrepo y Botello (2018:8-9) proponen tres salidas.

La primera de ellas es la defensa de la verdad, para lo que se deberían crear iniciativas como la de *chequeando.com*, en Argentina, promoviéndose de tal modo una cultura de verificación. Se busca de esa manera formar espacios de consulta por parte de los ciudadanos en los que los bulos y las *fakes news* se contrasten y se demuestran erróneas. Además, se pretende así ir más allá de enseñar a distinguir el periodismo de calidad del que no lo es y educar a los receptores de la información para que ellos mismos detecten lo que verdaderamente están consumiendo.

La segunda de las salidas que ofrecen conlleva una mejor formación de los estudiantes de periodismo. De acuerdo con Restrepo y Botello (2018:9),” más que las

técnicas para detectar la mentira y para acceder a la verdad, se necesita una actitud personal hacia la verdad y de rechazo de la mentira y de las medias verdades”. Las facultades de comunicación son el lugar idóneo para aumentar el compromiso ético de los medios de comunicación, pues gracias a estos espacios educativos se favorece que la dirección de empresas, en un futuro, se lleve a cabo por personas con sensibilidad ética. Por ejemplo, los profesores podrían inocular en sus alumnos, quizás futuros directivos de la comunicación, que el respeto a la dignidad humana mediante salarios dignos es más importante que la rentabilidad económica (Codina, 2004:27)

Sin embargo, en el mundo capitalista actual esto suena utópico, ¿no es cierto? Se es demasiado frágil ante la tentación del dinero. Y más cuando, por ejemplo, en la Facultad de Comunicación solo existe una asignatura relativa a la ética y esta se ofrece en el último curso, ocupando así mucho más lugar en la Universidad la formación técnica. En mi opinión, es por esto por lo que la educación ética no debería replegarse a las facultades de comunicación o a otros estudios como la docencia y la medicina, sino que tendría que implementarse en los colegios desde primaria, pues solo así se conseguiría despertar el pensamiento crítico con el suficiente tiempo e importancia como para que los principios éticos no se los lleve el viento en las primeras presiones. Se trata de crear una conciencia rebelde y crítica, capaz de cuestionarse todo, desde edades tempranas.

Por otro lado, la tercera de las salidas que plantean Restrepo y Botello (2018:26) es el cambio de las fuentes de financiación. “El periodismo, en efecto, tiene que quitarse de encima la sospecha de que, en el momento de informar, depende de sus fuentes de financiación”, apuntan. Surge entonces la necesidad de otra estructura financiera que demuestre la independencia del medio. Los autores ponen los ejemplos de las ediciones nativas digitales, financiadas mediante las suscripciones de sus lectores, como el culmen de la independencia periodística. Ciertamente y como ya se comentó, lo ideal sería que los medios de comunicación estuvieran únicamente financiados por los propios lectores, fomentándose así el compromiso social y alejando a los periodistas de los magnates y del poder político. Existen varias empresas periodísticas que han tratado de realizar tal emancipación, pero es un proceso costoso y todavía, pese a la idea de Restrepo y Botello, hay muchos otros autores que consideran que no son lo suficientemente rentables para catalogarlas de éxito. Uno de ellos es Palacio (2018:12), quien considera que los recursos que llegan a esas empresas periodísticas son, aún, exiguos.

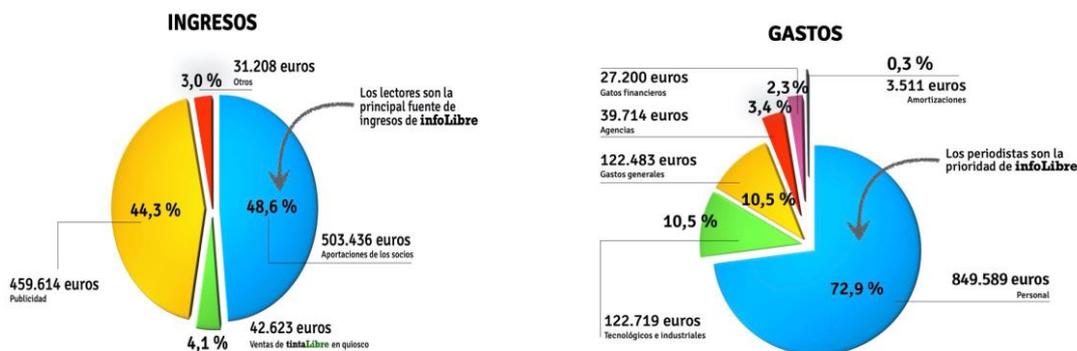
De acuerdo con García Santamaría (2014:8), es poco probable que un medio *online* sea capaz de competir con plataformas como *Google* o con los nuevos *players* de Internet. Los periodistas no han conseguido encontrar en la Red una forma de sostener el entramado

económico-administrativo-redaccional que soportaban los periódicos tradicionales. Es más, ni siquiera las plantillas escasas ni la reducción en costes por el uso de las tecnologías han conseguido asentar el negocio online. Lo cierto es que, según García y Pérez (2014:16), “los modelos puros y dependientes exclusivamente de las aportaciones de los lectores se antojan hoy día poco factibles”. En lugar de las suscripciones como única forma de financiación, la mayoría de los diarios nativos digitales se están valiendo de la publicidad para sustentarse, como sucede con *El confidencial* (Palacio, 2018:17), que se niega a abandonar ese método de subvención. Pero, entonces, ¿dónde está la independencia si la competencia por la barata publicidad en internet sigue activa?

Desde el año 2010 se produjo una eclosión de diarios nativos digitales que muestran la voluntad de los periodistas por reinventar la profesión (García y Pérez, 2014:11). La mayoría de esos medios surgieron auspiciados por veteranos periodistas que, en muchos casos, se han servido de las indemnizaciones por sus despidos para impulsar los nuevos proyectos. Esto sucede, por ejemplo, con *El Español* y también con *InfoLibre*, cuyas plantillas están formada en gran parte por periodistas que proceden de los periódicos tradicionales. De esta forma, tales medios no son realmente novedosos en el terreno periodístico, sino que ya cuentan con contactos que les ayudan, desde un principio, en su financiación. En el caso de *InfoLibre*, sin ir más lejos, editoriales como Mediapart es una de sus socias principales. Lo cierto es que los medios digitales no son rentables a corto ni medio plazo, aunque no prescindan de la publicidad como sustento, pues encontrar una red clientelar dispuesta a pagar por la información lleva cierto tiempo.

El presupuesto para mantener a una redacción se encuentra en torno a unos 600.000 euros anuales, a los que hay que sumarles aproximadamente 350.000 euros de gastos generales básicos, incluyendo los recursos económicos (García y Gómez, 2014:23). Pese a estas sumas de dinero, las redacciones de los medios digitales no suelen estar compuestas por más de una docena de periodistas, exceptuando casos como el de *El Confidencial*, surgido en 2001, que cuenta con cincuenta de ellos, el número ideal para un periodismo de calidad. Es por estas cifras por las que medios digitales no suelen mantenerse única y exclusivamente con publicidad, porque, en realidad, esa solución tampoco es factible, a no ser que se tengan previos contactos o una fama ganada, como sucede en el caso de las versiones digitales de *El País* y *ABC*. Y es que una rápida financiación de los contenidos mediante la publicidad solo sería viable en las ediciones online de los grandes diarios de referencia. De esta forma, existen métodos de subvención como el modelo *freemium*: una mezcla de ingresos publicitarios como base importante más las suscripciones y el *crowdfunding* (García y Pérez, 2014:20). Así es como se mantiene, por ejemplo, *InfoLibre* y es, también, como el cobrar por los contenidos se convierte en una

excepción y no en la regla. Es más, en los dos gráficos siguientes, publicados por *InfoLibre* en su sección de Transparencia, puede observarse cómo, aunque los ingresos por lectores superan en cuatro puntos a los de por publicidad (48,6%), estos últimos (44,3%) son enormemente importantes, por su volumen, para la financiación del diario:



Eldiario.es, por otro lado, aúna los pagos por suscripciones con los ingresos obtenidos por la publicidad, pero, aun así, los mismos periodistas se han lamentado en varias ocasiones de la situación económica del diario. Es más, de acuerdo con Palacio (2018:15), no fue hasta la publicación de la exclusiva sobre el máster de Cristina Cifuentes cuando *eldiario.es* logró rebasar los 31.000 socios, tras más de cuatro años en activo, lo que evidencia el proceso lento de la captación de clientela. De hecho, el pasado 29 de marzo de 2020 y con el titular de “El demoledor impacto del COVID-19 en los medios de comunicación en España”, *eldiario.es* pedía ayuda a sus suscriptores y anunciaba una subida en la cuota, días más tarde.

Es cierto que existen diversos tipos de publicidad y que no es lo mismo que un periódico esté financiado por una entidad bancaria que lo esté por, por ejemplo, una editorial independiente. Sin embargo, en mi opinión y tras haber leído en profundidad sobre las consecuencias de los problemas de financiación del periodismo, considero imprescindible el convencer a la audiencia de ofrecer su apoyo mediante suscripciones. Esto es necesario para aumentar la calidad de la actividad periodística y por ende la madurez cultural de la sociedad, así como también lo es para lograr el funcionamiento de una democracia real. Actualmente, en los primeros años de vida de estos medios es casi imprescindible, para la mayoría de ellos, apoyarse en la publicidad. Pero eligiéndola con cuidado y teniendo presente siempre la deontología de la profesión, poco a poco podrían ir desligándose cada vez más del espacio publicitario, como ya hacen diarios como *InfoLibre*.

En definitiva, si el medio nativo digital no cuenta con un apoyo previo ya sea por los ahorros de sus fundadores o por los contactos que estos tengan, este, en el contexto capitalista actual plagado de presiones y en el que la audiencia está acostumbrada a la

gratuidad de los contenidos en la Red, no podrá sobrevivir durante el tiempo que se precisa para convencer a unos clientes nada acostumbrados a pagar por la información. Pero, ¿si la gente no confía por qué va a pagar por el periodismo? ¿Y si no se paga por él cómo se logra sacar a las redacciones de la precariedad y de la dependencia? ¿De qué sirve entonces que se forme académicamente a los periodistas en la ética si luego el mundo real los aplastará con sus presiones? Ahí es donde entra en juego *Rosas en el desierto*.

Como se comentará de nuevo más adelante, el título *Rosas en el desierto* corresponde a una frase que el profesor Ramón Reig comentaba en una de las pocas clases que pudimos dar antes de la declaración del estado de alarma. Ese “desierto” se refiere al mercado actual, fruto del capitalismo y lleno de las presiones comentadas, mientras que las rosas serían los periodistas que tratan de mantenerse éticos frente a ellas. Suena imposible, es obvio que una rosa no puede crecer en un ambiente árido y peligroso, pero, si ese entorno cambia, ¿por qué no iba a prosperar? Si se consigue despertar el pensamiento crítico aniquilado por esos grandes conglomerados, guiados únicamente por el beneficio económico, empezaría a llover en el desierto y, tarde o temprano, la atmósfera ideal para las rosas se lograría. Primero, la formación ética temprana conseguiría que todos fuésemos más conscientes de la importancia de profesiones como la docencia o el periodismo, pues se hablaría también de la deontología durante esa educación. Luego, el periodismo hallaría un público menos reacio a pagar por la información al haber comprendido de la necesidad de independencia económica tanto del poder político como del económico. Y sería entonces cuando se establecería un pacto no escrito entre periodistas y ciudadanos, reanudándose de nuevo la confianza y acabándose con las presiones como la precariedad en la profesión. Un proceso largo, seguramente, pero satisfactorio y enormemente positivo para la sociedad. Además, si ya se ha logrado en medios como *InfoLibre* que casi la mitad de los ingresos correspondan a suscripciones, es una buena señal de que, quizás en un tiempo no demasiado lejano, la sociedad haga cambiar el contexto mercantil.

3. ASPECTOS FORMALES DEL RELATO.

3. 1. Tema, trama y estructura.

El tema es la base de toda historia y, por ende, los personajes, el punto de vista del narrador, los diálogos y la ambientación, entre otras cuestiones, giran en torno a él. De acuerdo con Bain (2003:298), el tema puede identificarse con la primera motivación que hizo al autor comenzar el relato en primer lugar. En el caso de *Rosas en el desierto*, tal cosa corresponde con el interés por despertar el pensamiento crítico y descubrir los verdaderos culpables de la situación decadente de la profesión periodística. Como antes he mencionado, la explicación e investigación del mundo exterior con sus presiones hacia el

periodismo, promovida por la preocupación personal propia de cualquier estudiante de ese grado, formó parte también de la elección. Al fin y al cabo, como diría Steele (2003:24), “probablemente el lugar más fértil en que se pueden buscar las semillas sea el patio trasero de nuestra propia vida”.

Puedo decir que el tema es quizás lo único que tuve claro desde un principio. Otros aspectos del relato mutaron en varias ocasiones, incluyendo el punto de vista del narrador y la personalidad del protagonista, pero siempre quise que la narración girase en torno a la reflexión sobre la ética y sobre el porqué de la precaria situación actual de la moral de los profesionales del periodismo. Mi intención no era excusar a los periodistas, sino dejar de señalarlos como los únicos culpables, abriendo así la cuestión a un enfoque estructural que tuviese en cuenta tanto a los propietarios de los medios como a la audiencia y a los comunicadores. El tema, en definitiva, reposa en la búsqueda y exposición de las presiones del mundo globalizado y capitalista y de los efectos que estas tienen sobre todos nosotros, pues tanto un consumidor, forzado al sensacionalismo y a la inopia, como un periodista, controlado mediante bajos salarios y amenazas de desempleo, reciben coacciones, aunque en ocasiones sean difíciles de percibir.

El primer elemento indispensable a tratar es la gran pregunta dramática que guía el desarrollo de la historia. Como afirma Ebenbach (2003:87), este interrogante se centra en la mayoría de ocasiones en el protagonista, interpretado en esta ocasión por un profesor de ética periodística cuyo ánimo es narrar a sus alumnos su pasado para lograr inocular en ellos la inquietud de “mirar más arriba” y el deseo del cambio. De tal forma, podría decirse que la pregunta dramática evidente es si Eduardo conseguirá transformar esa clase en el “pequeño ejército” de buenos periodistas que nombra en reiteradas ocasiones. Sin embargo, a lo largo del relato de los remotos actos del profesor, cuando trabajaba como periodista en *La Voz del Sol*, se origina también la duda de si el protagonista encontrará el camino de vuelta al respeto de la ética, respuesta que se intuye, pues es él mismo quién está ofreciendo enseñanzas en ese ámbito.

Por otro lado, y de acuerdo con Ebenbach (2003:95), la estructura es siempre inseparable de la trama y consiste en “la secuencia de acontecimientos de un relato que nos lleva a responder la gran pregunta dramática”. En un principio, por mi poca pericia en la escritura, me decidí por distribuir los acontecimientos en torno al esquema básico aristotélico: planteamiento, nudo y desenlace. Es más, estaba tan empeñada en encajar el relato en ese esquema, pues lo consideraba el normal y el ideal para alguien con mínima experiencia, que, aun habiendo terminado su escritura, no supe ver que la historia no encajaba en él. No fue hasta que Pilar Bellido, me llamó la atención sobre la estructura real

de *Rosas en el desierto* cuando comprendí que el relato no correspondía al canon de Aristóteles, ya que no contaba ni siquiera con un planteamiento y, además, poseía dos niveles de narración diferentes. Con su ayuda, recordé también, como ya habíamos tratado en *Letras Contemporáneas*, que la estructura aristotélica está obsoleta hoy día, pues en la literatura actual reina la fragmentación narrativa al ser esta la que mejor escenifica el mundo en el que vivimos.

La inmersión en el diálogo de Eduardo con sus alumnos es directa, pues no existe presentación alguna o narrador que le dé pie a su entrada. Es ahí donde comienza el primer nivel narrativo, en el que se usa el tiempo presente y que corresponde a la trama de acontecimientos desarrollados en la clase. El segundo nivel narrativo llega en el momento en el que Eduardo comienza a contar a sus alumnos, mediante analepsis y el uso de pretéritos, la historia de cómo las presiones del mundo exterior le hicieron abandonar la deontología. Ambos niveles se conectan e intercalan mediante los saltos temporales del presente al pasado y viceversa, de modo que el protagonista se sirve de su experiencia años atrás para explicar a sus alumnos, en el presente, la asignatura de Iniciación a la Ética Periodística. Mi intención con esto era que el marco teórico que preside este trabajo estuviese presente en el relato para que la narración pudiese usarse como instrumento pedagógico. Por ejemplo, en *Rosas en el desierto* se encuentran explicaciones sobre la ética, la deontología y los conglomerados mediáticos, las cuales Eduardo ejemplifica viajando al pasado y contándole a sus alumnos sucesos como las presiones que recibía en la redacción de *La Voz del Sol* y su contratación como falso autónomo.

Al comienzo de la historia, se deja intuir que, Eduardo, probablemente, está dando su primer día de clase como profesor de la asignatura de Iniciación a la Ética Periodística. Él mismo apunta en la pizarra el nombre de la materia, por si se ha equivocado de aula. Durante la estructura cronológica del presente, el protagonista formula pregunta a sus alumnos y también las responde, tratando de suscitar la reflexión entre ellos. Recurre además a sus pupilos para que le confirmen datos como fechas concretas, algo que sucede por ejemplo cuando habla de Assange y de la revelación de los informes de *Wikileaks*. A lo largo de este nivel narrativo, Eduardo se presenta a la clase, explica definiciones como la de la ética, hace anotaciones sobre el pasado y, una vez ha concluido la historia, ofrece las últimas respuestas y se despide de los alumnos. Sin embargo, considero que el tiempo presente en la historia se utiliza, sobre todo, para justificar los actos de los personajes, en concreto del protagonista. Eduardo, a la vez que les hace saber a los jóvenes de sus errores éticos y de la fortaleza moral de Matilde en contrapunto, narra el contexto de ambos, con circunstancias y entornos muy diferentes, para hacerles comprender a los alumnos el porqué de sus actos pasados. Los comentarios de Eduardo desde el presente resultan

también interesantes porque el personaje puede contemplar con madurez su juventud y se ofrece así un enfoque más completo de las diversas situaciones.

