

## La extensión del periodismo de bajo coste en la prensa local y sus riesgos.

### The spreading of low cost journalism in local press and its risks.

Luis Izquierdo Labella  
Universidad Carlos III de Madrid  
[lizquier@hum.uc3m.es]

*Recibido: 14 de diciembre 2009*

*Aceptado: 10 de mayo 2010*

#### Resumen

El creciente protagonismo de los gabinetes de prensa municipales y de otros organismos oficiales del ámbito local y el espectacular abaratamiento de los costes tecnológicos ha multiplicado el volumen de la información local que se produce en España en los últimos 12 años. Esto junto el progresivo aumento de nuevos licenciados y la feroz competencia por conseguir un empleo en el mundo de la comunicación ha hecho posible que se multipliquen el número de medios en el ámbito local, especialmente los nacidos en Internet. Pero todo ello se ha cobrado la esencia misma del periodismo, en el que el redactor acude en busca del protagonista de la noticia, se informa a través de varias fuentes, contrasta y después publica. A cambio, el periodismo de bajo coste copia la literalidad de las notas de prensa o los teletipos y, dando la información por buena sin más, la publica en su medio.

**Palabras clave:** Periodismo de bajo coste, gabinetes de prensa municipales, información local, medios de comunicación.

#### Abstract

The increasing prominence of local press departments and others public services in local areas and the spectacular reduction of prices in technological costs has multiplied the volume of local information produced in Spain during last 12 years. This factor and the progressive increment of new graduates in communication has made possible the creation of a lot of new mass media in local areas, specially on the web. But all of this has been possible destroying the essence of the journalism: the editor goes to look for the main character of the new, gets the information trough different sources, contrast and publishes it. In the opposite, in the low cost journalism the editor copy exactly the press release or the text of the news agency considering good the information and publish without any other consideration.

**Keywords:** low cost journalism, local press department, local information, mass media.

**Sumario:** 1. Introducción. 2. Las amenazas del periodismo moderno. 3. El resultado: periodismo de bajo coste. 4. La multiplicación de los profesionales. 5. La multiplicación de los medios. 6. Metodología. 7. Resultados. 8. Conclusiones. 9. Bibliografía.

## *1. Introducción*

Durante los últimos 12 años se ha producido en el mundo desarrollado y en concreto también en España la coincidencia en el tiempo de dos fenómenos de máxima relevancia que explican las causas de por qué el volumen de la información local se ha multiplicado exponencialmente en ese mismo periodo.

Por un lado, el considerable desarrollo de los gabinetes de comunicación municipal y de los que forman parte de los diferentes organismos públicos en su conjunto. En su recorrido durante los últimos 12 años hemos asistido desde su formación partiendo de la mínima expresión hasta su omnipresencia en todos y cada uno de los aspectos de la vida pública municipal. En ese lapso han pasado de ser meros testigos del discurso político a verdaderos estrategas de los partidos y las instituciones. Y cómo, cada vez más conscientes de la potencia de los nuevos y viejos medios de comunicación, han pasado de ser pasivos consumidores de información a generar ingentes cantidades de pretendidas noticias con las que marcar el compás de la agenda temática de los medios de comunicación.

Por otro lado, hemos sido testigos de cómo la revolución tecnológica ha multiplicado la eficiencia de los trabajadores y abaratado hasta límites insospechados hace sólo unos años la producción de noticias a través de diferentes canales. La transformación de la realidad en noticias en cada uno de los diferentes formatos ha pasado de estar en las manos exclusivas de los profesionales a estar al alcance de cualquier persona con algo de interés por aprender. En ello ha sido clave el continuado descenso de los precios de los medios tecnológicos precisos para realizar ese proceso de transformación y la creciente sencillez con que éstos se utilizan por parte de los más jóvenes.

## *2. Las amenazas del periodismo moderno*

Pilar Diezhandino escribía hace ya 15 años lo siguiente: «Si hasta comienzos de la década de los ochenta fue objeto de preocupación para los profesionales y académicos la organización informativa a partir del concepto de novedad, del acontecimiento como justificación, apoyo y razón de ser del hecho informativo, de la objetividad como bien casi supremo, la división exculpatoria entre hechos y opiniones, en el transcurso de la década de 1990 el principal tema de preocupación será el excedente de opinión derivado de un tipo de periodismo excesivamente personalista. Un periodismo en el que, más que comprobar hechos, se contrastan opiniones; más que contextualizar, se agudiza el ingenio para ofrecer la versión más novedosa del mismo hecho; más que poner de manifiesto actitudes y tendencias sociales, se escudriña con minuciosidad desproporcionada las declaraciones y acciones individuales de los notables. Se da la imagen y al carisma personal más importancia que al tema de fondo, sea de índole política o social. Se incrementan los espacios de cotilleo o páginas rosas en la prensa en general. El rumor se consolida como fuente» (Diezhandino, 1994:27).

