

MEDIDAS URGENTES PARA DIGNIFICAR E IMPULSAR EL PERIODISMO

Reflexiones y propuestas de las Asociaciones de la Prensa de Andalucía

Contexto actual

Las falsas noticias y la manipulación de la información con intereses espurios, alejados del servicio público que ha de considerarse el periodismo, han existido siempre. Lo único que ha cambiado es la facilidad para que se propaguen a nivel global debido a la irrupción de nuevos canales, redes sociales y plataformas digitales auspiciadas por el nacimiento de internet y su objetivo de hacer común información de acceso público. Si a esta tecnología le sumamos la democratización de los soportes (ordenadores, tabletas, teléfonos y relojes inteligentes...) y el acceso a la gran red, encontramos el caldo de cultivo perfecto para que se dé también la finalidad contraria: la desinformación. Tenemos las herramientas necesarias para fabricar mentiras y bulos y ponerlos en circulación de forma intencionada, pero carecemos de los mecanismos apropiados para combatirla: la alfabetización mediática y digital.

En el ecosistema actual de la información, en el que conviven tanto medios de comunicación como “pseudo” medios; periodistas como activistas, información veraz como falsas noticias, el periodismo y sus profesionales son los que han de tomar la iniciativa para recuperar la credibilidad y la confianza de la ciudadanía, en un marco, además, de constante polarización en el ámbito de la política, que genera un clima de crispación y odio a nivel general.

Según Digital News Report, en 2023, el consumo en España se ha caracterizado por un preocupante crecimiento del desinterés por la información. Si en 2015 el 85% de los encuestados se declaraba total o muy interesado en las noticias, esa cifra se redujo al 51% el pasado año, lo que podría estar relacionado con cierta saturación informativa o con la desconfianza que las propias noticias generan entre la población, incapaz de discernir la veracidad de las informaciones que reciben.

No podemos obviar que esta situación es especialmente significativa en este tiempo, en un año con elecciones en más de medio mundo (Estados Unidos, Rusia, Unión Europea, India, Portugal...), cuatro de ellas en nuestro

país, con conflictos bélicos internacionales y con el avance arrollador y descontrolado de las tecnologías y, en especial, de la Inteligencia Artificial.

Premisas en el periodismo

El periodismo es un servicio esencial e imprescindible para la buena salud de la democracia.

El periodista y los medios de comunicación tienen dos valores y dos obligaciones irrenunciables: la honestidad y la información veraz. Un periodista no puede generar ni difundir mentiras ni bulos ni desinformar.

No rotundo a los intentos de gobiernos y partidos políticos de legislar el periodismo. Las intenciones o proyectos que se van conociendo solo pretenden controlar la información y la profesión, y atacan a la libertad de prensa y de expresión. La Constitución Española determina el derecho de periodistas y ciudadanos a elaborar y a recibir información veraz por cualquier medio de difusión.

Los periodistas defendemos la autorregulación y rechazamos la regulación.

Los periodistas debemos encabezar la lucha contra esta era de la desinformación, y tomar nuestras propias medidas. Los gobiernos tienen que adoptar otras necesarias para afrontar la situación actual, pero nunca controlar la información.

En estos momentos, el referente de la profesión es el Código Deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), que habría que actualizar, cuya Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo, formada por personalidades independientes, solo puede imponer sanciones morales.

Trabajando desde dentro por la honestidad y la información veraz que debe definir a un periodista, las dos últimas asambleas generales de la FAPE han aprobado, por unanimidad, resoluciones en este camino, que deben aplicarse en Andalucía.

