
INTRODUCCIÓN

Esta es una escena contemporánea, el diorama de un conflicto de nuestro tiempo, el símbolo de un fin de época. La rotativa se parará después de tirar el último ejemplar del periódico. Las camionetas saldrán por última vez a emprender sus rutas de reparto. Solo faltará que alguien apague las luces y deje las instalaciones enteras oscuras y vacías, con la sala de redacción desierta y silenciosa en el centro del escenario.

Esa cabecera centenaria que se identifica con el nombre y con la historia de una ciudad, que ha presidido los desayunos de todas las familias en épocas de paz y en épocas de guerra, durante los largos periodos de prosperidad y durante las crisis, y en cuyas páginas han aprendido a leer todos los niños de esta poblada metrópolis, dejará de publicarse y ya no estará nunca más en los quioscos ni seguirá deslizándose cada mañana por debajo de la puerta o cayendo en el buzón de la escalera de vecinos.

Esto ya ha sucedido en los últimos años en muchas ocasiones, sobre todo en el país donde más desarrollada estaba la industria de la prensa impresa, que es Estados Unidos. Pero no es un guion lejano y ajeno, sino una pieza dramática, incluso

una tragedia, que ya ha empezado a representarse en toda Europa y que pronto va a tomar un ritmo endiablado entre nosotros.

Desaparecen las cabeceras y desaparecen los puestos de trabajo. En las rotativas, por supuesto, en la distribución, en los departamentos de publicidad y de marketing. También desaparecen los quioscos de prensa, negocios tan decadentes como lo es hoy el periódico impreso. Y desaparecen los periodistas, antes una profesión nutrida y próspera, estos días disminuidos en sueldos y en ofertas de trabajo, precarizados y prejubilados, expulsados de su oficio y sustituidos incluso por el público que antes les leía y adoraba y ahora les reemplaza, pues son los propios lectores los que alimentan las nuevas webs de agregación y de contenidos generados gratuitamente.

Esa es la peor noticia que puede dar un periódico. Porque es sobre el periódico mismo y porque es la noticia de su desaparición. El pudor periodístico siempre ha dificultado la información sobre el propio periódico y el propio negocio. Puede que fuera falso. Pero esta era la costumbre. Los periodistas no eran noticia. Dar noticias sobre uno mismo no puede ser bueno. Suelen ser malas noticias. O al menos, noticias incómodas. Y si son buenas, fruto del autobombo periodístico o de las exigencias crecientes del marketing del propio periódico, son increíbles para los periodistas, acostumbrados a mirar con recelo cualquier noticia positiva.

Vaya si serán noticia ahora. Y además tendrán que darla, tendremos que darla. Será la peor de todas, la que ningún director de periódico quiere dar en su primera página: que mañana ya no saldremos. Es una necrológica anticipada. Necrológica del periódico y necrológica de la noticia. Nada hay tan deprimente como la noticia de que ya no volveremos a dar noticias.

Esta noticia que hemos leído ya varias veces y que sabemos que leeremos más veces en el futuro tiene un tope que cuesta

imaginar, aunque ya esté a la vuelta de la esquina. Un mundo sin periódicos impresos, una mañana sin periódico que comprar en ese quiosco de la esquina que ya cerró hace años, con el único consuelo de una vaga reminiscencia en el teléfono o en la tableta digital. ¿Un mundo sin nosotros, los periodistas?

EL OBSERVATORIO DE LOS PERIÓDICOS MUERTOS

En Estados Unidos, donde todo esto está ya muy avanzado, hay una página digital que funciona desde 2007 y recopila estas noticias nefastas. Se llama Newspaper Death Watch (NDW), el observatorio de la muerte de los periódicos, y tiene catalogadas en los últimos cinco años, desde que se fundó, catorce cabeceras que se han esfumado totalmente y nueve más que han dejado de imprimir en papel a diario y cuentan con edición exclusivamente *online* o híbrida con impresión solo algunos días de la semana, lo que supone el paso previo a la desaparición total de la edición en papel.

