

Periodistas atrapados en la Red: rutinas de trabajo y situación laboral

[Metadata, citation and similar papers](#)

Depósito de Investigación Universidad de Sevilla

Universidad de Sevilla

CLAUDIA MELLADO RUIZ

claudiamellado@udec.cl

Universidad de Concepción (Chile)

Recibido: 21 de febrero de 2006

Aceptado: 30 de abril de 2006

RESUMEN Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) han obligado al periodista tradicional a una forma diametralmente distinta de hacer periodismo. Un debate social, cultural y profesional de dimensiones exorbitantes ha surgido desde entonces: tanto es así que Martínez Albertos, entre otros autores, se ha atrevido a profetizar que el periodismo tradicional y los periódicos de papel desaparecerán en el 2020. Aunque no compartimos dichos presagios, es un hecho que esta nueva plataforma ha abierto un campo laboral para los recién egresados de las Facultades de Comunicación, periodistas sin trabajo e incluso muchos becarios aún estudiantes. No obstante, las condiciones laborales que ofrece este formato digital son precarias y preocupantes. Las cifras oficiales conocidas hasta hoy lo demuestran, indicándonos que dicha precariedad va en aumento, lo cual nos obliga a efectuar una reflexión sobre el futuro de nuestra profesión. Producto de la gran demanda de puestos de trabajo, muchos portales *on-line* hacen caso omiso sobre políticas laborales mínimas que dignifiquen el trabajo del periodista y lo comprometan con su profesión.

Palabras clave: NTIC, periodistas, precariedad laboral

Journalists Trapped in the Network: Work Routines and Job Situation

ABSTRACT The new information and communication technologies (NICT) have forced the traditional journalist to assume a diametrically distinct manner of journalism. A social, cultural and professional debate of exorbitant dimensions has emerged to such an extent that Martínez Albertos, among other authors, has dared to prophesize that traditional paper journalism will disappear by 2020. Even when we do not share these fears, it is a fact that this new platform has opened a field of work for recent graduates from Communication Faculties, unemployed journalists and even many students. However, the work conditions offered by this digital format are precarious and troubling. The official figures indicate that this precariousness is increasing—a fact that forces us to reflect on the future of our profession. Product of the great demand for jobs, there are *on-line* sites that ignore the minimal labor that dignify a journalist's work confirming their commitment with the profession.

Keywords: NICT, journalists, job precariousness

SUMARIO: 1. Introducción. 2. Precariedad laboral. 3. El fracaso de los diarios digitales. 4. Rutinas de trabajo en los medios digitales. 5. La necesidad de redefinir el perfil profesional. 6. A modo de conclusión. 7. Referencias bibliográficas y hemerográficas.

1. Introducción

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) han obligado al periodista tradicional a una forma diametralmente distinta de hacer periodismo. Un debate social, cultural y profesional de dimensiones exorbitantes ha surgido desde entonces: tanto es así que algunos autores se han atrevido a profetizar que el periodismo tradicional y los periódicos de papel desaparecerán en las próximas décadas. El propio Martínez Albertos ha sido pionero de esta visión apocalíptica de la profesión en su obra *El ocaso del periodismo* (Martínez Albertos, 1997: 23-24), donde nos advierte de que los periodistas se han extraviado en el laberinto de las nuevas tecnologías, hasta el punto de que ha profetizado que la prensa escrita desaparecerá antes que los libros. Incluso ha señalado fecha de defunción: el año 2020.

Aunque no compartimos dichos presagios, es un hecho que esta nueva plataforma ha abierto un campo laboral para los recién egresados de las Facultades de Comunicación, periodistas sin trabajo e incluso muchos becarios aún estudiantes. No obstante, las condiciones laborales que ofrece este formato digital son precarias y preocupantes. Las cifras oficiales conocidas hasta hoy lo demuestran, indicándonos que dicha precariedad va en aumento, lo cual nos obliga a efectuar una reflexión sobre el futuro de nuestra profesión. Producto de la gran demanda de puestos de trabajo, muchos portales *on – line* hacen caso omiso sobre políticas laborales mínimas que dignifiquen el trabajo del periodista y lo comprometan con su profesión.