Hace 12 años, cuando internet era más una gigantesca potencialidad que una realidad palpable, el catedrático Martínez Albertos anticipaba la muerte de los diarios. «El periodismo es una técnica social en peligro de extinción. Esta es la

síntesis de la tesis que propongo en este trabajo. La tecnología electrónica pone en peligro la supervivencia del diario impreso, del periódico por antonomasia!» (Martínez Albertos, 1997:42).

Esas preocupaciones perviven hoy, pero a ellas se le han añadido otras. Como la que muestra el propio Martínez Albertos nueve años más tarde. «Hay otro peligro que está amenazando ya, según todos los indicios, el periodismo de los años venideros: la amenaza descrita en párrafos anteriores como un peligro de muerte definitiva por el olvido de la deseable distinción entre información y opinión, como relatos y comentarios» (Martínez Albertos, 2006:93). Un intencionado olvido que facilita el trabajo de los periodistas, por cuanto pueden engrosar sus informaciones con retazos de opiniones que en muchas ocasiones no está claro si forman parte de la información o incluso si es el autor del texto o el propio medio quien la suscribe. También es útil cuando la información por sí misma no tiene el suficiente atractivo para las audiencias o los periodistas consideran que no tiene el suficiente atractivo para las audiencias.

También Sampedro alerta en un ensayo de 2008 sobre el periodismo ciudadano: «si los medios convencionales son ya fines en sí mismos —más audiencias, más beneficios, más economías de escala multimedia— no puede ser a costa de la degradación del estatus profesional de los propios periodistas. Esta precarización es correlativa a la visión degradada de los públicos como audiencias. Si no se reconoce otra demanda que la lucrativa, ¿para qué conceder otra voz que la que también resulte rentable» (Sampedro, 2009:43).

Para el periodista Francisco Rubiales las grandes amenazas del periodismo moderno hay que buscarlas en la clase política y sus egoístas propósitos para con los medios. «La propaganda moderna, la utilizada por los partidos políticos sin pudor y sin ética, es desalmada y perversa. Tiene muchas reglas eficaces, pero ninguna tan querida por el poder sojuzgador como la que aconseja crear confusión para impedir que el bien pueda distinguirse del mal y la verdad de la mentira» (Rubiales, 2009:40). Una fórmula que requiere de la complicidad necesaria de los medios de comunicación ya sea de forma consciente ya sea involuntaria como una de las perversas consecuencias del periodismo de bajo coste.

Abundando en esa misma línea, la veterana periodista de la sección local del diario *ABC* Sara Medialdea, la que actualmente lleva más años cubriendo la información del Ayuntamiento de Madrid, considera en una entrevista con el autor mantenidas para la realización de este trabajo que la prensa actual vive acosada por «la dictadura que ejercen los gabinetes de prensa políticos». A Medialdea no le ofrece ninguna duda en cuanto a que si el poder de esos gabinetes continúa en aumento «caminamos necesariamente hacia la autodestrucción».

El profesor de la Universitat Oberta de Catalunya José Manuel Burgueño ha escrito un libro sobre las invenciones en el periodismo informativo y desbroza en él los innumerables casos en que redactores de diarios se inventaron noticias que se abrieron paso como tales sin que nunca pudieran ser contrastadas. Otro de los grandes riesgos del periodismo de bajo coste frente al cual Burgueño expone sólo puede lucharse con la verificación de las informaciones.

Podrá argumentarse por algunos concededores de la Historia del periodismo moderno que los fraudes, las noticias inventadas, no son privilegio de los

medios más modestos o los que están bajo el control de despiadados empresarios. Y prueba de ello es el caso de Janet Cook, periodista afroamericana del diario *The Washington Post*, que años después del popular caso Watergate engañó a toda la estructura de jefes del rotativo y publicó un reportaje sobre una niña de 8 años heroinómana que había inventado desde la primera a la última letra y que obtuvo el premio Pulitzer. El entonces director del diario Ben Bradlee relata en sus memorias la vergüenza que sintió cuando tuvo que llamar para explicar al jurado que devolverían el premio (Bradlee, 2000:429). Todo por no haber contrastado de forma elemental aquel magnífico reportaje.