En el paisaje de Estados Unidos ya se cuentan muchas grandes metrópolis sin periódicos locales y estados enteros sin cabeceras que les representen. Hace unos años la desaparición de cabeceras limitaba el pluralismo en aquellas ciudades donde había más de un periódico. Ahora elimina sencillamente la misma posibilidad de contar con buena e intensa información de cobertura local. Esto todavía no ha llegado del todo a Europa, pero no tardará en suceder, y significa que las instituciones públicas y privadas de los nuevos desiertos informativos no contarán con unos periodistas profesionales bien remunerados y dedicados al escrutinio y a la difusión de sus actuaciones.

Tragedia he escrito al principio. Quizás es exagerado. Paul Gillin, el editor de NDW, se lo toma con un cierto sentido del humor, incluso en la presentación de su web, y con un punto de esperanza: *Chronicling the Decline of Newspapers and the Rebirth of Journalism* (Crónica del declive del periódico y de la resurrección del periodismo) es el lema que consta bajo la cabecera de su diario digital. Dejémoslo pues en un grado inferior a la tragedia.

Digamos que de momento es un drama, con algo de doméstico y vulgar, como corresponde a un artefacto compuesto por unos pliegos de papel impreso, doblado cuidadosamente, que tiene tacto y olor, al que hemos convertido durante una larga época en hábito y fetiche. Su modestia y los múltiples usos que le hemos dado a ese pliego de papel impreso no debería dar pie a muchas elegías, pero en cuanto ponemos en marcha la máquina nostálgica de la memoria nos damos cuenta del lugar que ha ocupado durante los dos últimos siglos en el paisaje visual de la vida cotidiana y en el funcionamiento de nuestras sociedades.

Una de las discusiones de nuestra época versa sobre la fecha de la defunción, cuestión en la que hay para todos los gustos, pero que la realidad no tardará en superar. Han quedado ya totalmente desbordados quienes situaban la publicación del último ejemplar de periódico en el momento en que el siglo se acercaría a su meridiano. Pero el cataclismo se producirá mucho antes, muy cerca de la fecha en que se escriben estas líneas, y habrá contribuido a ello con especial intensidad la Gran Recesión iniciada en Estados Unidos en 2007 y que ahora golpea con fuerza inusitada las economías mediterráneas de la Unión Europea.

No vamos a entretenernos aquí en el debate sobre las fechas del apocalipsis. Todos los efectos que interesan a la hora de la discusión ya los tenemos a mano, en forma de desaparición de cabeceras, eliminación de puestos de trabajo, desinversión en contenidos periodísticos y una efervescencia digital que invade e incluso sustituye el campo periodístico por tierra, mar y aire.

Hay un hecho indiscutible, y con frecuencia escasamente aceptado, y es que el periódico impreso va a desaparecer y va a hacerlo pronto, más pronto de lo que creíamos. Y con él van a desaparecer o van a transformarse muchas más cosas, sin que sepamos muy bien todavía cómo vamos a sustituirlas en sus funciones más esenciales.

Puede que algunas de las cabeceras que más se han significado en la historia de este negocio consigan sobrevivir en la nueva vida digital, emprendiendo además nuevas formas de comunicación por el momento ni siquiera atisbadas. Pero lo que está agonizando es el negocio que significaba la venta de ejemplares impresos de periódicos y a la vez de espacios publicitarios a los anunciantes. Y una vez haya muerto no volverá a resucitar.

