

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche
Titulación de Periodismo

Trabajo Fin de Grado
Curso Académico 2020-2021



La calidad tiene un precio

Quality comes at a price

Alumna: Annaïs Hernández Valero

Tutor: Sergio Martínez Mahugo

Resumen

La profesión periodística atraviesa una crisis, y con ella, el periodismo de calidad no ha salido beneficiado. Para hacer un buen trabajo periodístico se necesita cierta capacidad económica y cierta inversión de tiempo, y muchos medios de comunicación no están dispuestos a hacer estas inversiones. Hay varias hipótesis que explican porqué es difícil encontrar periodismo de calidad. La primera de ellas sería que los medios no apuestan por hacer un buen trabajo periodístico, ya que el beneficio que obtienen es poco comparado con otros contenidos, argumentan que la transición digital es un paso difícil de dar y que todavía no han sabido cómo adaptarse a esta nueva realidad. La segunda, que la sociedad tampoco está dispuesta a apostar por un trabajo periodístico de calidad. La información es un bien, y como tal, al ser adquirida ha de ser remunerada, pero muy poca gente está dispuesta a hacerlo. Además, la sociedad tiene una oferta informativa y de entretenimiento muy amplia y que no cuesta nada de adquirir. Por último, se analizan las relaciones entre profesionales de la justicia y periodistas, y entre estos últimos y políticos. Siempre se ha dicho que los periodistas son los garantes de la democracia, y como tales, deben estar pendientes de cualquier irregularidad política y judicial. Además, el periodismo tiene el poder de crear opinión pública y presión social hacia las altas élites, por ello, políticos y profesionales de la justicia tampoco apuestan por un periodismo de calidad, donde cualquier irregularidad por su parte conllevaría una investigación periodística que los posiciona en el punto de mira.

Palabras clave: (Periodismo, Calidad, Apostar, Crisis, Actualidad)

Abstract

The journalistic profession is going through a crisis, and with it, quality journalism has not benefited. Doing a good journalistic job requires some financial capacity and some investment of time, and many media outlets are unwilling to make these investments. There are several hypotheses that explain why it is difficult to find quality journalism. The first of these would be that the media do not bet on doing a good journalistic job, since the benefit they obtain is little compared to other content, they argue that the digital transition is a difficult step to take and that they have not yet known how to adapt to this new reality. The second, that society is not willing to bet on quality journalistic work either. Information is a good, and as such, when acquired it must be remunerated, but very few people are willing to do so. The company has a very wide informative and entertainment offer that costs nothing to acquire. Finally, the relationships between legal professionals and journalists, and between the latter and politicians, are analyzed. It has always been said that journalists are the guarantors of democracy, and as such, they must be aware of any political and judicial irregularities. In addition, journalism has the power to create public opinion and social pressure towards the high elites, therefore, politicians and justice professionals do not bet on quality journalism either, where any irregularity on their part would entail a journalistic investigation that positions them in the spotlight.

Key words: (Journalism, Quality, Gambling, Crisis, News)



ÍNDICE

1. Introducción y justificación del reportaje	5-6
2. Material y método de trabajo	6-11
3. Título del reportaje publicado	11-19
4. Interpretación derivada de la investigación	19-20
5. Bibliografía y fuentes documentales	19-21
6. Materiales e infraestructura utilizada	22-23
7. Anexo I: Anteproyecto.....	23-27



1. Introducción y justificación del reportaje

En este reportaje se va a realizar un análisis acerca del periodismo de calidad en la actualidad. La crisis de la profesión ha repercutido en la realización y difusión del buen trabajo periodístico. En este trabajo se argumentan unas hipótesis para dar respuesta a esta situación que lleva prolongándose ya muchos años.

Este TFG mantiene que nadie quiere apostar por un periodismo de calidad. Por una parte están los medios de comunicación, parte de ellos buscan la forma de realizar y difundir periodismo de calidad, pero la situación es complicada. Para ellos está siendo difícil adaptarse a la digitalización, dar el gran paso del papel a Internet, para hacer esto deben cambiar muchas cosas, y una de ellas es el modelo de negocio. Por otra parte se encuentra la sociedad, la mayoría no está dispuesta a pagar por periodismo de calidad ya que tienen información y entretenimiento de sobra. Y por último, se encuentran los políticos y los profesionales de la justicia. La mayoría de ellos no facilitan el buen trabajo periodístico. La relación entre políticos y periodistas y estos últimos y profesionales de la justicia no es estable ni de cooperación en la mayoría de casos. El buen periodista debe informar de la actualidad que le rodea, ello conlleva a permanecer vigilante ante cualquier irregularidad política y judicial que se presente. Esta profesión es poderosa, tiene la habilidad de comunicar las ideas que quieren que lleguen a la sociedad y de crear presión social hacia las altas élites.