Lo que puntualmente le sucedió al *Washington Post* por no realizar esas verificaciones, la habitual fórmula esencial de constatar las noticias con varias fuentes diferentes, no encaja bien en el periodismo de bajo coste, donde todo se da por bueno. Podríamos exponer aquí multitud de ejemplos como los que pueblan el libro de Burgueño, pero nos conformaremos con exponer uno. Lo relataba el pasado 21 de noviembre de 2009 la correspondencia en Bruselas del diario *La Vanguardia* y lo reproducimos a continuación.

#### **El periodismo ciudadano 'mata' a la reina Fabiola**

La agencia pública de noticias de Bélgica comprueba el peligro de prescindir de los periodistas en algunas informaciones

BEATRIZ NAVARRO — Bruselas Correspondencia 19-11-2009. *La Vanguardia*

*La dirección de la agencia pondrá a periodistas a filtrar las informaciones que envíe el público*

La agencia pública de noticias Belga anunció el martes por error la muerte de Fabiola de Mora y Aragón, viuda del rey Balduino, de 81 años. Es la tercera vez que un medio de comunicación belga mata a la soberana este año, así que la noticia no sería tal si no fuera por el canal por el que llegó a las redacciones del país: un mal intento de combinar el "periodismo ciudadano" con los medios tradicionales, lanzado por la agencia pública de noticias Belga. El experimento quedó en evidencia el mismo día de su lanzamiento.

El funcionamiento del servicio, inspirado en Twitter, es muy simple. A través de internet ([www.ihavenews.be](http://www.ihavenews.be)), cualquiera puede dar aviso de cualquier suceso con un breve mensaje (160 caracteres como máximo) y, si lo desea, una fotografía. La información llegará automáticamente y sin filtro alguno a todos los clientes de la agencia (prácticamente, toda la prensa escrita y audiovisual belga), mezclados con el resto de teletipos elaborados por periodistas profesionales. El periodismo ciudadano es un buen complemento al convencional siempre que se activen los filtros.

La mañana del lunes, tras un par de insulsos teletipos del tipo "bonita y barata tienda de accesorios de perro en Sint-Truiden", a las 11.37 h. llegó una noticia más llamativa: "La reina Fabiola acaba de fallecer. Ha muerto al saber del divorcio de los príncipes Laurent y Claire".

Llegaba precedida del distintivo Belga/ Ihavenews. be y no consta que ningún medio picara y la difundiera como cierta. Su autor se había molestado en dejar algunas pistas sobre la falsedad de la noticia, redactada en neerlandés, firmada por

Jos Joskens (que suena a Perico de los palotes) y acompañada por un e-mail y número de teléfono también sospechosos.

Horas después, la dirección de la empresa pública emitió un comunicado lamentando el incidente producido por la "difusión desgraciada" de la falsa noticia, al tiempo que descartaba tener responsabilidad alguna por tratarse de "informaciones externas". La empresa anunció que, en adelante, las alertas impulsadas por el periodismo ciudadano serán filtradas por sus periodistas. Los empleados de Belga han reclamado la cancelación de un servicio que "rompe el equilibrio entre la rapidez y la fiabilidad" de sus teletipos.

El suceso ha atizado el debate sobre la convivencia de medios convencionales y nuevas tecnologías. El periodismo ciudadano ofrece rapidez y acceso a noticias que a veces no están al alcance de los periodistas. Para el redactor jefe de la televisión belga RTL, Fabrice Grosfilley, el caso "ilustra los límites de la interactividad". "Suprimir a los periodistas, sustituir su producto por el del gran público es suprimir un filtro y creer que todos los mensajes son información", afirma en su blog.

Sin embargo, en la era de la instantaneidad, los errores periodísticos sobre la falsa muerte de Fabiola no son exclusivos del periodismo ciudadano. Ha habido otros dos en internet. En enero, fue la web de la radiotelevisión pública flamenca VRT —noticia reproducida al instante sin comprobaciones— y, hace unas semanas, la versión digital del diario flamenco *De Morgen*. Ambos publicaron por error los obituarios enlatados preparados para el día en que la muerte sobrevenga a la soberana de origen español.

En el relato de lo ocurrido vemos cómo se combinan en la enorme metedura de pata el intento por integrar a no profesionales en la tarea de los informadores, la ausencia de alguien que controle qué es lo que emite la agencia belga de noticias y el general descreimiento en que han caído los medios de comunicación belgas ante la reiteradamente anunciada muerte de una reina que sigue viva.