Las consecuencias de la desaparición no pueden ser de ninguna manera menores o secundarias. El periódico impreso ha sido durante una larga época la imagen del mundo, la escenificación diaria de la idea de una realidad ordenada y jerarquizada. También ha sido un poderoso icono frente a cualquier poder, ejemplificado por los titulares que denuncian un abuso o una corrupción. Algo así como la historia y a la vez la conciencia del mundo que llegaban cada mañana a nuestras manos. O eso es lo que nos hemos creído o nos hemos contado a nosotros mismos. Quizás era todo un espejismo, un relato que nuestra mirada posmoderna decons-

truye ahora en sus piezas y trampas y que nuestra tecnología digital destruye y pretende sustituir como negocio.

Ahora es, en todo caso, el momento de pensar cómo son la realidad y la historia sin periódicos; cómo organizar la libertad y la democracia sin el pliego de papel que llega cada mañana simultáneamente a varios centenares de miles de personas. De ahí que este no sea un libro para periodistas, ni un ensayo sobre la crisis de un gremio. Nada hay más aburrido e ininteresante que los debates y las polémicas gremiales, ocupen a los periodistas o a los jueces.

La desaparición del periódico en papel plantea muchos problemas gremiales, pero ninguno de ellos es relevante para el ciudadano. El mayor de todos es saber cómo informarse sobre lo que ocurre en su entorno más inmediato y conocer todos los datos relevantes que afectan a su vida y al ejercicio de sus derechos y deberes como ciudadano.

La desaparición del periódico impreso no es un problema por tanto de los periodistas y de los editores, aunque acarree muchos problemas a los periodistas y a los editores. Es un problema para todos. Para quienes los leen o quisieran seguir leyéndolos, pero también para quienes han nacido a la lectura en las pantallas y en los móviles pero quieren seguir disponiendo de buena información y de buen periodismo.

Lo primero que debemos decirnos quienes hemos vivido de este oficio durante muchos años, cuarenta en el caso de quien escribe estas líneas, es que esto se acaba. Saber mirar la realidad de frente es lo más elemental que debemos exigirnos si luego queremos poner de nuestra parte todo lo que haga falta para defender con uñas y dientes lo que es esencial y prioritario en la actividad de informar.

Y esta es la realidad: este oficio, tal como lo hemos conocido, ya no da más de sí. Ha sido bello mientras ha durado, que para algunos ha sido toda la vida, pero a partir de ahora quienes quieran seguir deberán pensar en cambiar de oficio o en cambiar radicalmente el oficio, que quiere decir cambiar ellos mismos.

Muchos lo están haciendo. Algunos, muy pocos, lo están intentando voluntariamente, porque se han cansado o porque no les gusta esta etapa de decadencia en que se ha ido deslizando el periodismo. Otros porque el oficio les ha expulsado, convirtiéndoles en obsoletos, o lo que es todavía peor: porque la crisis les ha echado aunque no estuvieran obsoletos de ningún modo.

Así es como el mundo está lleno de experiodistas, casi todos ellos prejubilados o en paro, al igual que durante la Guerra Fría el mundo estaba lleno de excomunistas. Antes de que empezara la crisis hubo un momento de exuberancia máxima, en que los periodistas proliferaban por todos los lados. Uno levantaba una piedra y se encontraba con un periodista. En las empresas, en las administraciones, en las instituciones públicas y privadas, en los partidos y en los Gobiernos.

Los lectores también han cambiado. Más incluso que los periodistas. A la vista de cómo van las cosas, cabe pensar que son ellos y no los periodistas los que están protagonizando el cambio. Los medios cambian porque quienes los consumen y usan quieren que cambien.

LA BURBUJA PERIODÍSTICA

La prensa escrita ha vivido también una burbuja, de la que los periodistas nos hemos beneficiado mientras

crecía tanto como la sufrimos ahora que ya ha estallado. No hay prueba más evidente que la proliferación de estudios, carreras, facultades y másteres de periodismo.

Pocas profesiones cuentan con una industria tan potente distribuida por todo el territorio para fabricar titulados en Periodismo. Más de cuarenta facultades, con su carrera universitaria en muchos casos completa, se dedican en España a fabricar parados con el título oficial de periodistas, una carrera muerta que jamás ejercerán.