Este año, en la de Talavera, la asamblea de la FAPE hizo un llamamiento “a todos los periodistas para que, individual y colectivamente, y de manera

permanente y activa, denuncien y rechacen a aquellos periodistas y medios de comunicación que, con su comportamiento, actuación e informaciones, denigren y desprestigien a la profesión, vulneren los valores de veracidad y honestidad y los códigos deontológicos del periodismo”. La FAPE hizo otro llamamiento a las administraciones públicas (Congreso de los Diputados, Senado, parlamentos y gobiernos estatal, autonómicos, provinciales y locales) para que, respetando siempre la libertad de prensa, establezcan mecanismos reglamentarios para aquellos profesionales que incumplan las mínimas normas básicas de respeto y convivencia entre los propios periodistas y los representantes públicos, y/o vulneren con sus actuaciones el Código Deontológico de la FAPE”

El año pasado, en Lanzarote, la asamblea de la FAPE aprobó “instar a las administraciones públicas locales, provinciales, autonómicas y nacionales a que no contemplen en el reparto de sus ayudas públicas a aquellas empresas periodísticas que estén condenadas por sentencia judicial, o algunos de sus trabajadores, por difusión de mentiras, bulos o por promover informaciones falsas”.

Los Códigos Civil y Penal contemplan condenas o sanciones en el ámbito de la calumnia, la injuria y el honor, y no de la desinformación y la mentira, que no están tipificadas como delito. Sería bueno una mayor agilidad de la Justicia y un incremento de las multas en el Código Civil, como elemento de disuasión.

Actuaciones desde los Gobiernos y administraciones públicas

Alfabetización mediática y alfabetización digital

La alfabetización mediática es, en toda Europa, la gran apuesta, de presente y de futuro, para educar a la ciudadanía ante toda la información que recibe. Forma a los ciudadanos a tener un conocimiento y una actitud crítica, que es fundamental en el buen estado de salud de una verdadera democracia. En el caso de Andalucía, y dentro de las competencias de cada administración, su aplicación corresponde al Gobierno andaluz, a las diputaciones provinciales y a los ayuntamientos. Por ello:

Urge una asignatura de alfabetización mediática en todos los tramos del sistema educativo (infantil, primaria, secundaria, bachillerato y universidad).

Urge una asignatura de alfabetización digital en todos los tramos del sistema educativo, con una muy especial atención a los menores. La FAPE considera prioritario que las administraciones cumplan de manera urgente con el derecho a la Educación digital en el aula, recogido por ley, y ha pedido formar parte del comité de expertos creado para la protección de menores en el buen uso de Internet.

Urge el desarrollo de cursos permanentes en alfabetización mediática y digital para el profesorado de todo el sistema educativo.

Urge el desarrollo de cursos y talleres en alfabetización mediática y digital entre la ciudadanía de todas las edades (AMPAS, centros de adultos, centros cívicos, asociaciones de todo tipo...).

Las asociaciones de la Prensa de Andalucía, junto a la de Madrid y al Colegio de Periodistas de Cataluña, desde 2010, son pioneras en el desarrollo y en la enseñanza de la alfabetización mediática en colegios e institutos. El modelo andaluz ha sido trasladado y asumido en buena parte de las comunidades autónomas de España.

Leyes de transparencia y de publicidad institucional (Europa/Andalucía)

El Parlamento Europeo y el Consejo de la Unión Europea, con fecha 11 de abril de este año, han aprobado el Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación, que los países miembros deberán aplicar antes de agosto de 2025.

Este reglamento europeo especifica el marco de actuación de los medios de comunicación en numerosos campos. En lo que se refiere a la regeneración democrática, hay dos muy relevantes: el de la Publicidad institucional y el de la Transparencia, materias sobre las que Andalucía tiene las competencias y legisla.

Ley de Publicidad Institucional

El Reglamento europeo establece los criterios y los requisitos por los que los medios de comunicación pueden acceder al dinero público. Tales requisitos deben ser proporcionados y selectivos, y exigir a los medios de comunicación la divulgación de información pertinente sobre su propiedad y sus ingresos publicitarios procedentes de administraciones o entidades públicas.

En el caso de Andalucía se debería contemplar que no podrán acceder a ayudas, subvenciones o publicidad institucional aquellos medios de comunicación y periodistas condenados por mentir o difamar; por no cumplir los códigos deontológicos de la profesión y/o por no respetar e incumplir los derechos laborales y económicos de los trabajadores.