Lo cual, curiosamente, desmiente otra de las máximas que la política utiliza en su instrumentalización de los medios. Aquella que afirma «el principio de que una mentira, repetida muchas veces y por medios y portavoces importantes, termina convirtiéndose en verdad» (Rubiales, 2009:41), y que, según este autor «preside siempre la actividad propagandística del poder».

Desde una perspectiva más analítica, la profesora mexicana Mirna Santoyo expone que «hoy en día hay más información, lo que no significa la existencia de una sociedad más informada. Ello revive la figura del periodista ese que cuenta, que interpreta y traduce, que narra y que da cuenta de lo que pasa, no centrado en la figura de aquel reportero que recoge una información y reproduce la noticia, los cuales abundan en los diarios» (Santoyo, 2006:2). Nos quedamos muy especialmente con la primera parte de la afirmación de la investigadora de la Universidad Autónoma de Tamaulipas. Más información en una sociedad que no está más informada. Porque puede comprobarse con facilidad cómo las páginas webs de los diarios de un mismo país reproducen en un 80% los mismos contenidos y cómo en todos los casos las fuentes de información son casi siempre las mismas

agencias de noticias. Cómo los internautas saltan de unas a otras leyendo compulsivamente textos que no les ocupan más de 30 segundos. Frente a la crítica de Santoyo hacia los periodistas que acuden, toman notas y redactan podemos enfrentar la de quienes, sin tan siquiera salir de la redacción, se dedican a copiar y pegar los textos de las notas de prensa oficiales que fluyen desde los diferentes organismos e insertar las fotografías regaladas independientemente de su calidad.

### *3. El resultado: periodismo de bajo coste*

En los últimos años se ha puesto muy de moda en el mundo de los negocios el «low cost». Costes bajos que siempre se entienden como un beneficio para los clientes. Nadie suele reparar en que normalmente esa reducción de costes se lleva por delante buena parte de los derechos laborales y niveles salariales que poseen quienes trabajan en compañías análogas pero que no se definen a sí mismas como de bajo coste. Y todos los que las utilizan asumen que el servicio no es el mismo, pero están dispuestos a asumir la pérdida de calidad a cambio del ahorro.

El periodismo de bajo coste no está orientado a un menor coste para el cliente porque la mayoría de los productos informativos son de consumo gratuito para las audiencias, desde luego lo son todos los que proceden de internet y están orientados al ámbito local. El término periodismo de bajo coste se refiere a la realización de productos informativos de escasa calidad mediante la aplicación de las nuevas tecnologías y la contratación de jóvenes profesionales con salarios ínfimos, así como a la utilización intensiva de becarios no remunerados. Se refiere a los cada vez más numerosos medios surgidos en internet que se dedican básicamente a la edición de los teletipos que reciben de las agencias de noticias o los copian de otras páginas. Unos medios que tienen sus análogos en el campo local y cuya principal y casi exclusiva dedicación es, junto a la edición de teletipos, la reproducción de las notas de prensa que les facilitan el o los ayuntamientos así como otras instituciones oficiales.

Se trata de redacciones donde se enseña a los becarios que prácticamente todo se puede hacer sin levantarse de la silla, que toda la información está disponible en internet y que la información fluye por sí misma, por lo que su única misión como profesionales es ordenarla y estructurarla. Medios en donde los periodistas han perdido el origen mismo que persigue la búsqueda de la información, la creación de fuentes confidenciales o el control elemental del ejercicio político.

La situación no podría ser considerada como grave, si no fuera porque esta forma de hacer las cosas se está extendiendo paulatinamente a buena parte de los medios locales tradicionales, con reducciones de plantillas y una cada vez mayor seguidismo de las agendas que pretenden imponer las administraciones públicas. Diagnósticos como el de Luis Arboledas resultan demoledores en este mismo sentido. «La prensa local, agobiada por la falta de materia prima e impelida por unos criterios empresariales exclusivamente economicistas que condicionan y burocratizan las prácticas profesionales, tiene una peligrosa relación de dependencia con quienes establecen la agenda social (66,6% de la informaciones procede la agenda); elabora sus contenidos con un claro predominio de sus fuentes oficiales (68%) y concentra su actividad en difundir la información relativa al poder

político y económico (53%); de esta última cantidad, la mitad corresponde a los ayuntamientos, convertidos en la primera fuente de información con gran diferencia respecto a las demás. La prensa local se convierte así en una especie de latifundio municipal alimentado por unos gabinetes de prensa que se muestran insaciables, conscientes sus responsables de que deben competir con los gabinetes de otros organismos porque su fin último es el dominio de la agenda» (Arboledas, 2007: 132-133).