2. Precariedad laboral

La Organización Internacional del Trabajo (OIT), con ocasión de un simposio sobre tecnologías de la información, celebrado en Ginebra en el año 2000, hizo público un documento informativo para el *Coloquio sobre las relaciones de la información en las industrias de los medios de comunicación y del espectáculo: sus repercusiones en el empleo, las condiciones de trabajo y las relaciones laborales*. Entre las principales conclusiones del informe destacaba que la tecnología de la información y las comunicaciones estaba equilibrando la balanza entre personal fijo y *freelances* en las redacciones y que al mismo tiempo el periodismo estaba proporcionando cada vez más oportunidades profesionales a las mujeres. Según el informe, en el Reino Unido “hay más mujeres periodistas que nunca”. En España, el informe muestra que, a pesar de que ha habido un descenso en la fuerza laboral en los diarios en un 15%, entre 1992 y 1994, “el porcentaje de personal dedicado a la redacción ha subido del 37 al 46% y la proporción de mujeres aumentó del 27 al 29,5%”. Muestra el informe cómo el exceso de información se ha convertido en un riesgo profesional para los periodistas a tiempo completo. El correo electrónico es el principal culpable, pues los buzones electrónicos reciben un flujo constante de datos, comunicados de prensa, publicaciones en red, memorandos internos y cartas a los lectores.

Los delegados asistentes a este simposio conocieron también que el empleo en los medios impresos está en declive: “La tecnología ha eliminado muchos puestos de trabajo en los periódicos durante los últimos 25 años, en su mayor parte en tipografía

y en trabajos administrativos”. Comparados con estos trabajadores, “los periodistas han tenido suerte”. Aunque el informe de la OIT señala que el número de trabajadores que se necesitan en una redacción ha bajado ligeramente, aunque “los periodistas no están siendo sustituidos por ordenadores” (los ordenadores están cambiando a los periodistas). Pero estos profesionales cada día se enfrentan a nuevos retos: se encargan de clasificar temas o preparar guiones para distintos tipos de formatos, como la radio, la televisión y la red, y para diferentes medios. Este informe muestra un comportamiento similar en la radio y la televisión, con un descenso en los empleos fijos, debido a la reestructuración de las cadenas públicas y a la consolidación de las empresas privadas como consecuencia de fusiones y adquisiciones.

La situación de los periodistas digitales todavía se agrava más. Un 54% de los periodistas encuestados desconoce el convenio laboral de la empresa en que trabaja, mientras que un elevado porcentaje son estudiantes en prácticas, becarios o contratados por servicios. Además, en los medios en que se combina la edición digital con la tradicional, los profesionales trabajan muchas más horas. Así se desprende de los resultados de la encuesta sobre la situación laboral de los periodistas digitales que pusieron en marcha el Grupo de Periodistas Digitales (GPD) y el Sindicato de Periodistas de Cataluña (SPG), con la colaboración del Colegio de Periodistas de Cataluña (López Hidalgo, 2005: 31-32).

Un 35% de los periodistas que trabajan en medios digitales no tienen contrato laboral. De éstos, un 66% son estudiantes en prácticas o becarios. La relación que mantienen con la empresa el resto de trabajadores nada más es verbal. De los que tienen contrato, un 45% es por obra o servicio. Respecto a los salarios, un 75% de este colectivo cobra 1.200 euros mensuales brutos. Sin embargo, el 43% cobra entre los 900 y los 1.200 euros. Además, el 13% recibe menos de 300 euros al mes y el 19% alcanza entre los 600 y 900 euros. Aunque sólo responde un 30%, el 60% del colectivo considera que sus condiciones económicas y laborales son peores que el resto de la plantilla. Si bien el 44% de los periodistas encuestados señala que la empresa donde trabaja está regulada mediante convenio, sólo un 9% considera que éste es bueno. Un 23% lo valora mal y un 54% no lo valora porque no lo conoce. Sin embargo, un 42% de los periodistas digitales no está sujeto a ningún convenio y un 12% tiene convenio no relacionado con la profesión periodística (López Hidalgo, 2005: 32).