Por otro lado, las analepsis a las que se recurren para narrar el pasado siguen también su propio orden temporal, concretamente, persigue el desarrollo propio de la novela de aprendizaje o de formación. De acuerdo con Sánchez Alonso (1998:91), en este tipo de narraciones el personaje debe alcanzar un equilibrio entre el mundo exterior y el suyo propio, de modo que, en un principio, esos dos lugares se oponen y se ofrecen como antitéticos. Así, el “yo” del relato se va autoformando a partir del conflicto entre él mismo y ese mundo. En el caso de la historia de Eduardo, el mundo idealizado y seguro representado por la Universidad se ve corrompido al contacto con la verdad que aguarda en la redacción del diario y en la propia profesión. Así, el protagonista debe abandonar la candidez de la Facultad para adaptarse al contexto real y hallar soluciones frente a aquellas cosas que le desagradan y le hacen infeliz, remedio que termina por llevarle de nuevo a las aulas en la búsqueda de una mejor educación ética, para evitar que otros jóvenes sufran y se vean controlados por lo que él se encontró en el mundo hostil.

Como afirma López Gallego (2013:64), el protagonista de la novela de aprendizaje sufre en sus inicios el desencanto, pues existe un contraste evidente entre la vida idealizada y la realidad con la que se encuentra, nada apetecible. El proceso de maduración del personaje principal es entonces el objetivo de la narración y su antagonista primordial no es otro que la propia sociedad, que en el caso de Eduardo toma forma en el resto de periodistas encontrados en la redacción o fuera de ella, aunque también encuentra un antagonista en su particular mala conciencia emergida tras la mentira. Son muy utilizadas durante las narraciones de aprendizaje las analepsis y pausas digresivas unidas, por ejemplo, a prolepsis o anticipaciones temporales, pues es a través de ellas como el protagonista rememora su vida cuando se encuentra de regreso a los orígenes (Peñas, 2009:119). Esto último coincide con el hecho de que Eduardo, de vuelta a las aulas, a su mundo agradable e idílico, recuerda el pasado para ayudar a los alumnos en su transición al exterior, al paso de la niñez a la madurez. Y es que, en realidad y como señala Jesús Díaz Armas, “la novela de formación tiene un fuerte componente didáctico: su verdadero objetivo es la educación del lector, al que se instruye por medio de la educación del protagonista” (citado en López Gallego, 2013:68). Es por esto mismo por lo que es ideal para un público juvenil como el de los estudiantes.

En *Rosas en el desierto*, la ruptura del mundo idílico de Eduardo comienza con la entrada en las prácticas en el *La Voz del Sol*, cuando se intensifican las diferencias de comportamiento entre él y Matilde. Como más adelante se comentará, mi intención era que

el personaje femenino se identificase con la ética y con la educación, de modo que la ruptura real de Eduardo con el respeto a la deontología no llega con las prácticas, sino con la rueda de prensa de Ricardo Martín, cuando él y Matilde discuten y dejan de dirigirse la palabra. Es entonces el momento en el que el protagonista se aleja por completo de aquella persona a la que aspiraba a ser al entrar en la Universidad. Cuando Eduardo recuerda su origen humilde y la formación de sus padres en relación a ser una buena persona, la conciencia le supera y termina desvelando su mentira y buscando insistentemente un castigo. Es en esa búsqueda el tiempo en el que retorna a Matilde, a la Universidad, pero con conocimientos del mundo exterior. Eduardo espera, en el cobijo de esa institución y en el de Matilde, encontrar la ayuda necesaria para volver al redil ético y responsable. Esto es algo que halla en la esperanza que la amiga le ofrece mediante *La Colmena*, representando de esa forma la solución del mantenimiento de la prensa digital mediante las suscripciones. Con la ilusión recuperada, Eduardo se reencuentra con Trillo, quien representa una de esas salidas del periodismo que proponía Restrepo, la de la educación, y decide retornar a su lugar idílico, pero esta vez trayendo los conocimientos adquiridos y haciéndoselos llegar a sus alumnos para prevenirlos de las presiones del mundo exterior.

3.2. Voz y narrador.

Tal y como explica Vogrin (2003:122), el punto de vista se basa en el sencillo concepto de que los acontecimientos se observan de manera distinta en detrimento de los sujetos y sus circunstancias. Un relato, al fin y al cabo, no es más ni menos que una reinterpretación del mundo determinada por un punto de vista concreto sobre el mismo, y, tal y como apunta Pimentel (2006:248), esa visión es la que aporta el narrador con su voz. En el caso de *Rosas en el desierto*, se utiliza la primera persona, pues el relator corresponde al propio protagonista, Eduardo, quien cuenta desde su perspectiva los acontecimientos vividos en el pasado. Esto conlleva, al ser el personaje también el narrador, que solo refiera lo que quiera o pueda exponer, dejando así un rastro de subjetividad en la historia (López-Brea-Espiau, 1994:94). El lector puede experimentar la ficción a través de los sentidos del protagonista y el principal beneficio de esto es la intimidad creada al eliminarse la distancia entre la historia y el leyente.

En un principio, escribí pequeños fragmentos que me sirvieron como borradores para ayudar a decantarme por la persona del narrador y por su punto de vista. Quería hacer algo diferente de a lo que estaba acostumbrada y terminé decantándome por el uso de la tercera persona, pero no desde un narrador omnisciente, sino utilizando el punto de vista selectivo de Eduardo. Pretendía así alternar el estilo indirecto con el estilo indirecto libre para darle voz a la narración. La tarea, bastante complicada para un principiante, se me tornó

imposible y, aun limitándome al estilo directo, mi prosa era acartonada y no poseía ritmo alguno. Terminé la historia, pero el relato no tenía dinamismo y fueron las correcciones de Pilar Bellido las que finalmente me llevaron a cambiar la figura del narrador.

La profesora tenía razón y, si quería que *Rosas en el desierto* fuese una historia pedagógica, lo mínimo por hacer era que los párrafos tuviesen cierta armonía para que no resultase una tarea tediosa la de leerla. Sin embargo, por muchas vueltas que le daba, no lograba sentirme cómoda con el narrador en tercera persona así que opté por retornar a la ya conocida primera. Tal y como recordaba de lo aprendido en la asignatura de *Letras Contemporáneas*, la realidad actualmente se considera caótica e inaccesible, demasiado amplia, y por ello la forma más acertada de apropiarse de esa realidad es mediante la subjetividad del “yo” narrador. Es más, en el contexto posmoderno en el que nos encontramos, la gran mayoría de autores se sienten incapaces de crear narradores omniscientes, pues suena a falsedad el hecho de que alguien pueda saberlo todo de todos. La voz autoritaria y tradicional se ha abandonado y, hoy día, se apuesta por un narrador en primera persona como voz de las narraciones.

Así, Eduardo, a la vez que se comunica con sus alumnos en el presente y realiza reflexiones con ellos, narra el pasado en primera persona y desde su perspectiva madura. Por esto, pese a existir un único narrador, hay dos niveles narrativos diferentes, como ya se señaló. El primero de ellos es el que corresponde al presente y no consta de ningún narrador, sino que se pasa directamente al diálogo entre el profesor y los alumnos. Considero que gracias al uso de la primera persona he logrado crear más intimidad y empatía y, a la vez, conseguir que la lectura no resulte tan tediosa como en un principio.

Cambié además detalles como la personalidad del protagonista, para que despertase más empatía y no tanto desprecio, y le di un toque de humor al también narrador para romper el acartonamiento de la prosa. En esa tarea me inspiré en el estilo de Mendoza en *El enredo de la bolsa o la vida*, aunque sin acercarme a su profesionalidad. Recordé cuando en *Letras Contemporáneas* analizamos esa obra y su profundidad, tras la divertida historia, me sorprendió. Guardaba el libro en casa así que me decidí por releer sus primeros capítulos y por darle una vuelta completa a mi narración, intentando que esta guardase el trasfondo de la reflexión sobre el contexto actual, pero mostrándolo con un estilo más ameno y humorístico, como hace Mendoza con su primera persona que termina riéndose del concepto de ficción al final de la obra.

Existen diversidad de voces que un narrador puede utilizar durante el relato de la historia y, concretamente, Eduardo se sirve de la voz informal. Esta no es tan libre y desenfadada como la coloquial, aunque tampoco disfruta de la elegancia de otras más

serias (Griffin, 2003:257). Actualmente, esta elección, junto con la de la primera persona, es sumamente común en la novela contemporánea, pues, de acuerdo con Sánchez Alonso (1998:89), en nuestro siglo “se reprueban los privilegios antinaturales de que gozaba el narrador omnisciente de la novela decimonónica”. Ahora se aprecia más el hecho de poder navegar en la conciencia del personaje y de acercarlo todo lo posible al lector, conociéndolo así no solo por sus signos exteriores, sino por su actos y pensamientos.

3.3. Los personajes.

Los personajes son el motor narrativo de cualquier historia, pues se encargan de transportar al lector, mediante sus acciones, desde la primera de las páginas hasta la última. Por este motivo la creación de los mismos debe realizarse concienzudamente, con especial atención a la manera en que son presentados en la narración. Como apunta Reissenweber (2003:59), existen dos formas distintas de hacer tal cosa: mostrar y describir, y la primera de ellas ha sido la utilizada mayormente en el relato de *Rosas en el desierto*. Esta división se identifica también con las dos caracterizaciones de Sánchez Alonso (1998:100), la resumida y la escenificada, equivaliendo la segunda a la manera de mostrar de Reissenweber. El hecho de escoger mostrar a los sujetos en lugar de describirlos significa solo revelar la información imprescindible, dejando que sus emociones y sus actos sean los que ofrezcan una mejor visión de sus personalidades.

En cuanto a los tipos de personajes, hay dos categorías posibles: la de los principales y la de los secundarios. De acuerdo con la explicación de Sánchez Alonso (1998:191), los primeros son aquellos cuya función es decisiva en la trama y por ende desarrollan y cambian sus estados de ánimo y personalidad. Por otro lado, en los secundarios apenas se perciben mutaciones ni se profundiza en su forma de ser. En el caso de este relato, Eduardo y Matilde se identifican como los principales, aunque con una mayor relevancia del primero, mientras que otros como Miguel, el jefe de la redacción; Enrique, el director del diario; y Simón Trillo, el profesor; se categorizan como secundarios. Esta clasificación se debe a que Eduardo y Matilde son los únicos personajes en los que se observa el cambio, pues, a la vez que ella acaba comprendiendo las motivaciones que lo llevaron a abandonar su responsabilidad con la ética, él entiende las quejas de ella y ve la necesidad de la búsqueda de soluciones. Así, la reconciliación entre ambos significa también la reconciliación con la profesión periodística. Sucede en las últimas páginas, siendo el culmen de la narración tal transformación. Esta capacidad de cambiar es algo sumamente importante, sobre todo en la figura del protagonista y tratándose de un relato de aprendizaje (Sánchez, 1998:59).

Existen, además, los personajes dinámicos o los estáticos. Los dinámicos son aquellos en los que se profundiza y se observa su interior, mientras que los estáticos, de acuerdo con Sánchez Alonso (1998:102), son únicamente narrados desde fuera y suelen englobar a modelos sociales como el del jefe despótico, representado por Miguel, el principal antagonista. Por su parte, la figura de Eduardo no corresponde a ninguno de esos dos tipos de personajes, sino que se clasifica dentro de los redondos, junto con Matilde, aunque ella en menor medida, pues el proceso de su cambio no se observa tan detenidamente. “Cuando termina la novela ya no es igual que cuando empezó: ha cambiado”, es la definición que Sánchez Alonso (1998:102) ofrece sobre ese modelo de sujeto ficcional.

Como apunta Ebenbach (2003:55), lo que hace avanzar la trama de la historia son, principalmente, los deseos del protagonista, sus motivaciones y el conflicto con los diversos obstáculos hallados durante el camino. En la siguiente tabla se aprecia cómo *Rosas en el desierto* contiene tales características a través de Eduardo y Matilde:

| Personaje | Deseo | Motivación | Obstáculo |
|----------------|--|---|---|
| Eduardo | <p>Ser un buen periodista.</p> <p>Conservar su empleo.</p> <p>Un cambio en la profesión periodística y advertir a los jóvenes para que no pasen por la misma situación que él vivió.</p> | <p>Matilde y lo aprendido en la Universidad.</p> <p>Ser independiente y no volver al hogar familiar.</p> <p>Educar en la ética y deontología a sus alumnos.</p> | <p>Las primeras prácticas y su situación económica.</p> <p>La mala conciencia que le hace buscar su despido.</p> <p>El mundo exterior y sus habituales presiones neoliberalistas.</p> |
| Matilde | <p>Ser una buena periodista</p> <p>Encontrar soluciones para la rentabilidad de <i>La Colmena</i></p> | <p>Su núcleo familiar y la educación recibida.</p> <p>Salvar el periodismo de las presiones.</p> | <p>Las primeras prácticas y las presiones</p> <p>La rentabilidad a corto plazo y la ayuda de los otros periodistas.</p> |

Pese a que ambos individuos tienen en primer lugar idéntico obstáculo, la respuesta a él es muy distinta y es lo que motiva la ruptura de la relación amistosa. Mientras que Eduardo proviene de una familia humilde y trabajadora con el único ánimo de subsistir, el hogar de Matilde, como envidia el protagonista, siempre ha estado repleto de libros y conocimiento, facilitados por la cómoda situación económica cuya tranquilidad les permitió apostar por la ilustración. Las circunstancias tan diversas provocan que los personajes no comprendan las acciones del otro y el conflicto se desata: él defiende su comportamiento en la redacción justificando así el olvido de los principios éticos, pero ella se siente decepcionada y, en lugar de ayudarlo, le acusa de haberse transformado en otro ser.

Mi intención con el planteamiento de la relación entre Eduardo y Matilde era la de reflejar en ella todo lo que él ansiaba ser. Me explico, al ser Eduardo un “huérfano de cultura”, como él mismo se califica, el personaje de Matilde irrumpe para traerle esos conocimientos. Como el ya profesor reconoce en el presente a sus alumnos, él, en lugar de conocer a la ética el primer curso de periodismo, se encontró con Matilde. Con esa escena quería dar a entender que la amiga, de la mano de la Universidad, es de quien Eduardo aprende su sed de aprendizaje y sus ganas de convertirse en una persona más sabia y culta. Sin embargo, la amistad de ambos se desmorona cuando las presiones del mundo exterior pueden con Eduardo en aquella rueda de prensa con Ricardo Martín, pues sus circunstancias le llevan a tomar un camino no tan recto al de ella.

Es entonces cuando abandona las enseñanzas de la Universidad y de la amiga, guardándole cierto rencor a Matilde ya que, como él mismo admite, llega incluso a pensar que la actitud de ella es fruto simplemente de celos. Al alejarse totalmente de esa figura a la que aspiraba a ser, se ve abocado al descrédito de la ética profesional. No es hasta que toca fondo con la mentira sobre la Isla de los Caníbales cuando la conciencia le atormenta y su educación ética por parte de sus padres sale a flote, “debilidad” que aprovecha Matilde para traerle de vuelta al camino mediante la esperanza de un mundo mejor con publicaciones como *La Colmena*. Es ella quien logra reconciliar a Eduardo con el mundo Universitario, gracias a un seminario ofrecido por el profesor Trillo. Entonces, el protagonista cierra una herida del pasado y retorna dispuesto a aplicar todo lo aprendido en el mundo hostil a la educación de los jóvenes periodistas.

Por otro lado, me parece interesante comentar la figura de Simón Trillo, el profesor universitario, pues, aunque su presencia es intermitente y no abundante, sí resulta decisiva para el desenlace del relato. Este personaje está basado en las decenas de docentes que me han dado clase durante los muchos años en el sistema educativo. Desde mi experiencia, la del profesor es una de las tareas más relevantes que existen en la sociedad,

independientemente de la franja de edad de los alumnos, y es algo que necesitaba reflejar en la historia. Sin formación no es posible desarrollar el pensamiento crítico, y es a la conclusión a la que Trillo ayuda a Eduardo a llegar. Considero que los educadores marcan decisivamente la vida de sus estudiantes, quieran o no, y en la mayoría de los casos lo hacen positivamente. Creo que muchísimas personas recuerdan con aprecio y agradecimiento a una gran cantidad de docentes, es más, yo misma soy capaz de rememorar el nombre, incluso, de una profesora de la clase de tres años de infantil. Al comprender esto, Eduardo decide que una de las salidas más importantes para recuperar la profesión periodística es la educación ética de la sociedad, y por ello se convierte en profesor.

3.4. Ficción y realidad.

El relato de *Rosas en el desierto* no cuenta con un marco temporal concreto, pues no se ofrecen fechas determinadas ni en la narración del presente ni en la de las analepsis. Se sabe que entre ellas ha pasado aproximadamente un tiempo de diez años y que los espacios más importantes son la Universidad y la redacción de *La Voz del Sol*, pues en ellos transcurren los acontecimientos de los niveles narrativos.

Sin embargo y aunque no se plantea ningún año concreto, es cierto que mi intención era hacer parecer que el presente de Eduardo, mientras enseña, forma parte de un futuro que va más allá de 2020. Que el protagonista esté dando clase de deontología periodística en el primer curso del grado es algo que hoy día no sería posible, ya que esa asignatura ocupa solo el segundo cuatrimestre del último de los cursos. Como esa idea es una mera fantasía y una propuesta como salida frente a la recuperación del control del periodista por parte de los profesionales, no quise situarla en ningún momento temporal concreto.