La situación que el veterano periodista andaluz describe con tintes peyorativos puede satisfacer a los empresarios del sector y a los políticos con quienes cultivan buenas relaciones, pero ¿qué hay de los públicos a los que se deben los medios?

«La falta de un periodismo atractivo, que conecte con los problemas cotidianos de la sociedad, que sea capaz de reflejar los sentimientos, las aspiraciones de la gente lleva al desinterés por la prensa» (Vilamor, 1997:35). Porque la falta de medios y ese periodismo de bajo coste que tratamos de describir conduce a la uniformidad de todos los medios. Todos siguen ciegamente la agenda que les imponen los políticos y reproducen con la misma docilidad los teletipos que en aluvión les alcanzan cada jornada y les proporcionan la seguridad de que podrán llenar los espacios informativos de cada día. «Con mucha frecuencia se puede encontrar en los medios de comunicación impresos más de un reproche a los políticos por su falta de contacto con la realidad, por su aislamiento del mundo que les rodea. También aquí vemos la paja en el ojo ajeno y no vemos la viga en el nuestro. Estandarizamos los contenidos, los seleccionamos según nuestros criterios, los damos por válidos sin el más mínimo contraste con la realidad» (Vilamor, 1997: 50). Las afirmaciones del profesor de la Universidad San Pablo-CEU contienen en sí mismas buena parte de esa realidad de periodismo de bajo coste que tratamos de describir con más o menos acierto.

#### *4. La multiplicación de los profesionales*

No hay que perder de vista tampoco hasta qué punto la profesión de periodista ha dejado de ser un terreno minoritario para transformarse en un trabajo que despierta interés entre los adolescentes. Si a mediados de los años 80 apenas existían unas pocas facultades donde podía estudiarse la carrera, hoy en día apenas quedan comunidades autónomas sin facultad de ciencias de la información o de la comunicación. Este mismo curso 2010-2011 acaba de abrir una nueva Facultad de Periodismo en el Universidad de Castilla-La Mancha, en concreto en el Campus de Cuenca.

En el año 2006, la Asociación de la Prensa de Madrid encargó un estudio a la Universidad de Málaga sobre la situación de la profesión en el país. Explicaba el informe que «desde 1972 se han licenciado en España 59.138 periodistas. Y cada año salen al mercado cerca de 3.000 recién licenciados, el 65% de ellos mujeres». Lo cual arroja 12.000 titulados más hasta junio del 2010 en una coyuntura económica especialmente adversa para la creación de empleo en los medios de comunicación. Explicaba también el documento que del total de periodistas, menos de la mitad, exactamente 24.797, trabajaban entonces en el sector. No especificaba a qué se dedicaban el resto.

Sólo entre 2008 y 2010 han sido despedidos en el país unos 4.000 periodistas en los diferentes expedientes de regulación de empleo realizados por numerosas empresas, según la información recogida en a mediados de este último año por la Federación de Asociaciones de Periodistas Españoles (FAPE).

El trabajo de la Universidad de Málaga se completó años más tarde con otros aspectos de la profesión entre los que recogemos de forma especial el de los salarios. A este respecto, el trabajo, realizado entre los profesionales que se habían licenciado en la Facultad de Ciencias de la Comunicación malacitana entre los años 1996 y 2005, arrojó que el 42% cobra entre 600 y 1.000 euros netos al mes, el 26% entre 1.000 y 2.000 euros y sólo el 2,4% dijo cobrar más de 2.000 euros mensuales.

Todas estas circunstancias han producido un mercado muy competitivo donde hay una verdadera batalla de aspirantes por conseguir una plaza para realizar.

La situación descrita ha propiciado la existencia de no pocas empresas que ofrecen trabajo a profesionales con poca experiencia pero probada eficacia por salarios ínfimos a cambios de horarios interminables. Eso en el mejor de los casos, pues no son pocas las empresas que toman buena parte de su fuerza productiva entre los llamados becarios, a quienes pagan de forma muy precaria o ni tan siquiera pagan.

## *5. La multiplicación de los medios*

Medios técnicos cada vez más económicos y una mano de obra abundante y barata ofrecen, sin duda, una oportunidad de negocio. «Aunque los propietarios (de los medios) defiendan de palabra los conceptos de verdad, honestidad y transparencia, por lo general se dedican a este negocio para hacer dinero o propaganda, cuando no ambas cosas a la vez» (Randall, 2008: 23), expone un veterano reportero británico en una definición plenamente vigente en nuestros días.