En Andalucía, el reparto de la publicidad institucional por parte de las distintas administraciones y empresas públicas se hace tradicionalmente de manera opaca, sin que se pueda verificar si responde a criterios o requisitos profesionales y éticos, o a otros intereses.

Ley de Transparencia

El Reglamento europeo citado anteriormente, recoge como crucial el hecho de que los consumidores sepamos con certeza a quienes pertenecen los medios de comunicación y quienes están detrás de ellos. Esta transparencia es fundamental para limitar el riesgo de injerencia con la dependencia editorial.

En consonancia con el apartado de ‘Ley de Publicidad Institucional’, las administraciones y empresas públicas deberán declarar públicamente a qué medios de comunicación y periodistas dan dinero, cuánto y porqué, y los medios deberán hacerlo sobre el dinero recibido y de quién.

A la vez, los medios que reciban dinero público están obligados a publicar la identidad de las personas y grupos que componen sus consejos de administración.

Aquí se podría añadir la obligatoriedad de conocer también la identidad, no de las plantillas de los medios de comunicación, que es pública, sino la de

colaboradores o grupos externos, que en muchos casos van bajo seudónimo.

Inteligencia Artificial

La implantación imparable de la Inteligencia Artificial en nuestras vidas afecta, en lo bueno y en lo malo, de forma trascendente al periodismo. De su buen o mal uso dependerá la ética periodística, la información a la ciudadanía y el presente y futuro de los empleos.

El Parlamento Europeo, en el mes de marzo, aprobó la Ley y el Reglamento de la Inteligencia Artificial, que los estados miembros deberán aplicar antes de mayo de 2025. En España, y en Andalucía, las administraciones públicas han de articular herramientas de control para que no se emplee para destruir o precarizar los puestos de trabajo de periodistas. También deben avanzar en medidas de transparencia, que obliguen a las empresas a advertir qué contenidos han sido elaborados mediante Inteligencia Artificial, impidiendo, incluso, que puedan concurrir a dinero público aquellas que superen un determinado límite.

La FAPE ya ha creado un grupo de trabajo que estudia medidas ante el fenómeno de la Inteligencia Artificial. Entre ellas estaría la de un certificado de calidad para las empresas con buenas prácticas en el uso de la Inteligencia Artificial Generativa. Algunos medios de comunicación están elaborando sus propios Códigos Éticos. El primero en ponerlo en práctica ha sido *The New York Times*.

Ley Orgánica de Protección de la Seguridad Ciudadana (Ley Mordaza)

Urge la retirada o modificación de la Ley Orgánica de Protección de la Seguridad Ciudadana, de 30 de marzo de 2015, conocida como la Ley Mordaza, que en algunos de sus apartados atenta contra el libre trabajo de los periodistas y contra la libertad de prensa, y que reduce derechos de la ciudadanía.

Comparecencias sin preguntas

Todos los representantes públicos, sea cual sea su ámbito, deben asumir el compromiso de no convocar nunca comparecencias públicas sin preguntas ni repreguntas. El comportamiento actual es un fraude al

periodismo, a la ciudadanía, vulnera la libertad de prensa y daña a la ciudadanía.

Secreto profesional

Tal y como obliga la Ley Europea de Libertad de Medios de Comunicación, se debe impulsar la regulación del secreto profesional de los periodistas para asegurar que sus fuentes y comunicaciones confidenciales sean protegidas de manera efectiva. Es fundamental garantizar la capacidad de los periodistas para recopilar, verificar y analizar información, sobre todo aquella de carácter sensible.

Protección diplomática

El Gobierno debe trazar una hoja de ruta para mejorar la protección diplomática de los/las periodistas españoles que cubren conflictos en el mundo. Hay que prevenir y erradicar las violaciones de los derechos que se dan en este ámbito y que no se produzcan cierres en falso.