Con este trabajo se pretende dar visibilidad a la importancia del periodismo de calidad. La sociedad debe ser consciente de que la información da poder, de que conocer la realidad que les rodea les beneficia en muchos ámbitos de su vida: política, economía, salud, alimentación...por todo ello manifestar que la realización y transmisión de una información de calidad necesita una inversión económica. La sociedad se queja de la falta de objetividad de algunos medios, que muchos de ellos no dicen toda la verdad o manipulan la realidad. La gente debe ser consciente de que si los medios dependen de la publicidad no van a morder la mano que les da de comer, nadie lo haría si quisiera sobrevivir. Hasta que no se cambie esta realidad los medios seguirán sin ser objetivos. En cambio, con un modelo de suscripción donde la gente pague por información de calidad, los medios serán impulsados a la honestidad sin miedo a perder nada.

Con este reportaje se pretende dar una visión conjunta a la crisis periodística, es decir, no analizar por separado los modelos de negocio, la difícil relación entre las profesiones nombradas, el desequilibrio entre entretenimiento o prensa rosa y una buena pieza informativa... Aclarar que es la sociedad quien más debe apostar por un periodismo de calidad porque es a quien más le beneficia, no enfocar el problema solo a los medios de comunicación y analizar al periodismo de calidad como un producto, es decir, cuando se demande periodismo de calidad, se ofrecerá.

Alguna de las ideas que han inspirado a este reportaje se encuentran en el libro *“Comunicación y Poder”* de Manuel Castells, donde se le otorga al periodismo la importancia que tiene en un país democrático. También incluye ideas inspiradas en varios de los manuales de *“Cuadernos de periodistas”* que argumentan cómo las grandes élites van a intentar ponerse al mando de este gran poder para su beneficio.

2. Material y método de trabajo

• Cronograma de la elaboración del reportaje

	Mar	Abril	May	Junio	Julio	Ago	Sep
Documentación	X	X					
Enfoque y objetivos		X					
Contacto con las fuentes		X					
Elaborar material de referencia			X				
Entrevistas personales			X	X			
Estudio de datos				X	X		
Elaboración del anteproyecto					X		
Edición de entrevistas (escrito y audio)						X	
Elaborar el reportaje						X	
Publicación y difusión						X	
Elaboración de la memoria						X	
Presentación							X
Defensa							X

• Dificultades en la elaboración del reportaje

Un tema tan antiguo y complejo como el que se aborda implica que existan múltiples versiones para determinar quién es realmente el “culpable” de la crisis que asola la profesión periodística. Se ha intentado mostrar los diferentes puntos de vista sobre la misma situación y que cada lector se cree su propia opinión.

Encontrar fuentes que se muevan en un ambiente político y que estuvieran dispuestas a hablar sobre el tema ha resultado verdaderamente complejo, de todas las personas contactadas solo accedió una, Begoña Floria. Además, con esta entrevista hubo un problema. La conversación se grabó a través de Skype pero el archivo descargado estaba dañado, solo se podía visualizar los 6 primeros minutos de entrevista. Ante el problema, se volvió a contactar con la fuente, pero esta vez se realizó la entrevista a través de email ya que la fuente no disponía de mucho tiempo.

Dos de las fuentes, el periodista José Antonio Sau y el abogado Ángel Rodríguez, solo estaban dispuestos a acceder a través de email, con lo cual se realizaron las entrevistas por esa vía de contacto. La suerte fue que contestaron adecuadamente y con detalles a lo que se les preguntó.

Por la situación que se ha vivido y que aún permanece, la pandemia del Covid-19, ha resultado imposible realizar una entrevista en persona.

• Fuentes propias y estructura

Al tratar varias vertientes o visiones en conjunto (medios de comunicación, sociedad, profesionales de la justicia y políticos) sobre la crisis del periodismo de calidad, se ha contactado con diferentes personas que en algún momento de su vida se han desarrollado en un ambiente periodístico, sea cual sea su profesión de las nombradas anteriormente.