Para el objeto que en último término nos interesa, el del periodismo local, nos resulta más explicativa la visión que nos aporta el profesor de la Universidad Complutense Ignacio Bel cuando afirma que «la información local ha supuesto el nacimiento de muchos, aunque fuesen pequeños medios de información, y en este sentido actúa como el pequeño comercio, que sin poder hacer grandes inversiones en personas y en medios, al ser muy numeroso en número, absorbe mucha de la demanda informativa existente» (Fernández del Moral, 2004: 426).

Así es. Es probable que su escasa incidencia sobre el volumen potencial de la audiencias y la enorme dispersión de su implantación los haga invisibles para quienes contemplan el panorama de los medios en su conjunto. Pero las ventajosas condiciones que han propiciado las circunstancias ya descritas han hecho posible la aparición de miles de pequeños medios de comunicación local.

## *6. Metodología*

Para demostrar de forma inequívoca que las afirmaciones realizadas no forman parte de una aseveración intuitiva vamos a comparar el panorama de los medios de comunicación escritos de periodicidad diaria en Madrid en 1998 y en la actua-



lidad y analizaremos, concretamente, el caso del municipio madrileño Pozuelo de Alarcón (80.000 habitantes).

## **7. Resultados**

De acuerdo con la Agenda de la Comunicación elaborada por la Comunidad de Madrid en el año 1998, existían en esta región cuatro diarios de difusión nacional y temática generalista: *ABC*, *El Mundo*, *El País* y *Diario 16*, así como uno de ámbito más local, el *Diario de Alcalá*. Ninguno de ellos tenía todavía ediciones electrónicas de cierta entidad, pues la difusión de Internet estaba todavía muy limitada. Según los testimonios recogidos entre redactores que trabajaron o siguen trabajando en esos diarios durante el mencionado año, sus redacciones se movían entre los 250 y 300 redactores.

Doce años más tarde el panorama de los medios nacionales escritos es, según la Guía de la Comunicación que elabora la propia Comunidad de Madrid, que existen 18 diarios de información generales y 16 diarios de información local dentro de la región.

Por lo que se refiere a los que se imprimen en papel, *Diario 16* ya no sigue editándose, pero sí lo hacen *La Razón y Público*. Por su parte, el diario *La Gaceta de los Negocios* ha abandonado su especialización económica para centrarse en la política. En los dos primeros casos, sus redacciones se mueven en el entorno de los 150 redactores, mientras que *La Gaceta* tiene menos de un centenar de periodistas contratados.

La verdadera explosión se ha producido en el ámbito de la red. *El Confidencial*, *Libertad Digital*, *El Imparcial*, *El Plural*, *Diario Crítico*, *El Confidencial Digital*, *El Semanal Digital*, *Estrella Digital* o *LaInformación.com* son los más destacados de la nube de medios pretendidamente nacionales surgidos desde los bytes y que nunca han tenido edición impresa. Con la única excepción de *El Confidencial*, que dice contar con 43 redactores y que es casi el único que ha demostrado cierta penetración en el mercado de los medios y que puede presumir de haber publicado en alguna ocasión una exclusiva de cierto alcance, el resto son extraños entes absolutamente incapaces para generar otra información que no sea la que extraen de las agencias de noticias. *Libertad Digital*, con 11 redactores, *El Imparcial*, con 13, *El Plural*, con 8, *Diario Crítico*, con 10, apenas sí cuentan con las personas imprescindibles para ofrecer un servicio de información que presumen de tener actualizado las 24 horas del día los 365 días del año.

El número de medios se ha multiplicado, pero la conformación de la agenda temática sigue residiendo en los principales diarios de papel y sus homónimos digitales, los únicos de generar el arrastre preciso entre el resto. *ElMundo.es*, *ElPaís.com* o *abc.es* siguen siendo lo líderes informativos también en la red. Sus redacciones, que superan ampliamente los 200 redactores, son las que obtienen el producto diferenciador que les permite ostentar el liderazgo de la información y son, también los que ofrecen mejores remuneraciones a sus trabajadores, aunque no sabemos por cuánto tiempo.

Pozuelo de Alarcón es una población residencial madrileña de 80.000 habitantes aldeaña a Madrid. Al tener como carácter principal ser casi un barrio residen-

cial de la capital nunca despertó especial interés para los informadores locales. En 1998 contaba ya con 60.000 residentes de derecho, pese a lo cual toda la información local escrita procedía de una publicación, *La Voz de Pozuelo*, cuyo editor había mantenido durante muchos años un contrato con el Ayuntamiento para la edición de una revista de información local de periodicidad mensual. Entonces ya no existía tal vínculo, pero sí la revista, que tristemente ha perecido en la presente crisis y dejó de publicarse a principios de 2010. Ya no quedan publicaciones escritas de información local en Pozuelo que se impriman en papel salvo el boletín que edita el propio Ayuntamiento.