Por otro lado, es cierto que, aunque no se ofrece tal marco temporal, para mí era sumamente importante que las escenas que se desarrollasen durante la trama estuviesen basadas en acontecimientos reales y no fuesen pura ficción. Sucede, por ejemplo, con el momento ridiculizante en el que presidente Ricardo Martín “soborna” a Matilde con una moneda de un euro a cambio de su silencio, mientras el resto de los periodistas callan en la rueda de prensa. Esto, como recoge López Hidalgo (2005:18-19), tiene su reflejo en la vivencia de una periodista de Radio Alicante de la Cadena Ser, cuando hizo una pregunta al ministro Trillo, no demasiados años atrás, sobre las declaraciones que Hans Blix, ex jefe de los inspectores de armamento de Naciones Unidas en Irak, había realizado a esa misma cadena. Lo que el ministro respondió a la periodista corresponde literalmente a la frase que, en el relato, Martín dice a Matilde. Además, aquel político hizo también girar la moneda en

su dirección y, tras finalizar la rueda de prensa, le ofreció el euro otra vez, le dio dos besos y, sin saber por qué, Sonia, la periodista, accedió.

Por otro lado, el silencio que experimenta Eduardo al entrar por primera vez en una redacción también es algo repetido por muchos profesionales, como Mas de Xaxàs (2005:177): “La primera sorpresa de un becario al pisar una redacción es lo silenciosa que puede llegar a ser y lo primero que hace es aprender a callar”. En adición, la forma en la que el protagonista encuentra su primer empleo es la más frecuente, de acuerdo con Ortega y Humanes (2000:164), pues “la principal vía de acceso al periodismo son las prácticas y o alguna prueba de selección”.

La presión e inmediatez de la que Matilde se queja y a la que Eduardo se adapta por el miedo a convertirse en un fracasado, forzado a volver al pueblo, se ve reflejada en el tiempo dedicado, en la vida real y por parte de los periodistas, a la redacción de informaciones. Como afirman García y Roses (2016:162), los estudiantes pasan de media seis horas en la oficina, pero un 45,3% de ellos gozan menos de una hora para elaborar las piezas requeridas por sus tutores. Además, más de la mitad de los becarios destina menos de media hora a conseguir información sobre sus temas. La importancia que en *La Voz del Sol* le dan a las redes sociales es también algo común en el mundo de las redacciones periodísticas y es una tarea encargada normalmente a los becarios, una generación más familiarizada con las nuevas tecnologías. Según López-Meri (2014:524), el uso de *Twitter* está sumamente normalizado y el 88% de los periodistas que respondieron a una encuesta realizada por Pilar Carrera utilizan la red social para sondear el ambiente y detectar tendencias.

Por último, en cuanto a estas escenas de la trama, me parece interesante señalar que las etiquetas de calidad nombradas por Simón Trillo, profesor y guía de Eduardo hacia la vuelta al respeto a la ética, están basadas en las propuestas que realizaron Pablos y Mateos (2004:356-359), recogidas en el siguiente párrafo y las cuales llamaron mi atención enormemente:

Si cada publicación se presenta al público con una etiqueta que indique la clase de periodismo que ofrece, el lector y el periodista, el cuerpo A y el cuerpo B de la comunicación informativa, sostendrán una relación transparente, consensuada, estarán bailando con la misma melodía y, por tanto, podrá generarse efectivamente comunicación. Ahí encontramos de nuevo una coincidencia: el periodismo está sufriendo presiones desde el frente de los contenidos y desde el frente de la tecnología, y en ambos casos se trata de exigencias para que el lector pueda comprar lo que quiere y eludir lo que no quiere. Nuestro planteamiento de estrategias de calidad persigue avanzar en esa línea: aclarar al lector lo que se le ofrece como periodismo. Los elementos centrales de nuestra estrategia son: 1. Las etiquetas de calidad 2. Los Consejos de Calidad Informativa 3. Los observatorios de medios 4. La activación de los lectores.

4. CONCLUSIONES.

Normalmente, cuando sucede algo como lo que aconteció con el premio otorgado a la mentira de Janet Cooke, se señala únicamente al periodista y se mira hacia otro lado, dejándole a él toda la responsabilidad. Es cierto que los individuos son dueños de sus propios actos, pero no es justo no poner tales acciones en contexto, lo cual no significa excusar a la persona, sino tratar de comprender sus motivos. Esto es algo que he tratado de plasmar en este TFG, con más o menos acierto, mediante una reflexión sobre a quién pertenece la mayor parte de la culpa de la situación precaria de la profesión periodística, pero siendo crítica con todos los sujetos. Para esta tarea, he consultado libros, estudios académicos, informes, artículos de revistas electrónicas y también algunas noticias.

En primer lugar, creí necesario, en los primeros puntos del marco teórico, profundizar y explicar la función que cumple el periodismo en la sociedad y por qué es imprescindible una actitud ética en esa determinada profesión. Pese a la importancia de los periodistas en la salud democrática, estos ven mermada su capacidad de acción a través de numerosas presiones que ponen en riesgo la democracia al librarla de una libertad de información real. En los siguientes puntos del marco teórico me centré en enumerar las presiones que sufren más frecuentemente los profesionales de la comunicación, quiénes se ven acorralados tanto por los sueldos precarios como por la influencia de los conglomerados mediáticos y por la turbotemporalidad que conllevan las nuevas tecnologías. Son estos motivos los que han disminuido sustancialmente el respeto a la ética periodística por parte de los profesionales, dando lugar a asaltos a los códigos deontológicos que defienden la verdad como valor supremo, tal y como hizo Cooke con su historia inventada.

La conclusión personal a la que he llegado mediante el trabajo en la investigación sobre la precariedad ética del periodismo es que el gran culpable es el contexto capitalista en el que nos encontramos, pues en él se persigue el beneficio económico por encima de los comportamientos morales. Incluso ahora, con una pandemia causando miles de muertes en los diversos países, políticos como Trump, que curiosamente tiene una enorme injerencia también en el poder económico pues posee diferentes empresas hoteleras, apremian la reactivación de la economía sin prestar importancia a la cifra de fallecidos. Bolsonaro es otra de las controvertidas figuras que está dejando el COVID-19. Los consumidores se encuentran desasistidos ante la homogénea e insípida oferta "cultural" de los medios de comunicación, donde reinan canales de ocio como Telecinco. También es verdad que los periodistas reciben multitud de presiones, como ya se ha mencionado, y que el poder económico tiene mil veces más influencia que una minoría crítica de ciudadanos o periodistas que traten de ir contra él. Y no es menos cierto que a los poderes económicos

y políticos les interesa bien poco ayudar a desarrollar el pensamiento crítico y por ende gran parte de la sociedad vive en aquel famoso “pan y circo”. Pero, según las leyes de una sociedad democrática, la soberanía debe provenir del pueblo.

Ante esta situación, en el último punto del segundo apartado, quise recoger las tres propuestas que ofrece Restrepo para recuperar el control de la profesión periodística: la defensa de la verdad, una mejor formación ética de los periodistas y el cambio de fuentes de financiación. En esas páginas traté de ofrecer un contrapunto a tales salidas del periodismo, comparándolas con lo que sucede en la realidad, por ejemplo, con los medios nativos digitales y sus estragos con la financiación. ¿Cómo van a lograr mantenerse únicamente mediante suscripciones los diarios digitales si gran parte de la población ni siquiera considera el periodismo como una profesión relevante? Es por esto por lo que considero que la educación ética no debería limitarse a profesiones como la medicina o el periodismo, sino que tendría que ofrecerse en colegios desde edades tempranas. Los jóvenes tendrían acceso a conocer la importancia del comportamiento moral y de la responsabilidad social del periodismo y otras profesiones, por ejemplo, y el contexto capitalista se vería amenazado por el creciente pensamiento crítico que inundaría a la mayoría de la sociedad. Por eso, mi intención ha sido la de plantear *Rosas en el desierto*, a continuación de estas conclusiones, como un relato pedagógico capaz de despertar la esperanza de ese futuro y que bien podría ser usado en una clase de ética.

También es justo reconocer que el contexto ya ha comenzado a cambiar, pues, como se ha mencionado, ya existen proyectos como *Infolibre* o *eldiario.es* que pueden mantener parte de sus gastos gracias a los suscriptores. Además, medios tradicionales como *El País* han comenzado a establecer un número limitado de artículos, en su versión *online*, a los que se pueden acceder gratuitamente de manera mensual, estableciendo luego una suscripción. En mi opinión, esta es una buena forma de acostumbrar al público a considerar la información como algo tan importante que sea necesario pagar por ella, de modo que pueda mantenerse independiente y crítica con todos. Sin embargo, y quizás debido a una mezcla de las conclusiones halladas en la investigación junto con mis circunstancias personales y al entorno que me rodea, considero que el camino hacia una prensa 100% independiente es todavía largo, pues se precisa que gran parte de la sociedad entienda de su relevancia. De nuevo, y aunque pueda sonar utópico, considero que la solución más importante pasa por la mano de una de las profesiones quizás más infravaloradas respecto a su gran responsabilidad: la docencia. Sin educación no hay conocimiento y sin conocimiento no se sabe por qué cosas protestar y cuáles demandar.

Tras el marco teórico y precediendo las conclusiones se halla el análisis de los aspectos formales del relato. Para esto me serví tanto del trabajo de autores como de los del *Gotham Writers' Workshop* como de apuntes de la asignatura de *Letras Contemporáneas*, que me aclararon temas como la novela de aprendizaje y el tipo de voz narradora más común en la actualidad. Gracias a esos documentos y a las correcciones de Pilar Bellido pude hacer un análisis de *Rosas en el desierto* en el que hablo del tema, de la trama y de la estructura del relato, así como de la voz del narrador y de los personajes. Además, me pareció interesante añadir como punto final del tercer apartado unas páginas dedicadas a establecer la relación entre la ficción que aparece en el relato y la realidad. Para mí era sumamente importante que la trama estuviese basada en acontecimientos que pasaron en la realidad, de modo que se ofreciera así una visión no exagerada sino acorde al mundo actual de la profesión periodística.

5. BIBLIOGRAFÍA.

Antón Crespo, M. y Alonso del Barrio, E. (2015). "El 'trending topic' frente a la 'agenda setting'". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21, pp. 23-34. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/esmp/article/download/51125/47465> [Consultado: 16-02-2020].

Arriagada, C.(1999) "Buen periodismo y negocio: la ruta a la calidad". *Cuadernos de información*, (13), pp. 27-30. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2938487>. [Consultado: 16-02-2020].

Asociación de Prensa de Madrid (2018). *Informe Anual de la Profesión Periodística*. Madrid: APM. Disponible en: https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2019/07/Informe-profesi%C3%B3n-2018_baja.pdf. [Consultado: 20-03-2020].

Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, (2012). *Código de Conducta*. Madrid: ACMC. Disponible en: <https://www.atresmediacorporacion.com/documents/2012/12/28/9F6E87BC-B484-4AD4-B901-37C8F4BA9CFB/00003.pdf> [Consultado: 13-02-2020].

Aznar, Hugo. *Ética y periodismo. Códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*. 1999. Barcelona: Paidós.

Azurmendi, A. (2004). "De la ética desprotegida". En: Codina. M (Coord). *De la ética desprotegida. Ensayos sobre deontología de la comunicación*. Navarra: Ediciones Universidad de Navarra, pp. 203-217.

Bain, T. (2003). "Tema: ¿de qué trata tu historia?". En: Steele.A (Coord). *Escribir ficción. Guía práctica de la famosa escuela de escritores de Nueva York*. Barcelona: Alba, pp.287-310.

Brajnovic, Luka. 1969. *Deontología periodística*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.

Cantalapiedra, M.J. (1997). *Periodistas locales*. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Maria_Cantalapiedra/publication/28068335_Periodistas_locales/links/570e339108ae3199889f6939/Periodistas-locales.pdf. [Consultado: 20-03-2020].

Casero Ripollés, A. y López Rabadán, P. (2012). “La evolución del uso de las fuentes informativas en el periodismo español” . *III Congreso Internacional Comunicación y Riesgo*. Tarragona, Asociación Española de Investigadores en Comunicación, pp. 1-22. Disponible en: <https://pdfs.semanticscholar.org/253c/c84582149d4e113aca639a37808d78990f42.pdf?ga=2.247542593.717030170.1585904947-1787006426.1585904947> [Consultado 12-02-2020].

Chillón Lorenzo, J.M (2011). “La ética como ética aplicada”. *Thémata*, (44), 163-183. Disponible en: <http://institucional.us.es/revistas/themata/44/12%20Chillon.pdf> [Consultado: 12-02-2020].

Codina, Mónica (Ed). (2004). *De la ética desprotegida. Ensayos sobre deontología de la comunicación*. Navarra: Ediciones Universidad de Navarra.

Colegio Dominicano de Periodistas (1994). *Código de Ética del Periodista Dominicano*. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5791502.pdf>. [Consultado: 13-02-2020].

Contreras, J.M. (2020). “El demoledor impacto del COVID-19 en los medios de comunicación en España”. *Eldiario.es*, 29 de marzo. Disponible en: https://www.eldiario.es/zonacritica/demoledor-impacto-COVID-comunicacion-Espana_6_1011108894.html [Consultado: 29-03-2020].

Cornejo, L. (2019). “Silvia Clemente y la prensa: 100.000 euros por noticias favorables quincenales y 9.000 por media hora de televisión”. *Eldiario.es*, 4 de diciembre. Disponible en :https://www.eldiario.es/cyl/Parlamento-Castilla-Leon-informaciones-quincenales_0_970453857.html [Consultado: 20-03-2020].

Cortina, A. (2018): “Periodismo imprescindible”, *El País*, 29 de enero. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2018/01/26/opinion/1516968330_170402.html. [Consultado: 18-02-2020].

Restrepo, J.D.(2004). *El zumbido y el moscardón, taller y consultorio de ética periodística*. México: Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano.

De las Heras Pedrosa, C. (2000). *El papel de la publicidad en la empresa periodística*. Málaga: Universidad de Málaga. Servicio de publicaciones e intercambios. Disponible en: <https://www.lahistoriadelapublicidad.com/documentos/3559.pdf> [Consultado: 13-02-2020].

Drago, T. (1998). “Periodismo, comunicación y sociedad en la era global”. En Fraerman. A. (Coord). *El gran desafío*.: Madrid: Editorial Comunica, pp. 11-27.

Ebenbach, D. (2003). "Trama: una cuestión de enfoque". En: Steele.A (Coord). *Escribir ficción. Guía práctica de la famosa escuela de escritores de Nueva York*. Barcelona: Alba, pp.85-120.

El País (2014): *Libro de estilo*. España: Santillana Ediciones Generales. Disponible en: https://coleccion.es.elpais.com/index.php?controller=attachment&id_attachment=2. [Consultado: 13-02-2020].

El País (2020): "Fernando Garea, presidente de Efe, tras ser destituido: "Una agencia pública de noticias no es una agencia del Gobierno", *El País*, 17 de febrero. Disponible en: https://elpais.com/politica/2020/02/17/actualidad/1581938249_484582.html [Consultado: 17/02/2020].

Fundación de la Universidad autónoma de Madrid (2012): *Manual de Comunicación para el personal investigador, Capítulo 4: Los periodistas*. Madrid. Disponible en: <http://fuam.es/wp-content/uploads/2012/05/CAP%C3%8DTULO-4.-Los-periodistas.pdf> [Consultado 15-03-2020].

García Borrego, M. y Roses Campos, S. (2016) "Rutinas profesionales de los becarios de Periodismo: el caso de Málaga". *Zer*, (21), 41, 155-169. Disponible en: <https://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/17267/15067> [Consultado 18-02-2020].

García Santamaría, J.V. (2014). "Situación de partida". En: García Santamaría (Coord). *El negocio de la prensa digital. En busca de un modelo sostenible para los nuevos tiempos*. La Rioja: UNIR, pp. 5-10. Disponible en: <http://www.2ip.es/wp-content/uploads/2014/08/EL-NEGOCIO-DE-LA-PRENSA-DIGITAL1.pdf> [Consultado: 15-04-2020]

García Santamaría, J.V. y Gómez-Borrero Herrero de Tejada (2014). "Finanzas". En: García Santamaría (Coord). *El negocio de la prensa digital. En busca de un modelo sostenible para los nuevos tiempos*. La Rioja: UNIR, pp. 22-23. Disponible en: <http://www.2ip.es/wp-content/uploads/2014/08/EL-NEGOCIO-DE-LA-PRENSA-DIGITAL1.pdf> [Consultado: 15-04-2020]

García Santamaría, J.V. y Pérez Bah, F. (2014). "Los modelos de negocio y el cobro de los contenidos". En: García Santamaría (Coord). *El negocio de la prensa digital. En busca de un modelo sostenible para los nuevos tiempos*. La Rioja: UNIR, pp. 11-21. Disponible en: <http://www.2ip.es/wp-content/uploads/2014/08/EL-NEGOCIO-DE-LA-PRENSA-DIGITAL1.pdf> [Consultado: 15-04-2020]

Griffin, H. (2003). "Voz: el sonido de cada historia". En: Steele.A (Coord). *Escribir ficción. Guía práctica de la famosa escuela de escritores de Nueva York*. Barcelona: Alba, pp.255-286.

International Federation of Journalists (2003). *Status of Journalists and journalism ethics: IFJ principles*. Disponible en: <https://www.ifj.org/media-centre/news/detail/category/europe/article/status-of-journalists-and-journalism-ethics-ifj-principles.html>. [Consultado: 13-02-2020].

Jareño, Joaquín. (2009). *Ética y periodismo*. España: Desclée de Brouwer.

León Calderón, A. (1998). "Ética y comunicación". En: Fraerman, A. (Coord). *El gran desafío*. Madrid: Editorial Comunica, pp. 92-97.