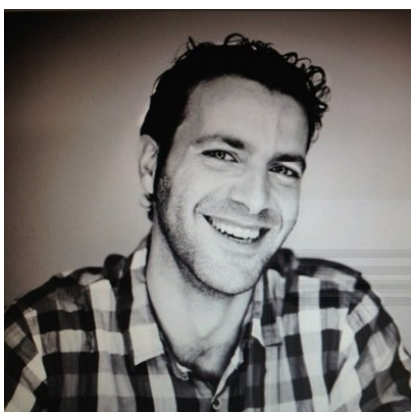


Begoña Floria: Periodista y política, es concejal del Grupo Municipal Socialista de Tarragona. Ha ejercido como teniente de alcalde del Ayuntamiento de Tarragona y portavoz del Gobierno municipal, cargos que ocupaba desde el año 2007. Anteriormente trabajó como jefa de prensa y de gabinete de diferentes instituciones. También como periodista en diversos medios de comunicación como: La Vanguardia, el País, Hoy, Cataluña Radio y Heraldo de Aragón, entre otros medios. Licenciada en Ciencias de la Información y especializada en estrategias globales de comunicación, gestión social de

políticas públicas y social media. Begoña podrá explicar la relación existente entre las profesiones (periodismo y política) ya que ha desempeñado ambas, podrá argumentar su visión tanto de política como de periodista.



Antonio Rull: Ha formado parte del departamento de Marketing y analista de audiencias en elDiario.es, también ha sido Product Manager en El Confidencial, además es fundador de la web especializada en baloncesto “enCancha”, entre otras cosas. En resumen, Antonio Rull carga con muchos años de experiencia desenvolviéndose en entornos de estrategias digitales y análisis de audiencias y datos. Aportará su visión sobre los modelos de negocio y en cómo adaptar el periodismo a la nueva realidad digital.



Alberto Gómez: Empezó su carrera en la Agencia EFE, también fue reportero de Noticias Cuatro durante 9 años, pero con la llegada de la crisis cerraron este servicio informativo. Ha moderado varios congresos como el de «Periodista orquesta en tiempos de redes y plasmas», «La tele también se hace 2.0» o el Congreso de Periodismo Digital de Huesca en 2018. Ha experimentado de primera mano la transición digital y la crisis periodística. Carga con más de 15 años de experiencia en el mundo periodístico. Podrá aportar su visión y experiencia sobre la inversión de los medios de comunicación en periodismo de calidad y cómo se encuentra la profesión actualmente.



Pepe Cerezo: Director de Evoca Media. Esta empresa se encarga de la gestión de proyectos de Transformación Digital enfocada al ámbito de los Medios de Comunicación entre otras. Como especialista en estrategia y transformación digital de negocios y organizaciones ha escrito dos libros, uno de ellos publicado en 2019, explica la situación a tratar en este reportaje: *“Los medios ante los modelos de suscripción”*. En 2007 fue seleccionado por el diario El Mundo como uno de los 25 españoles más influyentes de Internet. Pepe hablará de la situación tan compleja a la que se enfrentan los medios de comunicación en la actualidad.



Daniele Grasso: Es periodista de datos en El País. Anteriormente formó parte de la redacción en el medio El Confidencial durante casi seis años. También ejerció como freelance para medios como Il Corriere della Sera o la agencia ANSA . Actualmente es miembro de International Consortium of Investigative Journalist (ICIJ). Ha participado en importantes investigaciones como The Migrants Files o Generation E, LuxLeaks, Panama Papers o The Implant Files. Grasso hablará de

la digitalización del periodismo y de los diferentes modelos de negocio que ha experimentado de primera mano como periodista.



Miriam Hernanz: Jefa del Lab de Radiotelevisión Española, subdirectora de Lab y Nuevas Narrativas Interactivas en Radiotelevisión Española y redactora en el Laboratorio de RTVE.es. Miriam inició su carrera en 2005 como redactora en prácticas en Informe Semanal, desde entonces ha evolucionado hasta llegar a posicionarse en unos puestos como los actuales. Además ha sido redactora en otros medios de

comunicación como en El Mundo y Honda Cero. Hernanz aportará una visión distinta sobre el periodismo de calidad, ya que pertenece a una entidad pública.