Medios de comunicación públicos

Los medios de comunicación públicos, pero públicos de verdad, son esenciales. En el caso de Andalucía, además de RTVE de ámbito estatal y de los medios de ámbito municipal, el medio público propio, según el Estatuto de Autonomía, es la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA, Canal Sur Televisión y Canal Sur Radio). Se trata de un medio al servicio de la ciudadanía, que depende del Parlamento, y que jamás puede estar al servicio de un Gobierno, que lo considere y use como propio. Un medio público tiene que ser el referente de la información veraz y la honestidad y nunca de la mentira, el bulo y la desinformación.

Al igual que en RTVE, aunque no se cumple como tal, el director general de la RTVA, sus cargos directivos y el consejo de administración deben ser elegidos mediante un concurso público de méritos profesionales.

Este mismo procedimiento debe ser aplicado en Andalucía a los medios de comunicación públicos que dependen de los ayuntamientos.

Precariedad y debilidad actual del periodismo

Además del buen o mal comportamiento ético, el periodismo vive una situación de extrema precariedad económica y laboral y una debilidad que dañan directamente al oficio y a la sociedad. No hay mayor enemigo de la libertad de expresión y de la veracidad que el paro y el hambre de un periodista. Desde las administraciones públicas se pueden adoptar medidas que reduzcan esa precariedad y generen estabilidad.

En la Ley de Publicidad Institucional, incluyendo subvenciones y patrocinios, y como se indica anteriormente, se debe determinar que quedarán excluidas de poder optar o recibir dinero público aquellas empresas periodísticas que incumplan la normativa laboral con sus trabajadores.

El periodismo en España es una profesión no regulada y de libre ejercicio, pero sí es una titulación universitaria específica. Por ello, todas las plazas de empleo que convoquen las administraciones públicas, sea cual sea su ámbito, así como los medios de comunicación públicos, y cuyas funciones sean las propias de un periodista/informador deben ser ocupadas por licenciados o graduados en Periodismo.

Urge que todas las administraciones públicas incluyan en sus Relaciones de Puestos de Trabajo (RPT) la categoría laboral de Periodista o de Técnico en Comunicación, como existe con las demás profesiones. Esto haría que las plazas de periodistas o técnicos de Comunicación en las administraciones fueran mediante concursos públicos de empleo. Andalucía está a la cola de España en esta materia.

En una profesión masiva de *freelances* y colaboradores, urge la erradicación de los falsos autónomos, la regulación de sus derechos y deberes y su inclusión en el Régimen General de la Seguridad Social.

Promoción de la Igualdad

Urge fomentar, entre los más jóvenes, la reflexión sobre la desigualdad y sobre cómo los medios de comunicación, en algunas ocasiones, reproducen roles y estereotipos de género. Por ello, y en el marco de la necesaria implantación de la alfabetización mediática y digital en los centros educativos, se propone la inclusión de temas específicos de género, tanto desde el papel de los medios de comunicación y de la publicidad en la construcción de determinadas conductas sexistas, como

del uso que nuestros jóvenes hacen de las redes sociales para perpetuarlas.

Petición final

Para una verdadera regeneración democrática, y aunque parezca utópico, todos los poderes políticos deberían dotarse de un Código Ético, al igual que lo tenemos en el periodismo, por el que se comprometiesen a no elaborar y difundir mentiras, bulos y desinformaciones y a defender la veracidad. La situación sería bien distinta.

Andalucía, mayo de 2024

Asociación de Periodistas – Asociación de la Prensa de Almería

Asociación de la Prensa de Cádiz

Asociación de la Prensa del Campo de Gibraltar

Asociación de la Prensa de Córdoba

Asociación de Periodistas de Granada

Asociación de la Prensa de Huelva

Asociación de la Prensa de Jaén

Asociación de la Prensa de Jerez

Asociación de la Prensa de Málaga

Asociación de la Prensa de Sevilla