3. El fracaso de los diarios digitales

Internet se nos mostró como la gran esperanza para los periodistas a partir de 1995, pero pronto aquel horizonte sólo fue el sueño de una noche de verano. En tan sólo una década la situación es diametralmente opuesta. Así lo entiende también José Alonso Seco: “Al debate casi filosófico sobre el fin del periodismo –no hacen falta periodistas porque todos los internautas podemos ejercer como periodistas-, hay que añadir la terrible ola de despidos y precariedad que se extiende por toda la Red” (Seco, 2003: 89). La precariedad laboral de los periodistas digitales se muestra más evidente cuando conocemos la realidad de las empresas más representativas, como es el caso de elpais.es. *El País* destina a su producto en Internet un equipo reducido de

profesionales, hasta el punto de que en una de las noches más críticas de la Guerra en Irak en 2003 la redacción la integraba una sola persona.

María Bella Palomo Torres, en su obra *El periodista on line: de la revolución a la evolución*, muestra algunos otros datos reveladores que no hacen sino incidir en la situación que describimos: “La explosión de la burbuja digital ha demostrado la fragilidad de este tipo de empresas, lo que se traduce en inestabilidad laboral. La crisis del sector ha rediseñado la tendencia alcista durante los últimos años en Estados Unidos, y se ha sustituido por un periodo de recesión a nivel contractual, que ya han afrontado grandes empresas como el grupo *Chicago Tribune*, *Salon* o *FoxNews.com* donde sólo han sobrevivido los redactores más leídos en Internet. En el caso concreto de la versión digital del *News York Times*, hubo un recorte del 17% que afectó a 69 personas. En el 2000 otras muchas redacciones de información *on line* sufrieron unas reducciones de plantilla que oscilaron entre el 10 y el 50%, déficit que también se reproduce en las versiones digitales de los medios audiovisuales. Como otros valores tecnológicos sujetos a leyes cíclicas, los niveles de empleo también oscilan bruscamente en el mercado. Esta situación ha puesto en peligro la supervivencia de cursos especializados en el área del periodismo digital; mientras se diversifican las propuestas educativas desarrolladas eminentemente por empresas privadas, la solicitud de información y el número de alumnos desciende año tras año. Al decrecer la oferta laboral, el público no se asegura un puesto de trabajo invirtiendo tiempo y dinero en ese terreno” (Palomo Torres, 2004: 65-66).

La precariedad laboral de los periodistas condiciona no sólo su modo de trabajar, sino también su ética y su independencia. Ocurre en los medios impresos y en los digitales, también en los medios audiovisuales. Ocurre en la profesión. En uno y otro país. Al respecto, un estudio realizado en 2004 entre los principales periódicos en Hispanoamérica por la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), el Grupo de Diarios de América (GDA) y la Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), concluyó que el 68% de los puntocom de periódicos son manejados por ocho o menos periodistas; sólo el 10% de los periódicos dice actualizar cada 24 horas; ninguno de los encuestados considera que el reportero sea el foco de sus actividades periodísticas; la mayoría de los profesionales que trabajan en estas publicaciones tienen entre 20 y 30 años; el 49% de los periodistas digitales ganan menos que sus colegas que trabajan para ediciones impresas; mientras que un porcentaje significativo cree que los periodistas digitales son el futuro.

En Chile, la situación laboral de los periodistas digitales no se ve en las regiones. Sólo Santiago, la capital, aglutina casi la totalidad de este tipo de plataformas. En España, el mapa se muestra más disperso. Pero atendiendo a los datos anteriormente expuestos, se puede comprobar que la situación laboral de los periodistas muestra pautas semejantes.

4. Rutinas de trabajo en los medios digitales

Los diarios digitales también han mostrado un nuevo modo de hacer periodismo,

hasta el punto de que han modificado las rutinas de trabajo de los profesionales y no precisamente en beneficio de los profesionales ni de la calidad de las informaciones. Las empresas lo tienen mucho más fácil, pues ya no necesitan un centro de trabajo. Los periodistas digitales trabajan desde sus propias casas, y así ninguna inspección puede detectar fraudes laborales.