Hace unos años, antes de que empezara la crisis, una buena proporción se dedicaba a otras cosas nada más salir de la facultad. Desde 2008, todos van directamente a la desocupación. Formar periodistas es como formar conductores de carrozas de caballos justo cuando acaba de empezar la era del ferrocarril.

La crisis no afecta únicamente al periodismo puesto que el paro corroe todos los ámbitos de la vida económica. Pero el paro generalizado oculta el paro específico y todavía más pavoroso de los periodistas. Se debe probablemente a que el cebo para atraer a los periodistas sigue funcionando como si nada hubiera ocurrido.

El periodismo sigue siendo un sueño de éxito y de protagonismo que traslada al soñador al centro del acontecer del mundo, una rueda que nunca se para aunque haya crisis y que incluso se acelera cuando hay crisis y por eso pide testigos que la cuenten.

Los motivos para interesarse por el periodismo siguen proliferando e incluso multiplicándose. No es tan solo que no falten cosas que contar, sino que cada día hay más cosas que claman por ser contadas y que no siempre encuentran al periodista que se ocupe debida y rigurosamente de ellas. Pero ha desaparecido o está en trance de desaparecer lo que debería ser el motivo cen-

tral para sentirse atraído por este oficio: que se pueda vivir de él.

Cosas que contar, gente que quiere contarlas. El periodismo se muere pero a la vez el periodismo está más vivo que nunca. El negocio decae pero la atracción del oficio se intensifica. No hay negocio, pero sí hay instrumentos tecnológicos para que cualquiera haga de periodista, aunque sea sin cobrar.

Basta observar las oleadas de entusiasmo y de pasión que levantan los grandes acontecimientos deportivos, el impacto del reporterismo bélico, la popularización del periodismo económico y no digamos ya la miríada de iniciativas informativas a través de las redes sociales, formas todavía incipientes de periodismo ciudadano. Todos somos periodistas, por tanto nadie es periodista.

Las renovadas vocaciones periodísticas estimuladas por este paisaje cambiante se encuentran muy pronto con la verdad desnuda: no se puede vivir de esto. Que nadie se engañe. Es el final. *The End*. Fin. Como en las viejas películas de nuestros desaparecidos cines de barrio, cuando se corría el telón sobre la pantalla donde todavía brillaban las letras y sonaba una pegadiza melodía.

Este es el espectáculo al que estamos asistiendo ahora. El final de una maravillosa y trepidante película, un largometraje que ha durado más que nuestras vidas, aunque muchos son los que no quieren darse cuenta y para cuando termine se proponen seguir embobados ante la pantalla a la espera de la siguiente película.

Prefieren la técnica del avestruz. No pensar en mañana. Vivir el presente mientras el diario impreso siga saliendo de la rotativa. Aunque se haya convertido en una fábrica de pérdidas. Aunque cada día vaya encojiendo sus plantillas, disminuyendo sus ventas, perdien-

do facturación publicitaria e incluso desangrándose en prestigio e influencia. Aunque haya quedado sometido a la subvención de poderes públicos y al secuestro por la publicidad de grandes poderes privados.

No es la muerte súbita. No es un final que llega cuando menos se lo espera. Llevamos años al acecho del ruido de la guadaña que va pasando y cercenando cabezas. Sabemos que este apocalipsis está escrito y se prepara desde hace mucho tiempo. A pesar de todo, son muchos los que prefieren ignorarlo. Quizás más que los que prefieren mirar de frente a la muerte que viene a nuestro encuentro.

Vale para los periodistas y vale para los editores, incapaces unos y otros de superar un viejo esquema ya estudiado sobre las grandes revoluciones industriales. Solo les disculpa el final glorioso de este negocio. Sus últimos años, antes de penetrar en el túnel de la crisis, han sido los más brillantes de su historia en beneficios, en influencia y en prestigio social.