Y, sin embargo, han brotado como de la nada las publicaciones ofrecidas desde la red. *Diariodepozuelo.es*, *periodicopozuelo.es*, *infopozuelo.com*, *enpozuelo.com*, *miradordepozuelo.com*, *pozuelohoy.es*, *noticiasdepozuelo.com* (este último pertenece al grupo municipal socialista). Hasta siete pretendidos diarios de información local para una población donde la revista local nunca tuvo verdadera competencia. Y a ninguno de los siete diarios se le conoce trabajadores en sus digámosles plantillas. El de mayor difusión, *diariodepozuelo.es*, ni tan siquiera es una empresa, pues lo edita una asociación juvenil que durante varios años recibió una subvención municipal y en la que abundan los becarios sin remuneración.

Vayamos ahora con el gabinete de prensa municipal, la fuente de la que beben todos los ríos. En 1998 Pozuelo de Alarcón tenía ya una jefe de prensa que de cuando en cuando emitía comunicados informativos. Su difusión era, no obstante, limitada por la práctica ausencia de medios que se ocupasen del día a día municipal. Sólo los diarios madrileños incorporaban a sus páginas de información local alguna noticia cuando ésta tenía algún interés. En la actualidad, el gabinete de prensa local lo integran un director de comunicación y 5 redactores. Extraño es el día que no se emite ningún comunicado, muchas jornadas produce dos y hasta tres y casi todos ellos van acompañados de una fotografía en la que aparece el alcalde.

Además de ser publicadas en la web municipal, [www.pozuelodealarcon.org](http://www.pozuelodealarcon.org), y en la revista del Ayuntamiento, de forma casi sistemática la mayoría de las notas se publican sin apenas variaciones en los seis medios de la localidad —el séptimo es el del grupo socialista que sólo publica sus notas de prensa— sin apenas variaciones entre unos y otros y con la fotografía que provee el gabinete de prensa local. La oferta de información local se ha multiplicado pero, salvo contadas excepciones, el mensaje es casi unívoco.

Si de algo se ha beneficiado el ciudadano es de la facilidad con la que accede a la información municipal, cosa que podría hacer perfectamente acudiendo a la web del Consistorio, sin intermediación de los pretendidos medios de comunicación.

Claro que algunos de ellos, más que verdaderos medios son en realidad tentativas del denominado Periodismo Ciudadano. A él se refieren normalmente los anglosajones cuando hablan de «low cost journalism». Hablan de aplicar el periodismo realizado por no profesionales a espacios y comunidades hiperlocales con un bajísimo coste de producción. Porque el denominado «periodismo ciudadano» no es otra cosa que la información elaborada y procesada por no profesionales del periodismo que no reciben a cambio ninguna remuneración. O, tal y como lo describe el profesor Samp Pedro con mayor precisión, «es la labor que como testigo, cronista, analista o comentarista ejerce de forma no remu-

nerada un ciudadano no titulado en Ciencias de la Comunicación o alguien que, al menos, no es asalariado ni colaborador fijo y remunerado de un medio» (Sampedro, 2009: 31).

La corriente se ha extendido como la pólvora ensalzando todo lo que tiene de positivo y ocultando todo lo que tiene de negativo. Como, por ejemplo, se ha destacado de la fórmula que permitirá llegar a pequeñas comunidades en donde, de otra forma, no sería posible la existencia de medios de comunicación. O que abre la puerta a la participación ciudadana de un espacio común a todos y prohibido hasta ahora a quienes no tenían vínculos con los medios de comunicación. Pero omiten quienes suelen referirse al nuevo fenómeno la ausencia de instrucciones sobre ética del periodismo o sobre cómo debe contrastarse la información para que ésta sea verosímil. Nadie les instruye sobre conceptos como la credibilidad o el tratamiento de las fuentes. Se aborda en algunas ocasiones el tratamiento de la información como una rama más del bricolaje que todos podemos hacer en casa. Y seguro que podemos, pero, sin lugar a dudas, tiene sus riesgos.

## **8. Conclusiones**

Tras examinar el caso de Pozuelo de Alarcón, podemos afirmar que se ha producido en los últimos doce años una multiplicación de medios que reproduce el mensaje municipalista sin aportar nada nuevo a la agenda temática local. Se abre paso en el ámbito local el que hemos denominado como periodismo de bajo coste, muy especialmente, entre los nuevos medios nacidos en el privilegiado y explosivo entorno de internet.