El periodista puede sufrir además otros dos tipos de irregularidad. La primera tiene que ver con la inseguridad que provoca en el profesional el continuo cambio tecnológico que afecta al sector y, como consecuencia, al temor de ser reemplazado por personal más cualificado o incluso por máquinas. La segunda, derivada del desconocimiento del perfil concreto de su lector. Como afirma Luis Ángel Fernández Hermana, autor del sitio *En.red.ando*, que da título a su libro, otra de las novedades que introduce Internet es no saber para quién se trabaja, desconocer quién es el beneficiario de esa labor.

En torno al papel que desempeñan estas tecnologías, Juan Luis Cebrián ha escrito: “Las tecnologías avanzadas, de alguna manera, nos devuelven a la prehistoria del periodismo. En la sociedad de la información los *canard* parisinos y los *gazzetanti* venecianos campan por sus respetos. En la Red las noticias se mezclan con los rumores, los engaños o las fantasías, y se venden por menos de una gaceta, porque se ofrecen de forma gratuita, buscando refugio económico en las prácticas de la antigüedad clásica: como Horacio, aspiran al mecenazgo de algún emperador, aunque tenga el aspecto de una botella de *Coca-Cola*. Descubrimos, también, el retorno a los tiempos épicos del periodismo en los que un hombre solo, con una pluma y una resma de cuartillas, se disponía a desafiar al mundo. Así nació el *Herald* de Nueva York. Su fundador, James Gordon Vennett, hacía las veces de reportero, director, cajista, impresor, distribuidor, agente de publicidad y experto en mercadotecnia. La Red permite también el periódico hecho por un solo redactor, e incluso, dirigido específicamente a un solo lector; propicia la personalización de la información, su especialización al máximo”. (Cebrián, 2004: 10).

En efecto, las rutinas de trabajo en la Red han cambiado para el periodista. A la precaria situación laboral –que también afecta a toda la profesión–, se une una mecánica que cada día tiene menos relación con la profesión. El periodista sale menos a la calle en busca de información propia, se pierde en los entramados de las nuevas tecnologías, abusa de las fuentes institucionales, no contrasta las informaciones y la iniciativa por encontrar nuevos temas es nula. Esta espiral atrapa al periodista en la propia en la Red, y la primera consecuencia es fácil deducirla: sus trabajos no tienen credibilidad. A estas rutinas de trabajo, se une la necesidad de buscar un nuevo lenguaje para los nuevos medios. Como nos recuerda Antonio López, al igual que ya sucedió en su día con medios como la radio y la televisión, los diarios digitales han copiado muchas de las técnicas estilísticas y narrativas de los periódicos convencionales, aunque con el tiempo se aprecia un interés por desarrollar un lenguaje propio (López Hidalgo, 2002: 212).

Este interés del sector profesional por aplicar rutinas periodísticas eficaces

encuentra su correlato en la bibliografía didáctica sobre el ciberperiodismo, la cual ha ido superando el inicial entusiasmo por los aspectos más técnicos para centrarse en análisis específicos sobre el discurso hipermedia y su particular retórica, señala Ainara Larrondo. De hecho, añade, se aprecia un verdadero afán por encontrar fórmulas propias de presentar y estructurar la información que permitan explotar al máximo las potencias comunicativa que nos ofrece Internet, virtualidades que en buena medida se deben a las particularidades del propio discurso digital, definido en términos de hipertextualidad, multimedialidad e interactividad (Larrondo Ureta, 2004).

A este panorama de incertidumbre, hemos de añadir, el miedo creciente a que el profesional llegue a convertirse nada más en un mero distribuidor de información, pues, como señala Claudia Mellado, eso sería la destrucción plena de todas las expectativas y desafíos que debe afrontar la profesión: “Por este motivo no debemos cesar en la creación de un profesional integral que plasme su opinión sobre las informaciones publicadas con criterios claros sobre hechos, evidencias y fenómenos contrastados... y por qué no, utilizando métodos científicos de las ciencias sociales, ya sean cuantitativos o cualitativos” (Mellado Ruiz, 2003: 460).