Pero ha sido el canto del cisne. Con trampa incluida. La burbuja. El chorro de beneficios que ha regado a unos y otros ha sido el corsé que ha inmovilizado al sector ante unos cambios que se acercaban y se veían venir. Como el veneno con el que la serpiente paraliza a su presa antes de devorarla. Así ha sido cómo la innovación se ha producido en otro lugar, pero en ningún caso en las empresas periodísticas, deslumbradas por el dinero y la influencia e incapaces de ver más allá de un palmo de sus narices.

Tampoco por parte de los periodistas, sumisos y obedientes a las tendencias dominantes y a las órdenes emanadas de las alturas jerárquicas; o, alternativamente, individualistas francotiradores, incapaces de organizar una

INTRODUCCIÓN

retirada que permitiera el regreso triunfante del oficio. Y eso que nos lo habíamos advertido a nosotros mismos.

No es hora todavía para la historia, porque estamos en el fragor de la batalla. Y menos todavía para que la escriban sus protagonistas, comprometidos como sujetos pasivos y a veces también muy activos de este hundimiento. Pero quienes estamos todavía al pie del cañón y hemos vivido toda esta historia desde que se declaró la primera crisis tecnológica y se achatarró el primer taller tipográfico, ya en la década de los años setenta, algo tenemos que decir respecto a lo que ha ido sucediendo ante nuestras miradas más atónitas que atentas.

Algo hay que decir, ante todo, por respeto a nosotros mismos y todavía más por respeto al público, al lector, que es el que ha dado sentido a nuestra historia hasta ahora y el único que seguirá dándola en el futuro si conseguimos salir de esta.

Periodistas somos y como periodistas debemos comportarnos. Esta es una historia que merece ser contada con pelos y señales, un gran y complejo reportaje que exige recoger los datos imprescindibles para armarlo. Estas líneas y este libro son una invitación a empezar a trabajar y escribirlo, a la indagación y la narración de esta historia, y también una invitación a reflexionar sobre el estado presente del oficio y su futuro, si es que tiene alguno. No como historiadores, sino como periodistas, como ciudadanos que cuentan lo que ven y lo que les sucede.

CINCO MEDITACIONES

Este libro lo componen distintas meditaciones, cinco en total, pensadas y escritas a lo largo de cinco años, de he-

cho desde que empezó la crisis en 2007. Escribo meditaciones y podría decir también ensayos autobiográficos, porque todos ellos son fruto de una reflexión sobre mi propia experiencia profesional más que un intento académico de sistematización exhaustiva.

La primera, titulada «La conquista de la libertad», es precisamente la que más se acerca al ensayo autobiográfico, pues el objeto y el tiempo coinciden exactamente con la vida adulta y la carrera profesional del autor de este libro y se ocupa de la evolución de los medios y del periodismo desde los tiempos del franquismo y de la censura, cuando el autor se inició en el oficio, hasta el pluralismo y la democracia, condiciones bajo las que ha desarrollado la mayor parte de su carrera.

Dos preguntas se pretenden responder en este capítulo inicial. La primera, de orden historicista, se interroga sobre el momento exacto en que pudimos dar por conquistada la libertad de prensa por la que se peleó durante tanto tiempo. La segunda, más anclada en el actual estado de las cosas, es saber si valió la pena. En el fondo de ambas late una cuestión más de fondo que afecta a la calidad y a la profundidad de la democracia y de la libertad conquistadas durante la transición española, algo que es objeto de muchas dudas en los últimos años sobre todo entre las nuevas generaciones, pero que las revueltas democráticas árabes han situado en la cabecera del orden del día.