Lopez-Brea-Espiau, P. (1994): "Técnicas constructivas del tiempo en la narrativa española actual (1975-1990)". *Rilce*, 10 (2), PP.93-109 Disponible en: <https://dadun.unav.edu/handle/10171/4450?locale=en> [Consulta: 11-02-2020]

López Gallego, M. (2013). "Bildungsroman. Historias para crecer". *Tejuelo*, 18, pp. 62-75. Disponible en: http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/4521/1988-8430_18_62.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consultado: 15-03-2020]

López Hidalgo, A. (2005). *El periodista en su soledad: de cómo la precariedad en el trabajo condiciona la ética y la independencia del profesional, y otras respuestas sin pregunta*. Sevilla: Comunicación social, ediciones y publicaciones.

López-Meri, A. (2014) "Twitter y las rutinas periodísticas. Líneas de investigación". *Fòrum de recerca*, 2014, 19, pp. 521-530. Disponible en: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/169188/Lo%cc%81pez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. [Consulta: 23-02-2020]

Mas de Xaxàs, X. (2005). *Mentiras. Viajes de un periodista a la desinformación*. Barcelona: Destino.

Muñoz, B. (2011) "La industria cultural como industria de la conciencia: el análisis crítico en las diferentes generaciones de la teoría de la escuela de Frankfurt". *Revista de teoría crítica* (3). pp. 61-89. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4244305.pdf> [Consultado: 09-03-2020].

Núñez Encabo, M. (1993). "Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística". Estrasburgo: Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa. Disponible en: http://www.asociacionprensa.org/es/images/Codigo_Deontologico_Europeo_de_la_Profesion_Periodistica.pdf, pp. 1-8. [Consultado: 13-02-2020].

Ocampo Villegas, M.C. (2004). "Conglomerados multimedia: la nueva tendencia empresarial de los medios de comunicación". *Palabra-Clave*, 11, pp.0. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/649/64901104.pdf> [Consultado: 14-02-2020].

Ortega, F. y Humanes, M.L. (2000). "Periodistas del Siglo XXI. Sus motivaciones y expectativas profesionales". *Cuadernos de información y comunicación*, 5, pp.153-170. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=188628> [Consultado: 13-02-2020].

Pablos Coello, J.M, y Mateos Martín, C. (2004), "Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad, en prensa y TV Patologías y tabla de medicación para recuperar la calidad en la prensa." *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 12, pp.341-365 Disponible en :<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=168/16801219>. [Consultado: 16-02-2020].

Palacio, L. (2018). Modelos de negocio de los medios digitales: diversificar ingresos para financiar el periodismo, *Cuadernos de periodistas*, 36, pp.9-22. Disponible en: <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2018/07/9-22-Luis-Palacio.pdf> [Consultado: 03-04-2020].

Peñas, E (2009). "La vigencia de la novela de aprendizaje: un análisis de Carreteras secundarias, de Martínez de Pisón y el Viento de la luna, de Muñoz Molina". *Anales*, 21, pp.117-141. Disponible en: <http://www.cervantesvirtual.com/research/la-vigencia-de-la-novela-de-aprendizaje-un-analisis-de-carreteras-secundarias-de-martinez-de-pison-y-el-viento-de-la-luna-de-munoz-molina--0/43468ea3-8037-4544-999c-53c5ea2b9012.pdf> [Consultado: 15-03-2020].

Pimentel, L.A (2006). "Visión autoral / visión figural: una mirada desde la narratología y la fenomenología". *Acta Poética* 27 (1), pp.247-271. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/369097612/Vision-autoral-vision-figural-una-mirada-desde-la-narratologia-y-la-fenomenologia-Luz-Aurora-Pimentel> [Consultado 15-03-2020].

Reig, R. (2017). "Metodología para el estudio de la estructura mundial de la información". En Reig, R y Labio, A (Coords). *El laberinto mundial de la información. Estructura mediática y poder*. Barcelona: Anthropos Editorial, pp. 15-33.

Reissenweber, B. (2003). "Personaje: proyectar sombras". En: Steele.A (Coord). *Escribir ficción. Guía práctica de la famosa escuela de escritores de Nueva York*. Barcelona: Alba, pp. 47-84.

Restrepo, J.D. y Botello Manuel, L. (2018): *Ética periodística en la era digital*, Suecia, International Center for Journalists. Disponible en: http://eticaperiodistica.info/wp-content/uploads/2018/05/Manual_EticaPeriodistica.pdf [Consultado: 18-02-2020].

Romero-Domínguez, L.R. y Suárez-Romero, M. (2017). "Europa: la pérdida de su diversidad y la sombra de EE.UU." En Reig, R y Labio, A (Coords). *El laberinto mundial de la información. Estructura mediática y poder*. Barcelona: Anthropos Editorial, pp. 75-100.

Salazar, D. (2018). *No hemos entendido nada. Qué ocurre cuando dejamos el futuro de la prensa a merced de un algoritmo*. Lima: Penguin Random House.

Sánchez Alonso, F. (1998). "Teoría del personaje narrativo. Aplicación a El amor en los tiempos del cólera. *Didáctica*, 10, pp.79-105. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/DIDA/article/view/DIDA9898110079A> [Consultado 15-03-2020]

Sánchez Tabernero, A. (2004). "El comportamiento ético en las empresas de comunicación". M.E.Coord. En: Codina, M (Coord). *De la ética desprotegida. Ensayos sobre deontología de la comunicación*. Navarra: Ediciones Universidad de Navarra, pp. 21-41.

Schmuhl, Robert. 1985. *Las responsabilidades del periodismo*. Barcelona: Editorial Mitre.

Society of Professional Journalists (1996), *Code of Ethics*. Disponible en: <http://www.spj.org/pdf/ethicscode.pdf>. [Consultado: 13-02-2020].

Steele, A. (2003). "Ficción: el qué, el cómo y el porqué". En: Steele.A (Coord). *Escribir ficción. Guía práctica de la famosa escuela de escritores de Nueva York*. Barcelona: Alba, pp. 13-47.

UNESCO. (1978) *Declaración sobre los Principios Fundamentales relativos a la Contribución de los Medios de Comunicación de Masas al Fortalecimiento de la Paz y la Comprensión Internacional, a la Promoción de los Derechos Humanos y a la Lucha contra el Racismo, el Apartheid y la Incitación a la Guerra*. Disponible en:http://portal.unesco.org/es/ev.phpURL_ID=13176&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html. [Consultado: 13-02-2020].

Uribe O, H. (1998). "La ética periodística y el neoliberalismo". En: Fraerman. A. (Coord). *El gran desafío*. Madrid: Editorial Comunica, pp. 78-92.

Viner, Katharine. (2006): "¿Qué es la verdad?: reflexiones sobre el estado del periodismo actual. ". *The Guardian*, 12 de julio. Disponible en : https://ideas.llorenteycuena.com/wpcontent/uploads/sites/5/2016/11/161122_DI_Informe_Ahora_Verdad_ESP.pdf. [Consultado: 12-02-2020].

Vogrin, V. (2003). "Punto de vista: el menú completo". En: Steele.A (Coord). *Escribir ficción. Guía práctica de la famosa escuela de escritores de Nueva York*. Barcelona: Alba, pp.121-158.

6. ROSAS EN EL DESIERTO.

Buenos días.

Silencio. Por favor.

Vaya, observo muchas miradas apáticas y gestos indiferentes procurados por varios años de adiestramiento en el duro arte de coger apuntes para luego memorizarlos. ¿Os parece que lo hagamos diferente hoy?

De mi sobrina de tres años aprendí que los niños pequeños no llevan a cabo presentaciones. Ni nombres ni edades, para ellos es más sencillo: se miran a los ojos y empiezan a jugar. He pensado en varias ocasiones trasladar eso a la Universidad, con el objetivo, por fin, de que tengáis la intriga atenta de escucharme prescindiendo de la necesidad de *googlearme* para comprobar si mis palabras están basadas en hechos reales. Por desgracia, las nuevas tecnologías no están de mi parte, y seguramente la mayoría de vosotros ya conoce mi nombre por ese maldito plan docente. ¿Dónde quedó la sorpresa? Bueno, así que antes de que empiecen los cuchicheos de los que lo saben mencionándoselo a los que no, mi nombre es Eduardo Martín González. Os haré un favor y no lo escribiré en la pizarra, no soy ese tipo de profesores que os creen tan estúpidos como para olvidaros de un solo nombre. El “usted” tampoco me agrada, demasiado frío. Mientras no aludáis a mí como Edi o papá, sin ser yo nada de eso, me vale.

¿Profesor? Me gusta, es un clásico. Hermosa sugerencia.

Bueno, esperad, igual sí que debería recordaros con la tiza la clase en la que estamos: Iniciación a la Ética Periodística. Con todos sus acentos.

¿Qué? No me miréis así, equivocarse de clase son las típicas cosas que suceden cuando se está en el primer curso. Es por mí más que por vosotros, así, si resulta que estoy en el aula incorrecta, siempre hay una mano que me avisa. Vaya, pues veo una, ¿he metido la pata? Sí, dime. Ah, qué susto. ¿El correo? Dadme unos días que limpie la bandeja de entrada del *spam* de las Navidades y es todo vuestro. ¿Hay alguna pregunta más? Venga, no seáis tímidos. No, no hay examen y sí, pese a que no lo hayáis referido, los rumores son ciertos, soy uno de los mejores profesores que vais a tener. Fuera de bromas, estoy convencido de que esta materia es la base de todo buen periodista y espero persuadiros sobre su gran relevancia hoy.

¿Alguien sabe qué es la ética? Sin apellidos, solo la ética, más tarde conoceremos a sus primos hermanos. La participación será tenida en cuenta para la mitad de la calificación final, algo que deberíais saber también. Vaya, veo manos, es algo que siempre funciona.

Tú, ¿podrías definirla? Hacer lo correcto, sí, no vas por mal camino, también es válido identificarla con los preceptos necesarios para distinguir entre lo bueno y lo malo. Sin embargo, es una pizca más complejo y ya hablaremos de Kant y de otros autores como Brajnovic y Fraerman, pero así, como resumen muy personal, os diré que la ética consiste, ni más ni menos, que en el sentido común general del deber ser propio de las buenas personas. ¿Muy críptico? A ver, más sencillo: la ética es la defensa al respeto a los Derechos Humanos. Y dentro de ellos hay uno muy especial para los periodistas, el artículo número diecinueve.

¿Cuál es tu nombre? Sofía, puedes buscarlo en tu ordenador y leerlo para toda la clase, por favor. Sí, el número diecinueve. Un poco más alto.

Genial, muchas gracias.

Toda persona posee como derecho fundamental, inherentemente por el natural hecho de haber nacido, el acceso a la información. Quien se meta con el periodismo está jugando con uno de los derechos humanos más importantes, eso es lo que quiere plasmar el artículo. O lo que se saca de entre sus líneas. Ahora llega mi momento preferido, como vuestro mesías os hago un anuncio sumamente valioso: sois imprescindibles. Sí, vosotros, con esas caritas de cervatillos asustados, portáis en los hombros la valiosa y pesada, aunque reconfortante, carga del futuro del periodismo. Incluso me he perfumado hoy, por eso de que los recuerdos se guardan y conservan con más facilidad cuando van ligados al sentido del olfato. Sin vosotros, periodistas, no hay democracia. Mirad, la piel de gallina al imaginar que en unas semanas seré yo quien os descubra a figuras como Assange por primera vez. Sí, reíros, pero ya me retendréis por la jungla de los pasillos para darme las gracias en unos años o, con un poco de suerte, meses.

Sois los vigilantes del poder, los transmisores de la cultura, los únicos oídos y ojos expertos de la sociedad. Pequeños *padawans*, poseéis la enorme tarea de bucear en la realidad, seleccionarla y llevarla a los lectores, oyentes o espectadores, para que sus cabecitas atesoren la posibilidad de desarrollar el pensamiento crítico y no sean esclavas de la inopia intelectual por la ausencia de información o, lo que más ocurre en este tiempo, por la sobreabundancia de ella. Bueno, pero como diría el tío Ben, un gran poder conlleva una gran responsabilidad. Ahí es donde entra la ética periodística, prima hermana con un doctorado de la anterior, para recordárnoslo.

¿Demasiado intenso? Os iréis acostumbrando a mí.

Veréis, la nuestra es una profesión tan primordial que, como sucede con la medicina o con la docencia, por ejemplo, son necesarios instrumentos pedagógicos que establezcan unas pautas de comportamiento generales bajo el objeto de no perjudicar al resto de la sociedad. Es el caso de los códigos deontológicos o de los manuales de estilo. Os seré sincero: no tienen ningún carácter legal. Por mucho que la Federación de Asociaciones de Periodistas Españoles reivindique lo indispensable del respeto a la verdad, lo cierto es que no puede hacerlo coactivamente. Depende de la moral de cada periodista el atenerse a ellos o no. Por supuesto, si publicáis alguna vez una información falsa que daña al honor de alguien, aunque sospecho que tal cosa suceda pues yo soy vuestro profesor de ética, esa persona puede denunciaros y no os libraréis de una visita al juez y una cuantiosa multa, pero eso ya lo veréis en derecho y no nos compete ahora mismo.

La finalidad de esta clase no es vigilar que memoricéis normas de códigos y libros, ya habrá tiempo de eso con otros profesores. Mi cometido pasa por enamoraros de la ética periodística hasta tal punto que seáis capaces de resistir a las presiones que os aguardan, por mucho dinero que haya sobre la mesa, porque os abandonéis plenamente al servicio a la sociedad. Ya lo habréis aprendido en el primer cuatrimestre con la historia del nacimiento del periodismo: la información es poder y controlarla siempre ha sido, y continúa siéndolo, una lucha constante. Es una profesión para valientes y, si me lo permitís, voy a construir un ejército de buenos periodistas, vaya, de buenas personas.

Esto es la guerra y la vamos a ganar nosotros.

Me encantan las risas incrédulas de los primeros días. Seguro que aquel chico de rojo está comentándole al de verde que me falta un tornillo. Mi madre pensó lo mismo cuando le conté que quería ser periodista...

Hoy vengo a hablaros del mundo real. Hace más de diez años que ejerzo como periodista y conozco al dedillo con lo que os vais a topar al salir de la Universidad, carrera bajo el brazo. También estuve en esas sillas, cogí apuntes y me creí poseedor de la mayor integridad y de la verdad absoluta, por eso creedme al anunciar que el mundo ahí fuera es un lugar mercantilizado y solitario en el que las personas somos solo productos.

Siempre hay algún alumno aventajado y curioso que ha hablado con aspirantes a periodistas de cursos mayores, aprendiendo de sus comentarios mi pasado carente de ética, pero rogaría que no hicierais *spoilers*. ¿Durante el instituto no os visitaron nunca víctimas de accidentes de tráfico para concienciaros del uso del casco al montar en

motocicleta, o de la abstinencia al volante? Esto va a ser un poco parecido. La cagué bastante en mis inicios.

De seguro ningún perspicaz profesor decidió deleitaros antes con la narración de una anécdota personal tan enriquecedora, lamento la extravagancia dispar. Venga, silencio, esas risas. Me comprometo a que este ejemplo íntimo sí merezca la pena ser escuchado, no mencionaré a hijos ni a perros. Atended a este superviviente que procura entrenaros para la batalla, mis todavía flacos gladiadores.

No tuve vuestra suerte. Cuando yo estudiaba, solo existía la asignatura de Ética, la que se ofrece en el último año del grado. Es más, aún hoy día, en muchísimas universidades alrededor del mundo ni siquiera se entrega jamás tal conocimiento. ¿Cómo os coméis eso? No se forma a los periodistas en la ética, como si no tuviese relevancia. Bueno, pues yo en lugar de descubrir a la señorita deontología, el primer día de clases conocí a Matilde. Esas sonrisillas. Qué va, fue una amiga, ninguna novieta de la juventud, mentes hormonadas. Era todo lo contrario a mí y venía con la ética aprendida de casa, os juro que, ahora, permanece en mi lista de los periodistas más íntegros que he conocido. Pero para ella siempre ha sido más sencillo, ya hablaremos del por qué. El caso es que, en el primerísimo día de clases, desde la última banca, quedé fascinado por el brillante pelo azul de Matilde.

Mientras yo me camuflaba entre la multitud, ella se encontraba sola en la primera hilera de asientos del aula. Aprovecho ahora para proponeros, o mejor dicho, obligaros, así, al estilo de las dictaduras de otros docentes, a que avancéis un par de bancas más cada uno. Me siento muy solo aquí rodeado de tanto oxígeno y puedo esperar el tiempo que consideréis oportuno con tal de verme acompañado. Acercaos sin miedo, a los docentes inofensivos nos ponen en primero, los peligrosos con corbatas de pinchos y gesto de halcones peregrinos llegarán después.

Sé qué os vais a reír de mí, pero yo nunca antes había visto a una persona con el pelo de color azul. Nací en un pueblecito de menos de seis mil habitantes y allí o eras rubio o moreno, no había más. Hombre, pues claro que sabía que en el siglo XXI los cabellos estridentes son habituales, uno no habita en una caverna sin ventanas a Internet, lo que pasa es que no había contemplado algo así en primera persona. La Universidad abrió las puertas de un nuevo y fascinante mundo. Bueno, pues ella debió notar que era incapaz de apartar la mirada de su pelo, se levantó y caminó hacia mí.

- Es gratuito, no deberías fiarte de lo que pone ahí.

Antes de subir a la clase, me había topado con una pila de periódicos gratuitos, sí esa en la que estáis pensando, doy fe de que continúa en el mismo lugar. Cuando ella se acercó,

tapé mis ojos con el periódico, como en una de esas películas cómicas de detectives incompetentes, disimulando. Observó entonces que tenía entre mis manos un ejemplar de *20 segundos* y espetó aquella frase inesperada. Esas fueron sus primeras palabras, reconozco que tenía razón. Si algo es gratis es porque el producto somos nosotros. Los rayos X de su mirada me llevaron a levantar la mía.