Por supuesto, tampoco podemos dejar de mencionar las redacciones multimedia operadas por periodistas multimedia. Como anuncian distintos autores, pronto no habrá noticias de Internet, noticias de periódicos o noticias de televisión. Determinados factores están transformando drásticamente el oficio de periodista: la revolución tecnológica, los imperativos empresariales, el totalitarismo de las audiencias, el poder en manos de los gestores y la consecuente pérdida de la influencia de las redacciones como cuerpo profesional. Sin embargo, las redacciones multimedia no son buenas ni malas en sí mismas. Pero Francisco G. Basterra, por ejemplo, se teme que producirán “un periodismo más uniforme, menos crítico, más empaquetado; en definitiva más simple. Sobre todo si se fabrica con proveedores de contenidos muy jóvenes, sin formación continuada, regularmente pagados y los que no les dé el tiempo necesario para documentarse, reflexionar, investigar antes de entregar cada contenido”. Y añade: “En definitiva y como conclusión me pregunto cómo podemos recuperar la dignidad del oficio de periodista en este entorno multimedia y cómo volver a ganarnos la confianza y la credibilidad de nuestras audiencias, en buena medida perdidas” (G. Basterra, 2002: 36).

Como consecuencia, uno de los graves problemas que deben solventar los medios en la Red de manera prioritaria es la falta de credibilidad, por que éstos no han exigido el requisito básico de la comprobabilidad como ingrediente fundamental del mensaje periodístico. Este principio ya ha llevado a algunos autores a cuestionar la figura del profesional de la información como prescindible en este mundo de la Red. El profesor Martínez Albertos, por ejemplo, advierte de que en la elaboración de los mensajes y en la elección de los contenidos “el usuario puede ir reemplazando progresivamente la figura del periodista, que puede de hecho desaparecer como eslabón imprescindible dentro de la cadena de producción de relatos y comentarios periodísticos”. Como consecuencia, añade, una vez desaparecidos estos profesionales, “cabe también

afirmar que irá desapareciendo gradualmente el respeto y observancia de las pautas deontológicas propias del ejercicio del periodismo, tal como lo entendemos actualmente” (Martínez Albertos, 2001: 25).

Una vez más, este profesor pretende mostrarnos el Apocalipsis profesional. Pero ciertamente su visión poco optimista respecto del futuro del periodista *on line* debe alertarnos de que efectivamente la situación no es tan halagüeña como la soñamos en un principio. Muchos somos los que no queremos compartir esta mirada negra. Autores como Canga Larequi cuestionan esta visión pesimista de Martínez Albertos y no duda de que el periodista será necesario en la Red. En este sentido, ha escrito: “La aparición del “nuevo medio” hace surgir nuevas “sinergias informativas y laborales que afectan tanto a las empresas como al trabajo de los profesionales que pasan a convertirse en “proveedores de contenido”, independientemente del soporte en el que finalmente se distribuyan sus trabajos” (Canga Larequi, 2001: 35).

Canga Larequi insiste y es contundente sobre el papel que debe desempeñar el profesional en estos nuevos medios: “Los contenidos informativos de carácter periodístico deben ser introducidos en la red por periodistas, única forma de garantizar su calidad, objetividad, veracidad, etc. Es decir, dotar a la información periodística en la red del valor añadido de la credibilidad. Asimismo, esto dará lugar a la aparición de nuevos códigos éticos para la información periodística en la red” (Canga Larequi, 2001: 35).

5. La necesidad de redefinir el perfil profesional

La actividad periodística surge como expresión de complejos y equívocos procesos sociales que generan la necesidad de obtener información para orientarnos como intérpretes de un acontecer que cambia a medida que el progreso científico-técnico asimila y se especializa e inunda las distintas actividades sociales. De ahí la necesidad de trascender el oficio y definir al periodismo como profesión. Y como obvia consecuencia, la necesidad también perentoria de definir no sólo el perfil profesional sino también los estudios de Periodismo.

