

Curiosidad a fuego lento y periodismo

Enviado por ter el Dom, 12/15/2013 - 08:00

Título portada:

Curiosidad a fuego lento y periodismo

Artículos relacionados portada:

¿Veinte años no es nada?

Autoría:

Jesús Rodríguez

Info de la autoría:

Setmanari La Directa

Ser curioso, meter la nariz donde no te llaman; con respeto pero con ganas de saber, con espíritu crítico y autocrítico. Desarrollando las herramientas necesarias para poner luz en los cuartos oscuros de los poderosos y mostrarlo a los lectores sin demasiada pedantería; pero sin renunciar a la calidad en las artes de la comunicación. **Dando voz a las que quieren denunciar la injusticia** y a las que trabajan por proponer y consolidar alternativas. Un trabajo duro. Esta podría ser mi personal definición del periodismo que siento y vivo, **plasmado en las páginas de [La Directa](#)**, en 341 ediciones de un semanario que salió a la calle el 23 de abril de 2006. Muchas cosas han pasado desde entonces.

Las grandes cabeceras ligadas a grupos empresariales empezaban a vislumbrar la crisis, pero sectores de la progresía adinerada cercana a Rodríguez Zapatero, a la luz de los resultados electorales del 14 de marzo de 2004 -cuando se visualizó que casi tres millones de votantes eran altamente críticos con el PSOE y **sólo se movilizaban para frenar al PP**- decidieron crear el imperio mediático de La Sexta y Público. Esos tres millones de críticos eran su target inicial. Pero les fallaba la base. La historia acabó mal: la cabecera Público fue decapitada y La Sexta pasó a manos del Grupo Planeta.

En todo esto llegaron el 15M y las redes sociales. **La información ya no sería un monopoly de los consejos de redacción o de los consejos de administración.** Todo se hizo más complejo. Una transformación radical de las fuentes, los flujos y los mecanismos de contrastación, ha conllevado una disminución constante de la venta de ejemplares en papel: **¿para qué gastarte un euro en comprar un periódico que explica lo que ayer leíste en internet?** Si a eso le sumas la permanente sospecha de la manipulación... Ese target que buscaba Público el año 2005 había desaparecido de la edición en papel y estaba en las redes. Pero El País o El Mundo -entre otros-, no han renunciado a la rotativa, juegan en otra liga, por ahora. Su objetivo es la cifra de lectores como número absoluto, un dato que será auditado y se transformará en la moneda de cambio para las multinacionales en concepto de contratación de publicidad.

Desde el inicio de la crisis financiera y después del estallido de las redes sociales, más de 5.000 periodistas se han quedado sin trabajo. En algunos lugares se han creado **asambleas de periodistas con el objetivo de defender el compromiso ético** con la profesión y los puestos de trabajo, como es el caso de Mitjans en Lluita en Catalunya. Antes de la llegada de los ERE y las rebajas salariales, en plantillas como la de TV3 ya habían diseñado un mecanismo de evaluación y autocontrol del ejercicio periodístico, el Comité Profesional. Periodistas comprometidos y honrados los ha habido siempre. Ahora bien, los trepas que son la voz de su amo y no tienen interés por la profesión, también están ahí. Algunos se han quedado en el paro y ahora ponen el grito en el cielo. **Han recogido los frutos de lo que sembraron: solidaridad cero.**

Por contra, muchos periodistas críticos y activistas de la comunicación han visto en la crisis una oportunidad para el cambio. **No se trata sólo del cambio de una cabecera**, sino de una transformación profunda en las estructuras organizativas, los mecanismos de toma de decisión, la propiedad de los medios y las relaciones entre emisor y receptor; si es que aún queda algo de eso después de la dinamita que las redes sociales pusieron en esas bases hace unos pocos años.

Parece ser que ha llegado el momento de recuperar el valor de la curiosidad a fuego lento -con

Curiosidad a fuego lento y periodismo

Publicado en Periódico Diagonal (<https://www.diagonalperiodico.net>)

resultados mucho más sabrosos-, después de estos años secuestrada por el imperante mercantilismo de la información. **Ese gusanillo que te impulsa a entrar en las cloacas del Estado**, en las habitaciones cerradas a cal y canto; ése que también te lleva a cuestionar aquello que se hace desde la legalidad, como el recién aprobado borrador de Ley de Seguridad Ciudadana.

Para hacer periodismo hay que estar vacunado ante el conformismo y la pasividad, y demostrarlo en los contenidos. Por eso **las cooperativas de periodistas son sin duda la mejor carta de presentación** para recuperar la confianza de aquella gente que dará el paso de suscribirse, generando así una comunidad que será la verdadera base del proyecto. Bienvenidos al renovado periodismo, donde **la confianza será clave y la calidad hará el resto. Vamos a curiosear.**

Edición impresa:

Sección principal:

[La Plaza](#)

Tematicos:

[Número 211](#)
[periodismo](#)

Nombres propios:

[La Directa](#)

Posición Media:

Cuerpo del artículo

Compartir:

Autoría:

[Jesús Rodríguez](#)