- Además, vamos a ser periodistas así que igual no deberíamos apoyar que la información se ofreciera gratis, ¿no? Al menos yo no pienso trabajar gratis.
- Los periodistas del *20 segundos* sí cobran, la única diferencia es que se financia únicamente con publicidad.

Le contesté exactamente lo que habéis estudiado- aunque un poco por encima todavía- en historia del periodismo: si la información no tiene un precio bajo o nulo, la gente no la consume, o no masivamente, y por lo tanto no existen los beneficios económicos asociados a la publicidad. Si no hay audiencia, la publicidad no se interesa en el periodismo y este último no sobrevive- como decía Matilde no se puede trabajar gratis- y, en el mejor de los casos, cae en mano de ideologías políticas que lo financian con el único ánimo de influir en la sociedad y ganar su voto y pensamiento, sin importar las pérdidas económicas. Las dos caras del periodismo: o dependiente de la política o subordinado a la publicidad. Este último vínculo desprende una sensación falsa de independencia, pues desde que nuestro amigo Girardin casó a la prensa con la propaganda, ahora el poder económico mueve los hilos del periodismo. De ahí la persistencia de Matilde, como anuncié, esa chica venía aprendida de casa:

- ¿Y eso de jugarse su financiación a una sola carta no hace que el sector privado controle férreamente al medio de comunicación? ¿No conlleva que- me quitó el periódico de las manos y dio con una página ocupada al completo por un anuncio de un nuevo coche- las redacciones tengan miedo a difundir determinadas informaciones sobre sus inversores?

No mordáis la mano que os da alimento, esa es la primera presión que acecha en el mundo exterior. Me juego un aprobado general a que más de la mitad de vosotros seréis advertidos sobre eso cuando os inauguréis en la profesión periodística. Arriesgaría incluso hasta llegar al setenta por ciento. Además, no será solo una empresa la que esté detrás del sustento económico de vuestro medio de comunicación, en absoluto. Más bien decenas, y muy variadas. ¿Alguien conoce qué es un conglomerado? Vaya, o sois muy tímidos o, como es normal, no tenéis ni idea.

Me siento como Morfeo cuando le ofrece la verdad a Neo a través de la elección entre las dos píldoras, aunque las mías son rojas, ambas, así que no os queda más opción que salir de la cueva, como propuso Platón en su día. Si hace falta os arrastraré yo mismo mientras os golpeo con las marionetas en la cabeza para que os percatéis de su falsa existencia. Sois demasiado importantes en la sociedad como para que os deje salir de esta clase y “fin de la historia”.

Venga, conglomerado ¿Alguna apuesta? Muchas empresas juntas, sí, ochenta puntos en la diana. Cerca, cerca. Más cerca de la exactitud, un conglomerado consiste en la fusión o integración de empresas, como ha intuido el compañero, pero que, en la enorme mayoría de los casos, no comparten siquiera la misma actividad. Actualmente, los más comunes son los conglomerados mediáticos y no se refieren a la exclusiva unión entre medios de comunicación, sino a un gran grupo empresarial que, entre sus filiales, a la par que cuenta con periódicos, cadenas de televisión u otras formas de transmisión de mensajes periodísticos, también acoge a bancos y petroleras, entre mucha más variedad. Vaya, que lo mismo que una empresa de hacer cebos de pesca, un conglomerado tiene también la posesión de la mitad de un diario y de una marca de gasolineras. Ahí, todo junto.

¿Que para qué sirve? Buena pregunta, estoy encontrando oro en esta clase. Digamos que, si entre tus inversiones se encuentra un periódico prestigioso, es más sencillo para ti controlar, mediante el chantaje de retirar tu apoyo económico, que esos periodistas no destapen nunca nada desfavorable de tus otros negocios.

Dime el nombre del primer diario que se te venga a la cabeza. Sí, tú. *The New York Times*, me disgusta que no sea español, pero te lo perdono porque el ejemplo me viene de perlas.

Entre sus principales accionistas encontramos a Carlos Slim, que, aunque tenga nombre de compositor de música latina, no es más ni menos que un magnate multimillonario mexicano. Slim atesora en su abultada cartera de empresas, aparte del periódico estadounidense, varios grandes almacenes y gasolineras, más medios de comunicación y bancos. Que levante la mano quien crea que Slim financia a *The New York Time* porque está comprometido con la prensa libre e independiente.

Exacto, aprendéis rápido, pequeños saltamontes.

El mundo hoy día está en muy pocas manos y ninguna de ellas pertenece a cerebros de periodistas. A nosotros, que cada vez somos más, nos han domado con el chantaje de la precariedad laboral y del miedo a que cuatro años de estudios no hayan servido para nada. Se ha hecho con las riendas del periodismo gente que no tiene la menor idea, pero

tampoco les importa, pues su único interés es el beneficio económico, o el control de la información.

Qué caras más largas de pronto.

Siento ser mensajero de mal augurio, pero recordad que también soy vuestro mesías, algo de esperanza traigo al final, lo prometo. Bueno, el caso es que yo, cuando aún no tenía el título de periodista, no me enteré hasta el último curso de la existencia de estas presiones, en una asignatura llamada “Estructura del Poder”. Una jugarreta, pensaréis, que estés a meses de graduarte y te agüen la fiesta de esa manera. En realidad, no me importó en exceso, hice oídos sordos, pensé que exageraba aquel profesor. Igual que Matilde, cuando me hablaba de tales entresijos:

- En mi familia hay varios periodistas, mi padre entre ellos. Además, mi madre es abogada, así que imagina la cantidad de pleitos que se acogen en mi casa.

Yo callé. Era la primera persona con la que hablaba desde hacía días, cuando llegué a la capital, y pensé que si le hablaba de mi estirpe la espantaría.

- ¿Te sientas conmigo en la primera fila?

Y le dije que sí, comenzando una amistad que dura hasta nuestros días, aunque tuvo algún que otro altibajo, como os relataré. Matilde provenía de un hogar acomodado, sin problemas económicos y con un par de casas en la playa. Uno de los libros que más le gustaban era *El obscuro pájaro de la noche*, me lo prestó y yo le respondí que me había encantado, aunque entender, entendí poco, para qué mentir. ¿Conocéis las “circunstancias” de Gasset? El primer sí al unísono, tocaron sus teorías en selectividad este año, ¿no? Bueno, las circunstancias de Matilde eran bastante favorables y eso le permitiría, en un futuro, no caer en el mismo agujero al que yo me precipité. Por desgracia, muchos de nosotros no nacemos en hogares con enormes bibliotecas de nogal, repletas de clásicos. En la mía, concretamente, jamás entró un periódico. Los mosaicos de animalitos que componíamos en primaria los hacía con propaganda del supermercado y la información- o el entretenimiento- entraba en mi casa a través de la televisión.

Claro, dime. Esa es una buena pregunta. Podéis contribuir cuando queráis, estoy deseando escuchar vuestras voces. Pues por suerte tuve una muy buena profesora, se llamaba Martina y daba unas clases de lengua y literatura que cambiaron la perspectiva desde la que contemplaba el mundo. Me aficioné a vagar por las bibliotecas gracias a ella, tratando de encontrar a la versión de mí mismo en la que deseaba convertirme, y fue la

primera persona en alabar mis habilidades con la redacción. Era lo único que se me daba bien, eso de leer y escribir, así que aquí me tenéis.

A mí los años en la Universidad me supieron a cielo. Ahora fruncís el ceño, agobiados por la cantidad de tareas y exámenes, pero ya me diréis cuando salgáis de aquí si no se estaba a gusto en la burbuja académica. Huérfano de cultura, las aulas eran lugares confortables, de ensueño, y fue un tiempo tranquilo que pasó demasiado rápido. Era enriquecedor estar rodeado de tantísimas personas dispuestas a debatir sobre intereses e inquietudes similares. Además, ya os habréis percatado de la enorme diversidad de asignaturas que se ofrecen en esta carrera, eso también me fascinaba. Economía, psicología, política, historia, filología... ¿No creéis, a veces, que a los periodistas nos forman como a superhéroes que deben estar preparados para cualquier ocasión?

Pasaron los cursos y nos hablaron de figuras esenciales en el periodismo como Nellie Bly y Pulitzer, aunque sin objeto a dudas la historia más fascinante fue la de Julián Assange. No recuerdo el año en el que sucedió, pero Assange destapó, como portavoz de *WikiLeaks*, la corrupción sanguinaria del ejército estadounidense en Afganistán.

¿En 2010? Sí, tienes razón.

Filtró también otros varios documentos clasificados y escondidos por el poder. Los profesores lo presentaban como la mejor representación de la función del periodismo como *watchdog*, la que tanto defienden los códigos deontológicos. Un héroe de la profesión y de la sociedad, algo a lo que podíamos aspirar cualquiera de nosotros. Sonaba fácil, era lo que todos debíamos hacer, ¿no?, eso de luchar por cumplir la función social del periodismo. Sería el próximo Pedro J. Ramírez o el siguiente Assange porque, si algo me habían inculcado mis humildes padres, era la determinación de hacer el bien, que no es poco, así que sería pan comido.

Luego llegó Simón Trillo, en el último curso, y comenzó a desinflar las ilusiones que tenía respecto al futuro. Sentíais afortunados pues os toparéis también con él en unos años.

- ¿Y dónde está ahora Assange? ¿Lo sabe usted?
- Sí, claro, está refugiado en la embajada de Ecuador.
- ¿Sabe usted también que la prensa, lejos de considerarlo un héroe, ha virado hacia las acusaciones y críticas sobre su persona?

¿Qué? ¿Por qué? Si era la encarnación del buen periodista. A Trillo le llamábamos “el triste”, pero no se lo digáis, queda entre nosotros, porque, aunque presuma de una perspicacia digna del olfato periodístico, el apodo todavía le resulta desconocido. Matilde

adoraba escuchar sus discursos sobre la decadencia en la que se encontraba el periodismo desde la expansión de la nueva economía neoliberalista. Esta, de acuerdo con Trillo, se había reforzado con la llegada de las nuevas tecnologías y había traído consigo precariedad laboral, competencia, sobornos... Era un drama escucharlo. Ella me daba codazos durante las clases, portando en la mirada un te lo dije, vamos a morir todos. Sin embargo, podría decirse que las advertencias del profesor llegaron un poco tarde, en el último cuatrimestre del también último curso, y yo por aquel entonces andaba entusiasmado con el inicio de las prácticas.

No hay peor sordo que el que no quiere oír.

Por cierto, los vídeos que destapó Assange fueron subidos a *YouTube* y no cuentan ni con trescientas mil visitas, siendo probable que estas, en su mayoría, pertenezcan a perfiles de periodistas. A parte de la invisibilidad, se le ha acusado de varios cargos como la violación de menores y, finalmente, la embajada de Ecuador lo abandonó a su suerte. Ahora se encuentra todavía en la prisión de Belmarsh, donde muy probablemente morirá de viejo o de alguna enfermedad. Mientras tanto, todos nosotros pasamos las horas consumiendo vídeos de gatitos caminando por las teclas de pianos y otros tantos de perros que se asustan con sus propios pedos. Eso es lo que hacemos con los buenos periodistas y por ello es tan complicado dar con uno o convertirse en él.

Dudad de quién os anime a ser Assange, como si fuese lo más sencillo del mundo.

No lo toméis como algo personal, la culpa no debería recaer sobre la sociedad y mucho menos sobre los periodistas. Hay que mirar más arriba, porque aquí todos somos marionetas de algo más grande.

Prosigamos. ¿Habéis oído hablar de *La Voz del Sol*? Sí, es el diario local más consultado, y también fue el lugar en el que cumplimos las prácticas curriculares tanto Matilde como yo. Con la todavía ilusión acumulada en los últimos cuatro años, obtuvimos las dos plazas a finales de marzo y lo celebramos a base de zumo de cebada. Mi padre por aquel entonces se encontraba desempleado desde hacía meses y mi madre nos mantenía económicamente gracias a su trabajo como cajera en un pequeño supermercado. Recuerdo que, en las videollamadas, cuando yo les descubría mis investigaciones para el Trabajo de Fin de Grado, ellos me preguntaban por la fecha en la que regresaría al pueblo, pues debían sacar de mi cuarto todos los trastos que habían estado acumulando. Daban por sentado que lo haría porque ya no alcanzaban a pagar el piso de estudiantes en la capital y yo de autosuficiente tenía más bien poco, por muchos platos que fregase los fines de semana en los bares.

Era joven y estúpido, así que me dije que prefería vivir bajo el puente de Triana que volver a aquel pueblo, abandonando a compañeros, amigos y profesores, todos ellos promesas de un futuro sin verdeos y rodeado de conocimiento más allá del de la Pachamama. De acuerdo con las estadísticas citadas por un profesor, de cuyo nombre no quiero acordarme, cabía la importante posibilidad de ser contratados en las empresas en las que cursásemos las prácticas y decidí así haber encontrado la oportunidad perfecta y única para conseguir el empleo que me salvase del obligado regreso. Matilde, por otra parte, iba a cursar un máster en Madrid y solo estaba preocupada por una cosa:

- ¿Cómo distingo entre si quiero hacer un máster después de la Universidad porque me apetece especializarme o porque, simplemente, tengo un poco de miedo y necesito ese lapso de tiempo para pensar y descubrir a qué aspiro?

Aquellas prácticas no tuvieron la misma importancia para ambos, una cuestión que acabaría por dinamitar la amistosa relación.

¿Cómo os imagináis vosotros una redacción? Venga, vamos a hacer una lluvia de ideas. ¿Qué creéis que os sorprendería al entrar por primera vez en ella? Bullicio, bien. ¿Más? Vamos a llenar un poco la pizarra. Conversaciones, gente entrando y saliendo en busca de la noticia, llamadas importantísimas, susurros de investigaciones, trabajo en equipo... También yo fantaseaba con un ambiente parecido. Nada más lejos de la realidad: lo que os desconcertará al introducirse en una redacción será el silencio. En nuestro caso, subimos las escaleras y nos encontramos con un espacio abierto, luminoso, que albergaba tres hileras de escritorios con sus respectivos ordenadores de mesa. Pegados a los teclados se hallaban los periodistas. Una estampa triste. El ruido blanco de las teclas se tornaba imperceptible con la costumbre, y entonces ya el silencio era absoluto. Nadie hablaba con la persona que tenía a menos de metro y medio, y las informaciones, por lo visto, aparecían en las pantallas enviadas de parte de agencias y gabinetes de comunicación. No había que salir al mundo exterior más que para asistir a ruedas de prensa o eventos programados desde hacía semanas. La famosa, y mil veces mencionada en las clases, agenda *setting*, no la formaban los periodistas, o al menos no aquellos, los del diario local más prestigioso.

- Las redes sociales son muy importantes, ya lo iréis descubriendo. Así se conoce a la audiencia y podemos darle lo que le gusta. *Facebook*, por ejemplo, de ahí se sacan temas interesantes.

Eso fue explicando Miguel, el tutor de prácticas asignado por el diario, mientras nos conducía a nuestro lugar de trabajo: unos escritorios de los que apenas nos levantaríamos en esas cuatro horas diarias. El que se nos encomendaba era un trabajo propio de copistas, poco apasionante y excesivamente decepcionante para la visión de un par de estudiantes. Sin embargo, el fracaso y el miedo al futuro aterrorizan y nublan las capacidades del más bravo, y yo, sin entusiasmarme, acabé acostumbrado a la extraña situación silenciosa. Matilde, mientras tanto, se deshacía en quejas:

- ¿Y para eso nos hemos formado durante cuatro años, para acabar haciendo lo que los *trending topics*, mandan?

Las nuevas tecnologías y su inmediatez han dañado enormemente la profesión periodística. Incluso ahora me entristece ver que, allá en la última banca, varios móviles os distraen con las redes sociales. Sin mencionar que ahora cualquiera, desde su *smartphone*, tiene la posibilidad de difundir información, sea periodista o no, mienta o diga la verdad con palabras contrastadas y verificadas. El océano de *fakes news*, bulos y entretenimiento está ahogando al periodismo y sustituyéndolo por aquel “pan y circo” tan clásico. ¿Cuántos millones de usuarios tiene *Facebook*? ¿Podéis mirarlo? ¿Ya dos? Vaya, el curso pasado todavía no había llegado a ese número. Bueno, pues *Facebook* es el medio que más utiliza la sociedad para informarse y, a su vez, uno de los menos fiables. Algo hemos debido hacer los periodistas realmente mal cuando la gente prefiere depositar su confianza en una red social, en la que puedes pagar por promocionar tus ideas, antes que en los medios de comunicación tradicionales. En mi clase no pretendo cebar a *community managers*, así que os pediría, por la salud de la democracia, que apaguéis los móviles y aparquéis el ridículo sueño de convertirnos en famosos *twitteros*. Este es el grado de Periodismo, no el de *Influencers*.

¿Dónde estaba el periodismo de las películas y documentales? ¿Los intrépidos, los aventureros? *Raras avis* en estos tiempos, eso decía Trillo, “el triste”. Los primeros días en *La Voz del Sol* sentí como si el amor de mi vida me hubiese dejado a través de un mensaje de *Whatsapp*. No, *catfish*, mejor, eso era lo que había sufrido: un engaño vestido con perfume de Dior y solo descubierto al acortar la distancia, cuando no podía disimular el tufo a basura podrida. ¿Qué hacíamos? Pues las tareas encomendadas no solían diferir de las habituales en la rutina periodística, incluso para los más veteranos y expertos. Nuestra labor allí consistía en dar toques diferenciadores a notas de prensa copiadas y pegadas, de modo que la falsa ilusión del periodismo activo y luchador se perpetuase. Sucedió lo mismo con las noticias enviadas por las agencias. Cuando no existía más remedio que el de “redactar”,

Miguel nos instaba a abarcar una amplia diversidad de temas, basados en las tendencias del momento, y a difundirlos en una prosa ligera y sencilla de digerir:

- Pensad en el *click*, chicos. Sin *click* no hay publi, sin publi no hay sueldo. Venga, vámonos, quiero tres de cada uno al final del día. Y facilitas, Matilde, que nos conocemos, no estás haciendo ninguna tesis doctoral, es solo una reseña de *Operación Famoso* lo que te pido hoy, así que no me seas repipi.