Esta necesidad que tiene el periodista de contar con el dominio técnico de nuevas habilidades y conocimientos de los hasta ahora exigidos, nos lleva a la necesidad de replantear los contenidos de la licenciatura de Periodismo pues, como señala el propio Martínez Albertos, “redefinir el perfil y las exigencias profesionales de la comunicación, y redefinir los contenidos y procedimientos de su formación académica es hoy urgente” (Martínez Albertos, 2001: 24)

La revisión de los planes de estudios universitarios para los alumnos del siglo XXI se hace más que necesaria, pues éstos habrán de enfrentarse no sólo a la disyuntiva del periodismo escrito y audiovisual, sino también a la vertiente multimedia de la profesión que ya se erige como la gran tercera opción. Así lo entiende María Bella Palomo Torres, quien además advierte de que en España sólo un 20% de las facultades de Ciencias de la Comunicación han asumido esta novedad y poseen disciplinas que aluden directamente a Internet. En este mismo país los cursos superiores de

periodismo digital superan la treintena y el apoyo institucional es obviamente escaso. Sólo la cuarta parte de estos estudios está subvencionada y el 70% es impartido por empresas privadas sin reconocimiento oficial (Palomo Torres, 2004: 80-81).

Ya que las facultades de Comunicación no realizan durante la licenciatura una oferta adecuada, el periodista está todavía lejos de asumir regularmente un reciclaje formativo desde el punto de vista técnico, de manera que su rol queda más cerca del usuario común que del especialista de “doble capacitación”, cuya misión sería “ejercer de puente y llevar las nuevas tecnologías a aplicaciones que demanda la sociedad”, señala Palomo Torres. Para ella, este panorama favorece la atribución de unas condiciones laborales ventajosas a quienes disponen de esta capacitación y desequilibra la competencia de empresas. En este sentido, señala: “El ejemplo más sorprendente acaeció en mayo de 2000, cuando Mario Tascón, tres años después de ser nombrado subdirector de infografía y publicaciones electrónicas en *El Mundo*, y otros veinticuatro profesionales adscritos al área de publicaciones digitales de *Unedisa* se pasaban a la competencia para ocuparse de *Prisacom*. Es lo que se ha denominado “compra de conocimiento” aunque su legalidad resulta cuestionable” (Palomo Torres, 2004: 80-81).

Viendo este paisaje, podemos deducir que la crisis que atraviesa el colectivo de periodistas no es de fácil resolución, situación que cobra tintes más grises en la Red. ¿Pero cuándo comenzó a cambiar este oficio de periodista? Ryszard Kapuscinski entiende que el cambio se produjo cuando la revolución tecnológica permitió transmitir la noticia de manera fácil e inmediata. Como escribió Egon Edwin Kisch, el trabajo de enviar la noticia en ocasiones resultaba más fascinante que el reportaje mismo.

También es cierto que el perfil del periodista hoy se ve más difuminado que hace veinte años. El profesional tenía voz en el periódico y un papel trascendental a la hora de decidir la agenda del día. Hoy, las ruedas de prensa y los comunicados han vulgarizado la profesión y han dibujado al periodista con un perfil más anónimo. El propio Kapuscinski recuerda que hace 50 años este oficio se veía muy diferente a como se percibe hoy. En este sentido, ha escrito: “Se trataba de una profesión de alto respeto y dignidad, que jugaba un papel intelectual y político. La ejercía un grupo reducido de personas que obtenían el reconocimiento de sus sociedades. Un periodista era una persona de importancia, admirada. Cuando andaba por la calle, todos lo saludaban”. Como consecuencia, añade, “en esta profesión se perdió algo tan central como el orgullo de lo personal. Este orgullo implicaba también la responsabilidad del periodista por su trabajo: el hombre que pone su nombre en un texto se siente responsable de lo que escribió. En cambio, en la televisión y en las grandes cadenas multimedia, de igual modo que en las fábricas, esta responsabilidad personal ya no existe” (Kapuscinnki, 2005: 13-14).

El optimismo del reportero polaco nos puede parecer algo excesivo a la luz de los testimonios legados hace cien años. Rafael Mainar en su obra *El arte del periodista*, publicada en 1906, ya escribía que los profesionales “también somos periodistas *para todo*, es decir, que lo mismo hemos de servir para un fregado que para un barrido, y

con la misma pluma y, a veces sin solución de continuidad en el trabajo, hemos de hacer un artículo, una revista de toros y una necrológica “muy sentida”. Las plantillas y las pesetas no dan para más” (Mainar, 2005: 192).