Como cualquiera puede entender, la existencia de un periodismo con escasos medios, peores remuneraciones a los profesionales y nuevas prácticas que devalúan y banalizan el ejercicio profesional tiene unas importantes consecuencias sobre el producto informativo y sobre el panorama de los medios en su conjunto.

La pérdida de la calidad en el periodismo no sólo traerá consigo un perjuicio para las condiciones laborales de quienes ejerzan esta profesión y para el valor de los medios en su conjunto. La uniformidad de los contenidos, la banalización de los mismos y el acatamiento al pie de la letra de la agenda temática de los políticos, esto es, la extensión del periodismo de bajo coste, también puede tener claros efectos negativos para el conjunto de la sociedad.

Porque los medios han ejercido hasta ahora como un primer control realmente efectivo de los políticos. Ante la existencia de los medios de comunicación, éstos se sienten observados, vigilados e incluso cotidianamente enjuiciados por sus conductas como representantes públicos y gestores del dinero de todos. Pero, aún presumiendo de las buenas intenciones de una inmensa mayoría de quienes se dedican a la política, ¿quién frenará a los que se dediquen al chachulleo o la corrupción o, sencillamente, a malgastar los recursos ciudadanos? Si la prensa no ejerce un contrapoder cotidiano ¿qué nos garantizará la alternancia política en las instituciones?

Pero, al menos igual de importante que lo anterior, si los propios periodistas renuncian a su función de vigilancia de los poderes públicos y con ella a ejercer su libertad de expresión, ¿cómo será posible que hagan extensivo el ejercicio de la libertad de expresión a sus conciudadanos?

La extensión del periodismo de bajo coste puede terminar convirtiendo a la prensa en una especie de catálogos cotidianos de servicios aliñados con la agenda diaria de actos oficiales de los cargos públicos y condimentados con las habituales declaraciones de los políticos. Es probable que tenga la misma apariencia que la prensa que todavía hoy conocemos como de cierta calidad. Incluso es seguro que técnicamente estará mejor confeccionada y será más accesible para los ciudadanos. Pero en el fondo estará vacía porque se habrá convertido en una extensión de la política y, más en concreto, de los partidos políticos más relevantes, que son los que realmente realizan un control de los poderes públicos mediante la capacidad de confección de las listas electorales que le confiere el sistema electoral español.

### 9. Bibliografía

- Agenda de la Comunicación de la Comunidad de Madrid (1998) Comunidad de Madrid.
- Arboledas, Luis (2007): *El ombligo del periodista. Periodismo local en el siglo XXI*, Granada, Comares.
- Bradlee, Ben (2000): *La vida de un periodista*, Madrid, Ediciones El País.
- Burgueño, José Manuel (2008): *La invención del periodismo informativo*, Barcelona, UOC Press.
- Diezhandino, Pilar (1994): *Periodismo de Servicio*, Barcelona, Bosch compañía editorial.
- \_(2007): *Periodismo y poder*, Madrid, Pearson.
- Fernández del Moral, J. (coord) (2004): *Periodismo especializado*, Madrid, Ariel.
- Guía de la Comunicación de la Comunidad de Madrid 2010, ([http://gestionamadrid.org/wdco\\_inter/run/j/Inicio.icm](http://gestionamadrid.org/wdco_inter/run/j/Inicio.icm)).
- Martínez Albertos, José Luis (1997): *El ocaso del periodismo*, Barcelona, Editorial Cims 97.
- \_(2006): *El zumbido del moscardón*, Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Navarro, Beatriz (2009): *El periodismo ciudadano mata a la reina Fabiola*, Barcelona, La Vanguardia, 19-11-2009.
- Randall, David (2008): *El periodista universal*, Madrid, Siglo XXI.
- Rubiales, Francisco (2009): *Periodistas sometidos. Los perros del poder*, Madrid, Almuzara.
- Sampedro Blanco, Víctor Francisco (2009): *Periodismo Ciudadano: posibilidades y riesgos para el discurso informativo*, en Estudios de Periodística XIV.
- Santoyo Caamal, Mirna Leticia (2006): *Las perspectivas del periodismo local frente a la globalización: Exploran periódicos y periodistas nuevas formas de pervivencia de la mundialización informativa*, en Razón y Palabra nº 49, Universidad Autónoma de México.
- Vilamor, José R. (1997): *El nuevo periodismo para le nuevo milenio*, Madrid, Olalla Ediciones.