Cuando el jefe se había ido, ella giraba la silla hacia mí, buscando un rostro indignado que, por el contrario, estaba obnubilado en la pantalla.

- Se cree que la gente es tonta. Además, ¿de verdad es imprescindible que en un periódico se hable de los dimes y diretes de los famosos?

Me limitaba a estar en silencio, camuflándome entre el resto de la redacción, con las plumas y los colores de la apatía y la desidia. Sabía que ella estaba en lo cierto, en parte, y que sus quejas eran apropiadas, pues, al fin y al cabo, era lo que cualquier profesor de ética periodística hubiese instado a hacer. Pero mi cabeza se llenaba de cálculos sobre el futuro y, si no conseguía un empleo, el resultado de la ecuación me privaría de la libertad de vivir en la capital. A todo te acabas acostumbrado, y más si el desempeño es sencillo y tienes alrededor a una persona como Miguel, que te anima a continuar la rutina:

- Las mujeres viven en un mundo ideal, chaval. Ni cuenta le echas. Si lo aprovechas el jefe comparará y verá que tú eres el mejor de los dos. Y hay un puesto libre, te lo garantizo.
- ¿Crees que tengo posibilidades?
- Si no te distraes y haces lo que te diga... Ella es joven, ya se le pasará. A ti se te nota que eres un tío listo, no dejes que te influya su visión rosa de la vida.

Ha llegado el momento en el que la creciente simpatía despertada en vosotros comienza a decaer, lo sé, y camina hacia el desagrado, pero, el que avisa no es traidor, irá a peor tal sentimiento. Metí bastante la pata en lugares prohibidos para un periodista ético, uno de los buenos, pero era inviable mantener intactos los principios, recientemente adquiridos en el último curso, si pretendía sobrevivir en aquella redacción. Matilde, por su parte, no se adaptó nunca, porque no quiso, y procuraba que yo me enterase y compartiera sus protestas de una forma cansina.

Cada vez me resultaban más insulsas sus quejas lejanas, emitidas desde un mundo ajeno a las dificultades económicas y en la influencia de estas sobre los actos de las

personas más aparentemente cuerdas y adaptadas. La docilidad fue mi mejor arma y, sin demasiado esfuerzo más que el del silencio y el de no molestar, logré caerle en gracia a Miguel. Tanto que me nombró el próximo *community manager*.

- No te preocupes por los seguidores de momento. Estate pendiente de los temas que tienen más *retweets* o “me gusta”, crea contenido y difunde los enlaces por ahí. Lo importante es que sean llamativos, que inciten al *click*.

Yo, *community manager*, es cuanto menos paradójico. A mí el único día que me siguieron más de diez personas fue al olvidarme en un restaurante el maletín repleto de papeles, cuando salieron en mi búsqueda tres camareros más los varios civiles que se sumaron a la carrera al comprobar que yo no me giraba, pues caminaba manteniendo una conversación por teléfono. Por suerte la cifra de seguidores no era la más importante para lograr esos ansiados *clicks*, puesto que se conseguían más que nada con titulares atractivos cargados de creatividad- un eufemismo para el sensacionalismo-, y de eso yo andaba sobrado. Bueno, yo y cualquiera. No considero que sea necesario, para eso, estudiar periodismo. Probablemente, un niño demuestre mejores habilidades en el desempeño de la creación de títulos extraordinarios y fantásticos. No supe la cantidad de *clicks* que conseguí durante ese tiempo, aunque las cifras no debieron de estar mal, pues el tutor me ofreció prorrogar las prácticas, cambiándolas a extracurriculares. Estaba pletórico y se lo conté a Matilde.

- ¿Y cuánto te pagan? - esa fue su respuesta.

Nada. Como presentís en el nuevo contrato de prácticas tampoco estaba estipulado sueldo alguno. ¿Por qué le era tan difícil apoyarme si yo sentía que estaba logrando un sueño? En aquella redacción se valoraba mi trabajo, se me daba bien y conseguiría el ansiado objetivo de no verme obligado a abandonar la ciudad por no gozar de autosuficiencia económica. Simplemente no lograba ponerme en su lugar, al igual que la empatía de ella se hallaba ausente. Mantuvimos entonces un pacto de silencio propio de una guerra fría a punto de estallar por el más mínimo vocablo pronunciado, y no discutimos. La disputa llegaría una semana antes de finalizar las prácticas, en el mes de mayo, cuando una rueda de prensa terminó por dinamitar la relación quebrada. Fue la de Ricardo Martín.

¿Alguien sabe decirme quién es Ricardo Martín? Qué rápido. Exacto, es el vicepresidente de la Junta. ¿Por qué conoces su nombre? Te lo ha chivado *google*, ya veo, pero la curiosidad es importante. Además, esto que voy a relatar sucedió hace más de diez años y el tema ya apenas se toca porque ni siquiera al partido opositor le conviene abrir la

caja de Pandora. La cuestión es que Matilde y yo ya habíamos oído hablar de él a través de un rumor que lo acusaba de corrupción, en un periódico exclusivamente digital. Entre otras cosas, el político había conseguido dos puestos de trabajo en el funcionariado de la Junta para sus familiares. Sin exámenes ni pruebas previas, sonaba a prevaricación. Sin embargo, el asunto quedó en un rumor lejano cuando ningún otro diario ni medio de comunicación, aparte de *El altavoz*, le dio cabida en la agenda *setting* de la semana, perdiéndose así en la marea de informaciones. Ella interrogó a Miguel sobre la cuestión, no obstante, la réplica recibida estuvo lejos de satisfacer su curiosidad:

- Son solo chismorreos y no nos conviene esas cosas. ¿Tenéis ya las notas de prensa listas? Si en la rueda de prensa preguntáis algo que sea en tono positivo, ¿vale? Si no, mejor calladitos y tomando apuntes.

Ricardo Martín se valió de media hora para alabar las gestiones de su gobierno y luego dio paso a la ronda de preguntas, con aire indiferente y despreocupado. Se le veía seguro. El tema de la prevaricación no aparecía entre la decena de periodistas que rodeaban la mesa, la mayoría jóvenes con el mismo rostro de cervatillo asustado que el vuestro. Sabía que mi acompañante no sería capaz de contener la inquietud y traté de recordarle las instrucciones con una mirada férrea que ni siquiera logró cesar el movimiento nervioso de su rodilla. Levantó la mano:

- De acuerdo con *El altavoz*, dos miembros de su familia han conseguido empleo como funcionarios gracias a su ayuda, de forma fraudulenta. ¿Qué tiene que decir al respecto?

Recé porque Miguel no se enterase, aunque fuese imposible. Me quedé muy quieto en la silla con el único ánimo de que ni el más mínimo suspiro me hiciese cómplice del comportamiento de Matilde. Ricardo Martín sonrió y sacó algo del bolsillo. Era una moneda de un euro.

- Llevo una semana guardando el mismo euro para el que me preguntara por eso, pero como he sabido que empiezan a perder interés, se lo ha ganado usted.

¿Qué os parece? Y ahí no quedó la cosa. Hizo girar la moneda por la mesa, en dirección a Matilde, y terminó cayendo al suelo, dejando, tras el tintineo, un silencio de miradas confusas pero dóciles. Ella se limitó a repetir la pregunta, se la notaba nerviosa y sus ojos brillaban desprendiendo un hálito doloroso. Martín miró el reloj de oro que portaba en la muñeca, negó los rumores y dio por finalizada la rueda de prensa. El político tuvo la

ocurrencia entonces de acercarse a nosotros antes de que nos hubiésemos marchado y tendió la mano con porte amistoso. Nos dio un apretón de manos y volvió a sacar la moneda, ofreciéndosela a Matilde. Ella negó con la cabeza, airada, pero controlando el ímpetu. Hubiese jurado que en cuestión de segundos iba a arrancarle el bigote a mordiscos y a pegarle con *superglú* el maldito euro en la frente.

- Pues para usted, muchacho. Que tengan un buen día.

Lo puso en mi mano y, sin saber por qué, no lo rechacé. ¿Qué habrías hecho vosotros?

¿Seguro? Una respuesta férrea.

Demasiado.

Jóvenes, inexpertos...Ni siquiera Matilde, que presumía de inquebrantable por la educación periodística que había mamado en el seno de su ilustrado hogar, supo reaccionar. Sencillamente calló. ¿Era preferible la abstención de ella a la reacción de aceptar la moneda? Puede ser, pero en la mayoría de ocasiones las reacciones no son lo relevante, sino lo que se esconde tras ellas. Tuvimos una discusión monumental de camino a la redacción, con el olor a pino del taxi de fondo, que prometía en la etiqueta relajación y tranquilidad.

- Nunca pensé que tú... - se decidió a hablar y comenzó la cuenta atrás de la bomba.
- Que yo, ¿qué?
- Que tú te acabarías convirtiendo en uno de ellos.

Creí que era envidia, no encajaba en la redacción y yo sí, ella no conseguiría jamás ser periodista cuando yo estaba ya en el camino adecuado y era algo natural en mí.

- ¿Qué?
- No has hecho nada. Lo de la moneda ha sido un insulto a la profesión periodística y no has movido un músculo. Te ha dado igual.
- ¿Y qué has hecho tú?
- Estaba sola, no tenía ningún apoyo.

No medí las palabras:

- Estoy cansado de tus tonterías. Eres una niña mimada, no entiendes nada de esto. Debiste felicitarme por mi ampliación de prácticas, estar contenta por mí. Pero no, siempre tienes que ser el centro de atención. Esto no va contigo. Lo único que

pretendes es intentar que me sienta mal conmigo mismo. No lo vas a conseguir, porque no estoy haciendo nada malo. Eso de Martín era solo una broma, Matilde, una maldita broma.

- ¿Te parece una broma que intenten comprarnos?
- Era un mísero euro. Y, ¿sabes qué?, si así fuese, este es el mundo real. Estoy luchando por mi futuro mientras lo único que haces tú es quejarte, nunca tienes la culpa de nada. Pobre Matilde, no reaccionó porque no estaba solita. Deja de vivir en el arcoíris de tu cabeza porque no vas a ser nunca una periodista. O, al menos, no una de verdad.

Ella no contestó. Sucedió, sencillamente, que no volvimos a hablar en mucho tiempo y, al llegar a la redacción, se llevó una bronca tremenda. Miguel se enfadó muchísimo porque el vicepresidente había contactado con *La Voz del Sol*, quejándose del comportamiento hostil de una de sus periodistas, la inconfundible del cabello azul. Nos explicó entonces que el gobierno de la Junta había contratado unos servicios publicitarios: dos páginas cada quince días debían ser dedicadas a alabar las acciones de sus políticos. A Matilde le fue encomendada la tarea de redactar una sincera disculpa hacia Martín, acción que nunca llevó a cabo, costándole esto la despedida temprana de la plantilla de la redacción. Por suerte, el tutor le otorgó una buena calificación en las prácticas, con la intención de evitar una posible investigación de la Universidad. Por mi parte, al terminar el verano y el contrato de becario, me fue ofrecido un nuevo convenio de sueldo, peor al imaginado, pero que acepté felizmente, pues era suficiente para el piso compartido.

Me sentí afortunado. Seguro que ya algún profesor os ha inculcado el miedo en los huesos con la idea, basada en hechos reales, de que sois demasiados estudiantes para la escasa oferta de empleo de la profesión periodística. Esta situación provoca una feroz competencia y unos niveles de sindicalización- que pueden traducirse en compañerismo- por debajo de los mínimos de otras actividades con tal relevancia en la sociedad. Matilde tenía razón cuando dijo que se halló sola ante la adversidad tenaz del poder, ningún periodista se indignó ante el “soborno” simbólico de un euro. Nos han dividido y así somos más fáciles de derrotar. Lo que no saben es que yo os estoy creando, pequeño ejército, y pronto saldréis ahí fuera.

Yo, por ejemplo, nunca leí el código deontológico de la *Voz del Sol*. Ni su manual de comportamiento o libro de estilo. ¿Los tiene acaso? ¿Sí? Nadie me instó a hacerlo, supongo que para que no me percatase de que se me pedía todo lo contrario en la rutinaria jornada laboral. Lo que redactaba, o copiaba, dejó de ser revisado, y la exigencia de inmediatez se tornó acuciante: buscar más de dos fuentes y contrastar la disparidad de voces era algo

solo posible en la utopía de los manuales. Sin sección fija asignada, me convertí en el hombre orquesta y lo mismo tomaba fotografías que grababa entrevistas desde el escritorio, a la par que embellecía notas de prensa. Desde la otra punta, las palmaditas en la espalda de Miguel se transformaron en exigentes números acompañados de recordatorios constantes sobre la corta duración del contrato que había firmado y, cómo no, de la aproximación de la fecha límite para renovarlo. En ese ambiente sombrío e incierto acabé mutando de superviviente silencioso hasta la mismísima Janet Cooke.

¿Cooke? fue una periodista del *Washington Post* que recibió el Premio Pulitzer por su reportaje sobre un niño de ocho años adicto a la heroína. Se lo inventó, todo mentira. Cuando lo confesó, tras un larguísimo interrogatorio, se excusó en las presiones que había sentido mientras trabajaba en el periódico estadounidense. Hay más casos como ese, es más, en el mismísimo *The New York Times*, uno de sus periodistas fue también despedido por inventarse sus publicaciones como corresponsal.

Veo que ahora os invade la curiosidad. No, lo mío no fue tan morboso como lo de Cooke y no trataba ni de menores ni de drogas. Lo creáis o no, surgió fruto de un descuido. Por aquel entonces, corría el rumor de que una reducción de plantilla era inminente. Las cosas andaban apretadas y yo sabía que mi nombre, el más reciente, ocuparía el primer puesto de la lista en el caso de que esta existiese. El nudo en la garganta, fruto del pánico, empezó a ahogarme cuando el director del periódico, Enrique, me pidió una mala mañana que tomase asiento en su despacho.

- ¿Sabes lo que es un falso autónomo?

¿Vosotros lo sabéis? Es verdad. Muchos repartidores de comida a domicilio lo son, es un buen ejemplo. En esa época yo no comprendía el concepto, así que negué con la cabeza y aguardé al soplido del lobo, hundiéndome en la silla.

- Queremos que sigas en nuestro equipo, pero, como sabrás, el periodismo no transita por una buena época. La única solución que hemos encontrado ha sido la del autónomo. Deberías inscribirte como tal, pagar las cuotas y seguro social, y cobrarías por pieza. Esto te da libertad para colaborar con otros medios de comunicación, así que te estamos ofreciendo una buena oportunidad para relanzar tu carrera
- ¿Tengo que seguir viniendo a la redacción? ¿Es el mismo horario?
- Sí, claro. Lo único que cambia es lo que te he dicho. Cobras por pieza.
- ¿Cuánto?

- Depende de su extensión e importancia. Lo que ganes dependerá de tu esfuerzo. Es más meritocrático así, ¿no crees?

Y sin tener la menor idea, me convertí en autónomo. Firmé varios papeles y ese acto, junto con un salario más ajustado, consistió en toda la diferencia que noté entre el puesto de un becario y el de un falso colaborador. Continuaba presente en la redacción desde las ocho de la mañana hasta las cinco de la tarde, como si nada hubiese cambiado, y esa oportunidad de encontrar nuevos horizontes en otros medios de comunicación se me descubrió pronto como una falsa proposición. Llegaba tan cansado a casa, deseoso de leer algún libro, ver una película o, sencillamente, escuchar la radio, que no concebía posible trabajar para otro diario a la vez. Eso es un falso autónomo: hombre o mujer, “esclavo” de una empresa, que paga su propio seguro social y hace la declaración de la renta como si tuviese un negocio inexistente.

Cuando todavía pensaba que iban a ofrecerme un lugar fijo en la plantilla, tomé la precipitada decisión de comprar un coche, concretamente un Opel Corsa azul de segunda o tercera mano. La verdad es que no lo necesitaba para desplazarme, pero la idea de éxito siempre pasa por adquirir un vehículo nuevo, ¿no? Eso es lo que hacemos los seres humanos, contentarnos con la falsa sensación de seguridad y felicidad que nos dan los objetos, recompensa de nuestros esfuerzos. Bueno, el coche en realidad no era mío todavía, pues le quedaban varias letras por pagar, por no decir todo el abecedario.

Con la llegada del invierno cogí una buena gripe que se transformó en una neumonía algo fea y me mantuvo alejado de la oficina durante un par de semanas. Mi pobre Opel Corsa azul, solo podía pensar en él, tenía incluso pesadillas con que era aplastado por una gigantesca bola de hierro caída del cielo, o que se incendiaba y explotaba, hiriéndome la metralla en el brazo. Ese mes estuve más apretado de lo normal porque, chicos, si los autónomos no trabajan, no cobran, esa es una de las ventajas por las que cada vez es más frecuente el contar con ellos por parte de avaros empresarios, atentos al mínimo “desperdicio” de dinero. Se me ocurrió entonces que en dos o tres días, si me mantenía despierto, podría crear diversos y geniales *posts* - el delirio de los medicamentos aun navegando por las venas- y así conseguir la cantidad suficiente para salvar a Pepel de ser vendido. Sí, así llamé al Opel Corsa.

Llevaba más de diez horas redactando y consultando temas de interés público cuando los ojos comenzaron a pesarme y, como no me agrada el gusto del café, me inventé una historia. A veces, realizar actos sin esquemas previos ni raciocinio ayuda a desembotar las cabezas ahítas como si se tratase de una desintoxicación, algo así como la lavativa del cerebro. Era esa una válvula de escape que abría a menudo, aunque en ocasiones

realizaba garabatos con música de fondo o gritaba palabras en un idioma recientemente creado. Aquella tarde, sencillamente, me dio por escribir, y surgió la absurda historia de Santiago Villalba: un antropólogo que había sobrevivido a su paso por la terrorífica y legendaria Isla de los Caníbales. Está basada en hechos reales, tampoco poseo un nivel tan alto de imaginación, pero no recuerdo el nombre de ese lugar. ¿Podéis buscarlo? Sí, es cierto, Sentinel del Norte.