6. A modo de conclusión

Otros datos respaldan el diagnóstico de Mainar. Pese a la situación de precariedad que prácticamente siempre ha definido al sector, las movilizaciones de los profesionales de la información destacan por su ausencia. La única huelga de periodistas en España de la que hay noticias se produjo en el año 1919. Algunas reivindicaciones de aquel momento todavía están por conseguir. En España, la profesión está desregularizada. Los periodistas muestran una resistencia insensata a la organización y a la participación tanto en la vida política como sindical. En general, los sindicatos registran unos índices de afiliación ridículos, ha escrito José Alonso Seco, y aún lo son más en el caso de los medios de comunicación. Los periodistas españoles no se han planteado nunca una huelga colectiva a pesar de los procesos de concentración, los recortes de plantilla, la clausura de diarios o los casos de censura. A esta desregularización de la profesión y al exceso de licenciados en títulos relacionados con el periodismo, hay que sumar la negligencia de la Administración en la vigilancia de las condiciones sociolaborales en las empresas periodísticas (Seco, 2003: 91-93).

Los periodistas en general, y en particular los profesionales de la Red, deben afrontar definitivamente el futuro de manera conjunta. Necesitan definir un perfil desde hace un siglo desdibujado, una situación profesional desigual desde un punto de vista económico y en muchos casos claramente precaria, con un índice de sindicación prácticamente nulo y unos estudios universitarios que deben reconducir sus materias a impartir atendiendo a las necesidades que impone la tecnología. El panorama no es nuevo. Más bien es un equipaje que los profesionales de la información han ido arrastrando a lo largo de todo el siglo XX y que en los albores del siglo nuevo se hace necesario rediseñar si no quieren perder para siempre el idílico papel de responsabilidad y compromiso que siempre debieron prestar a los ciudadanos pero que en contadas ocasiones asumieron de verdad.

7. Referencias bibliográficas y hemerográficas

BASTERRA, Francisco G.

2002: “¿Son necesarios los periodistas en el nuevo entorno multimedia?”, en VV. AA.: *La tecnología de la información y sus desafíos*. Madrid, España Nuevo Milenio, pp. 36-79.

CANGA LAREQUI, Jesús

2001: “Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión”, en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 7. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense, pp. 33-48.

CEBRIÁN, Juan Luis

2004: “El periodismo en los tiempos del cólera”, en el suplemento de *El País*

10.000, 18 de octubre. Madrid, El País, pp. 9-10.

KAPUSCINKI, Ryszard

2005: *Los cinco sentidos del periodista (Estar, ver, oír, compartir, pensar)*. Madrid, Fondo de Cultura Económica, Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano ((FNPI), Asociación de la Prensa de Cádiz y Asociación de la Prensa de Madrid.

LARRAÑAGA, José y DÍAZ NOCI, Javier (Coords.)

2003: *El periodista ante el mercado laboral*. Zarautz, Universidad del País Vasco.

LARRONDO URETA, Ainara

2004: "El reportaje se reinventa en la red: estructura del reportaje hipertextual" en www.ull/publicaciones/latina/200435/larrondo.htm (06/10/04)

LÓPEZ HIDALGO, Antonio

2002: *Géneros periodísticos complementarios. Una aproximación crítica a los formatos del periodismo visual*. Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

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.

MAINAR, Rafael

2005: *El arte del periodista*. Barcelona, Ediciones Destino.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis

1997: *El ocaso del periodismo*. Barcelona, CIMS.

2001: "El mensaje periodístico en la prensa digital" en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 7. Madrid, Servicios de Publicaciones de la Editorial Complutense, pp. 19-32.

MELLADO RUIZ, Claudia

2003: "¿Perdimos la batalla en la elaboración de los contenidos? El perfil del periodista en los nuevos medios" en *La Comunicación: industria, conocimiento, profesión*. Madrid, volumen recopilatorio del IV Foro Universitario de Investigación en Comunicación, pp. 455-463.

PALOMO TORRES, María Bella

2004: *El periodista on line: de la revolución a la evolución*. Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

SECO, José Alonso

2003: "El mejor oficio, si se deja a tiempo" en LARRAÑAGA, José y DÍAZ NOCI, Javier (Coords.): *El periodista ante el mercado laboral*. Zarautz, Universidad del País Vasco, pp. 83-97.