El segundo capítulo, titulado «Periodistas y blogueiros», es un homenaje a Mariano José de Larra, el primero de los periodistas en lengua española y figura emblemática del columnista y de la distancia crítica respecto al poder. La idea central de esta reflexión gira alrededor de una comparación entre la condición actual del periodista,

acuciado por la caída de ingresos de los periódicos y obligado a buscarse la vida en el mundo digital, en condiciones de máxima libertad incluso tecnológica, y la situación en que se encontraba un escritor vocacional como Larra en la España de los años treinta del siglo XIX, tras la muerte del absolutista Fernando VII, justo en el momento en que el periodismo empezaba a organizarse como negocio. A fin de cuentas, la historia del diario impreso que ahora entra en su fase terminal es la de un modelo industrial que no alcanza ni siquiera los dos siglos de vida.

La tercera meditación o capítulo, titulado «Esta crisis es nuestra», aborda las repercusiones de la Gran Recesión en el hundimiento del negocio periodístico y la transformación del oficio. El periódico impreso ha sufrido en todas las crisis anteriores los mismos efectos que cualquier otro producto de consumo, duplicados en su caso por la doble depresión en la capacidad adquisitiva de los lectores y en las necesidades publicitarias de los anunciantes. Esta crisis, en cambio, va mucho más lejos, porque sus efectos sobre el negocio periodístico no son cíclicos, sino definitivos: los lectores perdidos difícilmente se recuperarán y la publicidad tampoco. Es nuestra, de los periodistas y de los editores, y es más que una crisis, porque nos va a transformar hasta hacernos irreconocibles, a los medios, a los editores y a los periodistas.

Las respetables instituciones que son los grandes periódicos encararon en 2010 un desafío insólito, el que planteaba una plataforma digital que se presentaba como una alternativa y a la vez una denuncia del periodismo tradicional. Fue el año de Wikileaks, la organización fundada y dirigida por Julian Assange, a la que se dedica la cuarta meditación y capítulo de este libro. Las dis-

tintas filtraciones de Wikileaks han retado a la vez el secreto de las comunicaciones del ejército y de la diplomacia de Estados Unidos y la autoridad profesional de los periódicos más prestigiosos del mundo, con los que constituyó Assange una alianza circunstancial.

Este capítulo, titulado «Chasco y fiasco de Wikileaks», entra de lleno en la crisis de la mediación periodística, que Julian Assange supo convertir en ideología, al igual que los indignados del 15-M hicieron con la mediación política de la democracia representativa. No es casualidad que este episodio tan intenso e incluso lleno de detalles escandalosos en la historia de los medios coincida con la oleada revolucionaria árabe, en la que la cultura digital, los nuevos medios sociales e incluso Wikileaks han jugado un papel digno de ser analizado.

Llegamos así a «Antes de la extinción», la última y conclusiva meditación, dedicada al oficio de periodista en los que ahora sabemos perfectamente que son los últimos días de la prensa escrita. ¿Será también el fin del oficio? ¿Vamos a desaparecer los periodistas? ¿Hacia dónde va mientras tanto esta profesión si es que acaso va hacia algún lado? ¿Qué va a quedar de todo esto?

El último deberá apagar la luz. Pero antes de que esto suceda es urgente que pensemos en las luces del nuevo escenario. Los actores serán diferentes. También lo será el guion. Incluso el teatro será distinto. Y el público. En realidad, muy pocas cosas serán las mismas. A imaginar el nuevo tiempo con espíritu a la vez revolucionario y conservador se dedica este capítulo conclusivo: revolucionario porque los tiempos lo son y de nada vale maldecirlos y llorar por la leche derramada; conservador porque muchas y buenas cosas hay que conservar del buen periodismo que hemos conocido y que todavía si-

INTRODUCCIÓN

guen ejerciendo millares de profesionales en las circunstancias más difíciles, con frecuencia a riesgo de sus vidas, como sucede con la flor y nata del oficio que son los corresponsales de guerra. Ellos encienden las luces a diario del oficio con su tarea imprescindible. Con su coraje y su actitud profesional deberá hacerse el periodismo del futuro. A ellos va dedicado este libro.

Barcelona, 11 de septiembre de 2012