Lo redacté en forma de noticia, imitando estilos cómicos y evidentemente absurdos como el de *La Tierra Today*, y me comí una bolsa de patatas mientras reía releéndolo. Después, pasé lo que restaba de día montando artículos y noticias que pudiesen parecerle interesantes a la ambición del *click* de Miguel. No conseguí demasiado y me quedé dormido ya de madrugada, en la mitad de la redacción del nacimiento de un panda en China.

A la mañana siguiente, una vez en la redacción, me sentí satisfecho al publicar tanto material y tenía la intuición de que Pepel permanecería en la familia y podría, además, pagar el resto de facturas a final de mes.

- Qué trabajazo, Edi. Te has coronado, tío, el mayor pico del tráfico en la web desde que está operativa.
- ¿Qué? ¿Lo del oso?
- No, hombre, eso no. ¿A quién le parece impactante que nazca un panda en el país de los pandas? Tu reportaje sobre la Isla de los caníbales aumenta las visitas por segundos. Una gozada.

Todo el mundo me felicitaba, estaban contentos y yo, en parte, también, porque pensé que ese error había sido cosa del destino para mantenerme a flote. Pasé un buen día en la redacción, aunque la noche me resultó más complicada por culpa del siempre oportuno sexto sentido de Matilde, que la llevó a mandarme un mensaje, después de tantísimo tiempo, preguntándome por cómo me encontraba. No habíamos retomado el contacto desde la discusión tras la rueda de prensa, de hecho, la última vez que nos reunimos fue en la graduación y entonces tampoco hablamos. ¿Creéis en las señales? Yo no, era una mera casualidad. Supuse que necesitaba algo de mí y le contesté con esa intuición:

- Todo bien por aquí, ¿qué pasa?
- Nada, solo quería saber cómo te iba.

Dejé el móvil a un lado dando la conversación por zanjada.

- Bueno, la verdad es que quería hablarte de un proyecto que tengo entre manos. Se llama *La Colmena*. ¿Tomamos un café y te cuento?

Pues no, no me apetecía en absoluto que me contase lo bien que le iba y lo que sea que fuese *La Colmena*. Desde que mi contrato era el de un falso autónomo, las ojeras se habían convertido en medias lunas de carbón y andaba preocupado por si, al despertar algún día, encontraba que ya no me necesitaban o que apenas me encargaban tareas. Ese error, que al fin y al cabo era una mentira pues podría haberlo confesado y eliminado de la *web* pero me regocijé en su éxito, me había salvado. No iba a permitir que ella volviese a tratar de hacerme sentir culpable otra vez. ¿Qué le contesté? Nada. Era tarde y pensé que, mejor, le contestaría a la mañana siguiente. Esa noche el sueño llegó con retraso, pero no dejó paso aún al insomnio.

- Enrique quiere hablar contigo, te está esperando ya- Miguel no era de los que daban los buenos días.

Eran las ocho y media de la mañana y la redacción estaba tranquila. Miré a mi alrededor buscando rostros cómplices que guardasen el secreto de por qué Enrique me llamaba a su despacho. ¿Iba a darme la carta de despido? Estaba acojonado, lo único en lo que podía pensar era en Pepel.

- Buenos días, Eduardo. Quería proponerte algo.

¿Había alguna proposición más baja que la última, la de transformarme en un falso autónomo? Cogí aire como si fuese a dar la ahogadilla más larga de mi vida en la piscina más asquerosa y peor valorada de la provincia.

- Claro, dime.
- El reportaje de Villalba ha gustado a la audiencia, ya lo sabrás. Desde que se inauguró la edición digital es la publicación que más tráfico ha conseguido en un solo día.
- Sí, me alegra mucho- ¿mentí?, desde luego no era algo de lo que me declarase orgulloso, por eso no se lo había contado a mis padres.
- He pensado en que podrías convencer a Villalba de que colaborase contigo otra vez. Verás, quizás una cosilla por entregas, ya sabes, para mantener el tráfico el mayor tiempo posible. Él te cuenta anécdotas y tú las transcribes aportando datos y demás, como hiciste con “La isla de los caníbales”:
- No lo sé...
- Habla con él, solo debes persuadirlo.
- Es que igual no le apetece recordar todo aquello otra vez.

- Piensa en que una historia como esta te asegura permanecer en el periódico. Sabes que el periodismo está en una mala racha, ya te lo comenté hace semanas.

Sonó a chantaje, ¿verdad? Os juro que una parte de mí creyó que era una broma pesada. ¿Cómo diantres nadie se había percatado de que Villalba no existía, si el relato estaba repleto de incongruencias? Estaba seguro de ni siquiera haber escrito datos médicos correctos, eran solo exageraciones y fantasías surgidas de una cabeza embotada. Imposible, cualquier periodista con dos dedos de frente y con la voluntad de leer el reportaje hasta el final se habría dado cuenta. ¿No lo habían leído o preferían fingir que era cierto? Incluso Enrique, con su poco hábito de lectura y su carrera de Marketing en lugar de periodismo, hasta él lo habría notado.

- Hazlo y te prometo que estarás caminando en la dirección adecuada para lograr entrar en la plantilla fija. Tienes que ganarte nuestra confianza.

Era una versión moderna de Poncio Pilato lavándose las manos y disfrutando de los beneficios. Manos arribas, esto es un atraco: o la ética o el trabajo. Por desgracia es una tesitura en la que muchos de vosotros os vais a encontrar. Siembran el terror hablándote del número de periodistas desempleados y demostrándote así que eres un afortunado, qué desagradecido. Luego, cuando te conviertes en Janet Cooke, vaya, la culpa es solo tuya, porque nadie te colocó una amenazadora pistola en la sien. Las presiones son mucho más sutiles y difíciles de demostrar si solo es un individuo el único que protesta contra ellas.

- ¿Cuántas entregas?

Cuatro, una cada semana, y la farsa de Villalba se alargó de esa forma durante un fatídico e infinito mes. Es cierto que la desgana y la apatía ya me habían llevado antes a incumplir los preceptos de los códigos deontológicos, pues no usaba más de un par de fuentes, que en su mayoría se componían de declaraciones oficiales, y tampoco me molestaba en contrastar lo que las agencias de noticias nos vendían. Sin embargo, jamás había incurrido directa y conscientemente en el principio más importante de la profesión periodística: el respeto a la verdad. ¿Conocéis a Raskòlnikov? ¿El protagonista de Crimen y Castigo? Todo lo que veía durante el día, cualquier cosa que tocaba, me recordaba a mi particular asesinato de la verdad. A la preocupación de ser autónomo se le añadió la de la mala conciencia y entonces ya el sueño sí que desapareció por completo.

La Isla de los Caníbales fue *trending topic* en *Twitter* y un par de informativos de la pequeña pantalla le dieron cabida también. Un ridículo tertuliano al que le faltaba un Quijote llegó a comparar mis textos con la obra del “Relato de un naufrago”, aunque algo venida a

menos en relación con la prosa. Me hubiese gustado reírme de estupideces tan sumamente grandes como aquella, pero las noches ya se me hacían muy largas y los días los pasaba entre pesadillas. Las felicitaciones y las cifras que crecían estaban basadas en una monumental mentira que me carcomía. Sentía estrecharse el cerco de esta cada vez que me cruzaba con alguien en la redacción, de camino al baño, y posaba su mano en mi hombro. Lo sabían, me obsesioné con que todo el mundo era consciente de la falsedad de Villalba y me torturaban con su indiferencia, cuando yo merecía un castigo, sí, porque esa mentira solo fue el culmen de cientos de descréditos a la ética profesional.

¿Habéis sido desleales alguna vez? Bueno, sí, sois muy jóvenes, pero quién sabe. La sensación de culpabilidad es muy similar. Cuando engañas a alguien no piensas en ese mismo instante en la repercusión de tal acto, te dejas llevar por el beneficio a corto plazo, pero este no dura mucho y te ves flotar en la bañera mientras intentas averiguar si la sensación de ser una persona miserable se desvanecerá al confesar tu crimen o si, por el contrario, crecerá con el rechazo de la sociedad. Yo había sido infiel a mis padres y el nudo en la garganta me lo recordaba constantemente. Ellos son personas extraordinarias, de esas que devuelven las carteras que hallan por el camino, aunque tengan la cuenta bancaria bajo mínimos. Era cierto, ninguno de ellos había leído un libro nunca por voluntad propia, pero sabían cómo ser buenas personas. Me aterrorizaba pensar en que se enterasen de mi falta de integridad.

- Se pillan antes a un cojo que a un mentiroso, hijo.
- Para una sola cosa que sí hemos podido enseñarte y la traicionas, Eduardo. Estoy muy decepcionada contigo.

O algo así dirían. ¿Qué castigo pensarían ellos que me correspondía?

En la soledad de las noches imaginaba a mi madre como directora de *La Voz del Sol*, Desde luego, Enrique y ella conocían prácticamente lo mismo sobre el periodismo. Incluso ella habría gestionado mejor los fondos, segurísimo que sí, porque mi madre con un solo sueldo hacía malabares dignos del Circo del Sol. ¿Qué habría hecho doña Conchita, hija del herrero del pueblo? Se hubiera sentido morir de pena un poquito con cada despido o cada falso autónomo. Y a mí me hubiese lanzado la chancla rosa con más fuerza que nunca al descubrir la mentira. Entonces entendí que volver al pueblo tras La isla de los caníbales sí era regresar como un fracasado y no haberlo hecho buscando refugio tras acabar la carrera. Con mis padres hablaba habitualmente los viernes, pero esas llamadas se quedaron sin contestar, y los mensajes nocturnos de Matilde, que aceleraban la taquicardia que me impedía dormir, también. Me preguntaba por la historia insistentemente, tanto que le cambié el nombre del contacto a Pepito Grillo. Luego me enteraría de que había logrado

recabar decenas de pruebas contra la veracidad de mi historia- honestamente, una sencilla tarea- y esos textos eran su forma de preocuparse por mí.

Tenéis unas mentes retorcidas, cervatillos endiablados. No, Matilde nunca me chantajeó. Lo de las pruebas me lo contó ella misma una noche en la que la tormenta me recordó su nombre y acabé llamando al telefonillo del segundo A. El día anterior había tenido una pesadilla en la que en el pueblo colgaban en todas las tiendas mi fotografía y ofrecían una recompensa por la captura del traidor del municipio. Llevaba alrededor de una semana alimentándome de culpa y decidí que necesitaba contárselo a alguien o no podría conciliar el sueño nunca más. Debía dejar de ser una mala persona. Elegí a Miguel, que era el jefe de la redacción, y supuse de él un castigo prominente.

- Calla, vamos al despacho de Enrique y nos lo cuentas a ambos. Aquí no.

Por fin, sí, iba a recibir lo que me merecía. ¿Qué creéis que pasó? ¿El despido? ¿Quién da más? Oigo rebaja de sueldo, perdón público... Nada, esa respuesta me gusta. ¿Cuál es tu nombre? Sofía, Sofía está comprendiendo la clase.

- Me inventé lo de Villalba.

Primero, silencio. Luego, llegó la sonrisa de Miguel y el labio torcido del director, pero no había sorpresa en el gesto de ninguno de ellos. Enrique se encogió de hombros, sacó el teléfono móvil y se distrajo en la pantalla, otorgando la palabra a Miguel. Me dio una de sus habituales palmaditas en la espalda, calmándome, porque no pasaba nada.

- Ten cuidado, no lo vuelvas a hacer y ya está. Cosas peores se han visto.

Enrique asintió, rompió el silencio solo para decirme, condescendiente, que no se lo contase a nadie más a parte de ellos. Era importante que no se extendiese la noticia de manera que otros medios de comunicación pudiesen aprovecharse para hundir la credibilidad de *La Voz del Sol*.

- Se borrarán los cinco *posts*, ¿verdad?
- No, eso sería sospechoso, ¿no crees?

Y como si no hubiese pasado nada más allá de la rutina apática de la redacción, al terminar la jornada Miguel me invitó a un par de cervezas en el bar más cercano. Con nosotros se encontraba también Eva, otra compañera que rondaba la edad y la experiencia del jefe.

- Tienes mala cara, Eduardo.

Le bastaron esas cuatro palabras para que yo comenzase a vomitar lo sucedido. La mezcla entre la mala conciencia que me perseguía en forma de ensueños angustiosos, en los que alguien estrujaba mi cerebro como si fuese un limón, y entre mi siempre activa boca, me llevó a confesarle la mentira. Pensé que quizás ella sí ardería en reproches. No le dio tiempo a emitir más que un leve “vaya” cuando Miguel se excusó y me preguntó si me acercaba a casa, porque yo aquel día había caminado hasta la redacción.

- A nadie es a nadie, ni siquiera a los compañeros.

Al día siguiente me despertó una llamada de Enrique, prescindiendo de mi presencia en el periódico ¿Por qué creéis que me despidieron? Puede, sí, si hubiese mantenido la boca cerrada quizás... No lo sé, tampoco le pregunté, mi único ánimo era olvidar todo lo antes posible. Sin embargo, tengo la sensación de que habrían acabado echándome mediante alguna otra excusa y en no mucho tiempo. Ya les había demostrado una cara que no les convenía. La rebeldía, incluso la más simple como la de admitir la verdad, no es recibida de buen agrado allá afuera, chicos. Nos quieren dóciles como labradores y no revueltos como caniches.

Por eso Assange es una excepción, una rosa muy solitaria en el desierto.

Pasé un día complicado, como podéis imaginar. No me levanté de la cama más de para lo necesario- ya me entendéis- y entonces, cuando comenzaba a esconderse el sol, las nubes se quebraron en lluvia. Salí al balcón, a lo mejor así se me enfriaban las ideas o por lo menos me daba una agüita, que no me había lavado en todo el día. No me juzguéis, estaba triste; lo poco que tenía se había convertido en cenizas. Desde allí veía a Pepel mojarse, sin saber que pronto acabaría en otras manos por la insolvencia de su entonces dueño. En aquel momento, empapado por la tormenta, pensé también en Matilde.

Ya os dije que era solo una buena amiga que quiso guiarme por el camino adecuado. Os han bombardeado con telenovelas desde pequeños, se nota el daño que ha creado *Disney Channel*. Por suerte seguía viviendo en el mismo piso y tenía ganas de hablar, aunque fuese un lunes a las diez de la noche. Le relaté entonces con todo lujo de detalles lo que había acontecido en las últimas semanas, aguardando duras palabras que, a decir verdad, nunca llegaron.

- No es tu culpa.
- ¿Qué? Te estoy contando que me inventé todo lo de Villalba.
- Y yo te he dicho que no es tu culpa. Está bien que te quites el peso de la mentira de encima, pero no es solo culpa tuya.

- No soy una buena persona.
- Trabaja con nosotros en *La Colmena*, las cosas pueden ser diferentes.
- ¿Qué? ¿Por qué?
- Nos hacen falta más manos.
- ¿Acabo de confesarte que soy un mal periodista y tú quieres contratarme?

Por lo visto Matilde no hizo ningún máster en Madrid, aunque vivió allí algunos meses. Estuvo trabajando en la redacción de una emisora de radio pública hasta que un día el ambiente le recordó demasiado al episodio de Ricardo Martín y su *affaire* con *La Voz del Sol*. En aquel momento, hizo las maletas y volvió a la ciudad, con la esperanza de engendrar su propio medio de comunicación digital, libre de las presiones que le perseguían desde sus primeras prácticas. Ni publicidad ni conglomerados mediáticos con bancas y petroleras como inversores tendrían cabida en él, ese es un afán con el nacen los principales medios de comunicación digitales. Me contó que se puso en contacto con otros jóvenes periodistas a través del Colegio de Periodistas de la comunidad autónoma y así nació *La Colmena*. En sus inicios eran una decena de periodistas comprometidos al cien por cien, estaba orgullosa, pletórica, y acumuló esperanzas insaciables. Sin embargo, aprendió que los diarios nativos digitales, con la única financiación de las suscripciones de los lectores, generan muy pocos beneficios a corto plazo. Muchos periodistas acabaron abandonando el barco, ahogados por las facturas y viéndose forzados a buscar otros trabajos. Alguno que otro continuó colaborando ocasionalmente en el diario, en su tiempo libre:

- Como si hacer buen periodismo fuese solo un *hobby* en la sociedad actual.

Matilde aprendió así que ella, con ahorros familiares que le fueron prestados para poner en marcha el proyecto del periódico, se encontraba en un lugar privilegiado y podía resistir el tirón inicial, pero el resto no disfrutaba de ese apoyo. Hoy día, diarios como el que creó son muy frecuentes. Estoy seguro de que conocéis varios nombres. ¿Sabéis decirme algunos? Sí, *El Nacional* es uno de esos. *El Megáfono* también. Se han vuelto populares entre la gente joven porque hablan desde una perspectiva reivindicativa y sin pelos en la lengua. Sin embargo, todavía tienen serios problemas de financiación porque la mayoría de sus lectores no están suscritos ni aportan ningún tipo de sustento económico. El de mi amiga llevaba menos de un año en funcionamiento y estaba experimentando pérdidas que asustaban hasta al más valiente.

- Ahora mismo todos somos autónomos. El sueldo es indefinido y escaso, pero confío en que la cifra de suscriptores vaya en aumento. Yo creo que es cuestión de tiempo. Somos buenos, muy buenos, Edi. Nos enteramos de tu mentira el día en el que se

convirtió la historia en *trending topic*. Conseguimos pruebas como que el nombre de Santiago Villalba no correspondía al de ninguna promoción de antropólogos del país. Nos tomamos esto muy en serio y necesitamos más ayuda.

- ¿Por qué no destapaste que no era cierto?
- Quería hablar contigo antes, saber qué te había motivado a hacerlo e intentar obtener tu versión y aprobación. Algo así como una rectificación, una fe de erratas.

Até cabos:

- ¿Has venido a mí porque crees que una rectificación mía os conseguirá más suscripciones?
- No. A ver, seré sincera. Soy consciente de que si comenzamos a descubrir cuestiones como estas ganaremos prestigio. Pero te quiero en mi equipo, si aceptas. Estuve pensando en lo que dijiste tras la rueda de prensa de Martín y tenías razón, solo luchabas por un futuro decente. Hoy te propongo un camino más complicado, aunque doblemente satisfactorio.

¿Que por qué no permiten ver el contenido solo a las personas que pagan? Pues porque la gente no da dinero por cosas que en otras páginas puede encontrar gratis. Nadie se animaría a comprar la información como si fuese algo tan necesario como los medicamentos, y entonces no se entendería la diferencia del tratamiento por parte de los diarios independientes. Hay que probar las cosas para saber que te gustan. El problema está cuando ya no sabemos saborear y hemos perdido el sentido del gusto entre tanta bazofia que supuran los medios de comunicación y, concretamente, la Industria Cultural.

Me explico, tranquilos.

Una de las excusas en la que más se escudan los magnates del entretenimiento, cuando son acusados de crear contenidos fútiles y apaciguadores del espíritu crítico, es en que ellos se limitan a dar a la audiencia lo que quiere. ¿Vosotros pensáis lo mismo? Si es así os propongo algo: elegid una franja horaria, haced *zapping* por los canales de televisión y observad por qué CircoTv tiene la máxima audiencia. ¿Qué emiten a su vez los competidores? Hoy día, digámoslo así, no tenemos muchas opciones. Esto lo advirtió la Escuela de Frankfurt ya en el siglo pasado, cuando investigaron sobre las nuevas formas culturales que habían traído con ellas las tecnologías y la sociedad de masas. La cultura no es más que otra mercancía, pero una peligrosa, porque puede robarnos la consciencia que la democracia necesita para subsistir. Esto es algo que beneficia tanto al poder político como a los grandes magnates que mecen el mundo y que está enterrando en vida al periodismo.

Sencilitas, que no sean difíciles de digerir y mucho menos de producir, pero que engorden sus cabecitas para que no quieran pensar en nada más. Nos conocen, han estudiado el cerebro humano y sus instintos más primitivos, como el del morbo, por lo que juegan con ventaja. Mientras que creemos estar recibiendo cultura de calidad a través de poemarios de *influencers* con portadas ilustradas- preciosísimas- no comemos más que paja barata de color rosa. Lo mismo sucede con la información: el sensacionalismo está arrasando con la función social del periodismo porque, obviamente, es más rentable, o al menos a largo plazo. En esa lucha por despertar a la audiencia y conseguir su ayuda para salvar la credibilidad de la profesión periodística se encontraba *La Colmena*, aunque no les iba demasiado bien el camino. Matilde estaba desesperada, era la capitana de un buque que se hundía irremediabilmente, a la vista de todos.

- Podrías invertir en este proyecto... El periodismo de calidad requiere de una plantilla generosa que no podemos pagar, si es que queremos continuar libres de los intereses de los inversores ajenos a la profesión.
- ¿Cómo? ¿Ahora quieres que te deje dinero?
- Bueno, preferiría que te unieses a nosotros, pero...
- Vamos, que pretendes que me ahogue en préstamos para salvar un diario digital moribundo.
- Solo es cuestión de tiempo, ya te lo he dicho.
- Venga, Matilde, no hace falta mucha experiencia para saber cómo funciona este mundo. Es utópico lo que planteáis. ¿Qué tenéis, mil, tres mil suscriptores, como muchísimo? Y dudo que aporten más de cuatro euros mensuales de media, cada uno. Hay que pagar el dominio de la web, por supuesto, los materiales, los desplazamientos, los gastos propios de los autónomos... No me salen las cuentas. Esto ya ha pasado antes, no es nada nuevo. La mayoría de los diarios nativos digitales que tienen este tipo de financiación presentan pérdidas de miles de euros en los dos primeros años. Hacen falta unos buenos ahorros para mantenerlos, no son negocios rentables a corto plazo. Tú única salida es encontrar a algún inversor, pero claro, eso contaminaría la independencia. ¿Por qué te crees que el periodismo hoy día tiene entre sus accionistas a bancos y millonarios con intereses políticos e incluso a políticos? Porque es el único medio que les queda para sobrevivir. Y el mundo necesita el periodismo, aunque sea este. Así que no tengas el valor de pedirme que me una a vuestro proyecto moribundo, que no va a conseguir nada.

La verdad en la mayoría de ocasiones es dura, pero siempre preferible a vivir en la inopia, porque así no se es feliz, tan solo se posee la falsa sensación de libertad. Parafraseando a Wittgenstein, los límites de nuestro lenguaje representan los límites de

nuestro mundo, y algo parecido me dijo ella aquella noche, refiriéndose a la necesidad de información que posee una sociedad democrática.

- Te entiendo, ahora sí lo hago. ¿Pero hay algo mejor que pueda hacer aparte de seguir intentándolo?

Esa vez, en lugar de discutir o comenzar otra batalla en la que reinase el silencio y el rencor, nos abrazamos y sentí que, por fin, estábamos los dos en el mismo bando. Me contó las novedades del último año. Por lo visto había mantenido un contacto continuado con Trillo desde que se graduó, porque este, al observar sus calificaciones, le había animado a unirse a la profesión académica. A Matilde esa vida no le llamaba la atención por mucho que la admirase, pero le agradaba conversar con su antiguo profesor y discutir sobre el futuro del periodismo. Entonces, no recuerdo cómo, pero lo hizo, Matilde me convenció de que le acompañase a la Universidad. Ella y una de sus compañeras del diario iban a impartir un seminario sobre el emprendimiento de proyectos independientes, liderado por Trillo, que continuaba enseñando sus clases de Estructura del Poder. Yo guardaba cierto recelo hacia la institución y le culpaba de las situaciones con las que había tenido que lidiar en el desempeño de la profesión, aunque me suscitaba curiosidad comprobar cómo iban las cosas por allí. Creía que con una mejor formación todo habría sido diferente. Sin embargo, como ya os he comentado, quizás debamos de dejar de buscar culpables entre nosotros- no, ni la Universidad, ni la sociedad, ni los periodistas- e inclinar las ideas algo más arriba, donde vive la gente a la que le conviene que nos peleemos entre nosotros.

Entre el público del seminario había alumnos de todas las edades debido a que Trillo había colgado carteles en las aulas con el objetivo de llegar a aquellos que todavía no conocían de las presiones de la profesión. “La solución para un periodismo independiente: el ejemplo de *La Colmena*”, así rezaba el título de la presentación, proyectado en la gran pantalla blanquecina. La voz del seminario era positiva, creíble solo para alguien que nunca había pisado una redacción ni sufrido los plazos de entrega o la importancia del cuidado de los inversores. Hablaron de cifras, de cómo el tiempo las haría crecer y de la existencia del Colegio de Periodistas. Según Trillo, esta institución apoyaba tales proyectos con un sello especial que estos medios de comunicación podían ostentar en la cabecera de sus webs, avisando a los lectores de su contenido de alta calidad, diferente de la infoxicación acuciante y habitual en el periodismo mercantilista. Cuando la intervención de Matilde iba a finalizar, ella y el profesor se pusieron cursis y jugaron a qué valientes sois, no, pero usted es mejor porque nos está dando la oportunidad de contarle al mundo y bla bla bla.

Ya sé lo que estáis pensando: ¿dónde había quedado Trillo el triste? Eso mismo me preguntaba yo. Parecía que se había convertido en Tinky winky. Faltaba solo un arcoíris

reflejado en sus gafas, bueno, y un bolso morado. Pero, de pronto, de *teletubbie* pasó a un *terminator* dispuesto a romper los sueños que acababa de crear en chavales como vosotros. Detrás de él, en la pantalla, apareció una idea que ya os he metido en vuestra cabecita durante la historia: los buenos periodistas son rosas en el desierto.

- Una rosa como *La Colmena* no puede crecer en el desierto. Si lo hace sería una excepción milagrosa. Lo que quiero decir es que el humano no puede ser mejor persona en un contexto mercantil salvaje en el que reina el capitalismo y sus presiones. Podéis aspirar a esto, pero debéis ser conscientes de la dificultad y aridez del camino. Son maravillosas creaciones estos medios nativos digitales, pues demuestran el afán y la tenacidad de los jóvenes y no tan jóvenes periodistas que se han mantenido fuertes ante las presiones. Sin embargo, ¿no sería mejor conseguir que lloviese regularmente en el desierto antes que intentar que un par de rosas se acomoden en su escasez?

Matilde entonces interrumpió al profesor y dijo lo que en aquel momento yo también pensaba. Lo había comprobado con la historia de la Isla de los Caníbales, publicada un día en el que se decidía una reforma importante sobre el aborto y en el que la crónica política no tuvo apenas un tercio de sus visitas.

- El problema es la gente, ese es el desierto. Lo estamos intentando, estamos dando lo mejor que tenemos y somos, pero nadie lo aprecia. No conciben que el periodismo haya que pagarlo, y nos critican. ¿Cómo les decimos, para que lo entiendan, que si nos financiamos de otra forma nuestro contenido sería más propenso al sensacionalismo y a agradar a nuestros inversores? Votar no sirve de nada si no existen medios independientes, y a todo el mundo le da igual. A veces pienso que hasta a mí me ha dejado de importar. Me gustaría estar tranquila, no tener que darle vueltas a la cabeza a cómo cuadraremos las cuentas y el modo en el que pagaré las facturas.

Como comprobaréis al llegar a cuarto, el discípulo aún no ha superado al maestro. Trillo inclinó el mentón hasta el techo luminoso del salón de actos y, con el brazo extendido y el dedo en posición acusadora, dijo dramáticamente:

- Eso es lo que quieren ellos que pienses. Están ganando la batalla. Pero la guerra no está perdida.

El público estalló en risas, como vosotros al principio de esta clase al contemplar mis chifladuras. El profesor tomó asiento al borde del escenario y empezó a enumerar las

observaciones de la Escuela de Frankfurt sobre la cultura como mercancía. Recordé entonces sus clases, deprimentes, y en la memoria se me aclararon como las únicas horas en las que realmente mi cerebro había estado preparándose para el mundo real. Ante la mirada asustada de los futuros periodistas, Trillo no vaciló en advertirles de las presiones y, una por una, me sentí identificado.

- A los que pensamos nos miran mal y nos llaman catastróficos e incluso conspiranoicos. Pero dígame usted, Eduardo, ¿no son ciertas las cosas que les cuento a mis alumnos?

No, no tenía tan buena memoria. Matilde le había avisado de que otro antiguo alumno suyo estaría en el seminario y la barba sobresalía en la segunda fila, entre tantos chicos recién llegados.

- Sí. Lo es.

Como si fuese el mismísimo Jesús Quintero, se quedó ahí sentado, en silencio, mirándome fijamente. Todos los se clavaron mí y se escucharon toses a lo lejos. ¿Hay algún mecanismo de defensa ante el pánico de los silencios incómodos que nos haga toser? Siempre pasa, siempre.

- Bueno, pero tampoco hay nada que se pueda hacer, ¿no? Quizás por eso no vale la pena asustar a los estudiantes. Sí, unas pocas manos dirigen el mundo y hacen con nosotros lo quieren. ¿Y? Si solo somos, como usted menciona, tres o cuatro rosas en el desierto, no hay manera. ¿Cómo sacamos de Matrix a toda la sociedad para que el desierto se convierta en un prado?

El habitualmente enigmático Trillo, con sus gafas y pelos de científico alocado, se levantó de un salto. Habló señalándose el pecho:

- Con la docencia. La educación es el antídoto de todo mal.

Matilde me miraba, sonriente, sabiendo que había sido una buena idea llevarme a aquel seminario. Dadle las gracias a ella si alguna vez os la encontraréis, por su culpa tenéis a un profesor tan guay como yo.

- Hay que enseñar a comer, como si fuesen niños de dos años, a esos adultos que han perdido el sentido del gusto y devoran obras como *El Código Da Vinci* o canales como CircoTv, pensando que no hay nada más allá. El cambio pasa por quitar las estúpidas vallas con las que nos han cercado el ilimitado campo del conocimiento. Necesitamos crear un ejército de cerebros pensantes. Imaginad si en primaria ya se tratase la educación ética, ciudadana, o si esta asignatura se os ofreciese a

vosotros, periodistas, en el primer año y no en el último, como si no valiese nada. O no, pensad más grande. Imaginad que hiciésemos con los medios de comunicación lo mismo que con el tabaco o con los alimentos: les ponemos cartelitos que sean transparentes y anuncien su contenido y sus efectos perjudiciales (o beneficiosos). Unas etiquetas de calidad, parecidas al invento del Colegio de Periodistas, que...

Los alumnos comenzaron a ponerse nerviosos y a cuchichear. Se había pasado la hora de la charla y la mayoría de ellos tenían una clase a continuación. Trillo les dejó marchar, no sin antes preguntar si les había surgido alguna duda, pero, claro, arriba les esperaba fulanito y contaba la asistencia, así que no, todo lo dicho les había parecido bien.

- Recordad que el cambio sois vosotros...

Casi en susurros, probablemente nadie más pudo oírlo. Me acerqué a él mientras le ayudaba a recoger la pantalla del proyector.

- ¿No piensa nunca que quizás ya es demasiado tarde para nosotros? Esos chicos han salido pitando, no les han dado la importancia que merece al tema porque el suspenso de la otra asignatura les aterroriza.
- Me gusta creer que, cuando lleguen a casa y se encuentren en un lugar tranquilo, que les haga sentirse a salvo, reflexionarán. Y si le soy sincero, me bastaría con haber llegado a tan solo uno de esos cerebritos.
- ¿Qué es eso de las etiquetas de calidad? ¿Existen o...?
- Ve, a usted le he hecho pensar. Eso ya es una pequeña victoria. Los grandes ejércitos tardan años en formarse.

Calló y mostró una sonrisa.

- ¿Le gustaría participar en el proyecto de las etiquetas de calidad?

Así fue, con esa proposición, como volví a encontrar el camino correcto y la Universidad inculcó de nuevo en mí la sensación de esperanza y fe. Matilde también participó y, guiados por Trillo, trabajamos en la clasificación de los medios de comunicación de acuerdo con el desempeño periodístico de sus profesionales. Le hablé de la Isla de los caníbales durante las primeras semanas de trabajo, Trillo terminó convenciéndome de que lo mejor era seguir el consejo de Matilde y ayudar a *La Colmena* en el desenlace de esa investigación. Redacté una confesión en forma de fe de erratas y desde entonces siempre tuve un hueco en el diario. No os haré muchos más spoilers sobre las etiquetas de calidad porque es algo que vamos a ver en el tema tres y me encanta mantener la intriga, suscitaros

preguntas. Con el tiempo, convivir con el profesor creó en mí el gusanillo de la docencia y, con su perenne apoyo, cursé un Máster y más tarde un doctorado que él mismo tutorizó. Estamos logrando cosas, poco a poco, que mantienen vivo mi amor hacia la profesión, como el hecho de que ahora podáis cursar la asignatura de ética en un tiempo temprano del grado. No sé qué hubiese sido de mí sin el regreso a la Universidad.

¿Y a vosotros, os he hecho pensar? Es lo único importante de todo esto, no quería contaros la historia de cómo me convertí en profesor ni la de la mentira de los caníbales. Bueno, de momento observo que habéis dejado de consultar la hora en los móviles, me congratula. Pero, venga, ¿tenéis alguna pregunta?

Hombre, no, no quiero decir que todos tengáis que convertirnos en profesores. Es un poco drástico y dramático eso. Solo que la educación ética temprana es uno de los cambios imprescindibles para que la situación del periodismo mejore, de manera que incluso las personas que se encuentren en puestos altos en la empresa posean unos principios morales arraigados.

¿Qué otros cambios? Muchos, por pequeños que parezcan. Individualmente, por ejemplo, podéis dejar de consumir basura informativa y, con los conocimientos que adquirís poco a poco en este grado, intentar que vuestro entorno sea más sensible a las *fakes news* y a los bulos. Afiliaos al colegio de periodistas y no veáis en el resto de la clase competidores, sino compañeros en los que apoyaros en caso de presiones... Se pueden hacer muchas cosas.

Sí, *La Colmena* sobrevivió y Matilde continúa allí, trabajando como periodista. Cada semana colaboro con ellos y, a veces, también me contactan desde otros diarios nativos digitales. Encontré mi hueco aquí, con vosotros, aunque me gusta seguir siendo periodista, es más, no os fieis de los profesores que pretendan daros clases de periodismo sin haber estado en activo nunca.

¿El Opel Corsa? Pepel pasó a mejor vida. Lo vendí y con lo que saqué financié una de las mejores decisiones que he tomado nunca, la de formarme para ser profesor universitario. Además, ahora voy en bicicleta a todas partes, así que no hay mal que por bien no venga. A veces tememos los cambios porque creemos que nos precipitamos al abismo, cuando en realidad ese es solo un escalón a un prado más verde.

Bueno, me arrepiento de varias cosas, como todos nosotros. Pero hay que mirar hacia el futuro y es lo que yo hago cuando os observo, mi pequeño ejército. No sé cuántos pensaréis que soy el cliente perfecto de un manicomio ni cuántos permitiréis que os

enriquezca lo que os he relatado hoy, pero como diría Trillo, con una sola cabecita pensante me doy por satisfecho. Porque uno, más uno, más uno, más uno... acaban siendo miles.

Que tengáis una buena mañana y nos vemos el próximo miércoles.