Ángel Rodríguez, catedrático de Derecho Constitucional en la UMA y miembro del Consejo Consultivo de Andalucía. Es doctor en Ciencias Políticas por la Universidad Complutense de Madrid y doctor en Derecho por el Instituto Universitario Europeo de Florencia. Actualmente dirige el grupo del Plan Andaluz de Investigación (PAI) EURights, Derechos Fundamentales en Europa. Ángel ha participado en la Jornada de Derecho y Periodismo 'Carlos Larrañaga', donde se debatía el choque entre ambas profesiones, un aspecto que también se trata en este TFG.



José Antonio Sau, escritor y periodista en La Opinión de Málaga como redactor de Política Municipal. En el mismo medio ha realizado Tribunales durante once años. En mayo de 2014, fue galardonado con el V Premio Ciudad de Málaga de Periodismo y, en julio de 2015, con el I Premio Andaluz de Difusión de la Mediación Judicial. También participó en la Jornada de Derecho y Periodismo 'Carlos Larrañaga'.

Este TFG se desarrolla mediante una estructura de bloques temáticos ya que se analiza la experiencia y opinión de personas de diferentes ocupaciones sobre un mismo tema, la crisis periodística y su repercusión en el periodismo de calidad. En total podemos distinguir cuatro grandes bloques: medios de comunicación, sociedad, derecho y política. Cada fuente cuenta su experiencia, así se puede comprender la difícil situación del periodismo de calidad entendiéndola en un contexto más amplio. El inicio del reportaje cuenta con una entradilla narrativa, donde se relatan los diferentes aspectos de la crisis periodística. La inclusión del párrafo clave era necesaria para mostrar las dos opiniones sobre la escasa inversión de los medios de comunicación en periodismo de calidad. El reportaje concluye con una reflexión propia del tema planteado.

• **Difusión del reportaje**

El reportaje “La calidad tiene un precio” se ha publicado en Medium con fecha 18 de Agosto de 2020. Posteriormente se ha distribuido el enlace al mismo a través de redes sociales para lograr ampliar su alcance. En concreto se ha publicado en las cuentas personales de su autora tanto de LinkedIn como de Twitter.

Se decidió utilizar MédiuM ya que es una plataforma moderna, con una estética formal pero llamativa. Además otorga una gran facilidad a la hora de la incorporación de elementos gráficos, como las imágenes, gifs, despieces o las entrevistas subidas a SoundCloud que contiene este trabajo.

3. Contenido del reportaje publicado

El reportaje se encuentra en la plataforma de Medium: <https://medium.com/@AnnaisHV/los-periodistas-tambi3n-comen-371cfb3e75c2>

La calidad tiene un precio

La profesión periodística está sumida en una crisis y nadie está dispuesto a pagar por periodismo de calidad



El periodismo no pasa por su mejor momento. Hay varias dudas acerca del porqué de esta situación. Las empresas periodísticas aún no han encontrado un modelo de negocio eficaz y priman la rentabilidad de los contenidos frente a la calidad de los mismos; máxime en estos años en los que la transición digital está siendo muy costosa. La sociedad tampoco está dispuesta a pagar por un periodismo de calidad ya que tienen oferta informativa y de entretenimiento de sobra que cuesta entre poco y nada. Si a todo esto se suma que el buen periodismo implica bucear en las miserias del mundo de la política y de la justicia nos queda que, ambos poderes están mucho más tranquilos sin un periodismo de investigación que ejerza de vigilante de la democracia.

Ante tal panorama sólo el periodista entendido de forma individualizada parece dispuesto a defender por pura ética profesional un periodismo de calidad. Y no sobran los ejemplos al respecto.

Los medios de comunicación

Alberto Gómez, que ha sido reportero de Noticias Cuatro durante nueve años, se vio en la calle tras el cierre de este espacio informativo: “No, no creo que los medios, al menos en los últimos años y ya son bastantes, estén apostando por un periodismo de calidad”. Alberto argumenta que hay dos espacios que los medios de comunicación han dejado de lado: “Es muy poco frecuente encontrar periodismo de investigación, porque exige mucho personal dedicado durante muchas horas, días y semanas a un solo tema”. Y el segundo espacio es el periodismo internacional, “el cierre de las redes de corresponsales ha provocado que ante cualquier suceso en el mundo no puedas tener la información de primera mano y dependas de alguien ajeno a tu medio, como por ejemplo las agencias”, afirma.

Gómez: “No, no creo que los medios, al menos en los últimos años y ya son bastantes, estén apostando por un periodismo de calidad”

Por otra parte **Daniele Grasso**, periodista de datos en el medio El País, sí que piensa que los medios buscan salida al periodismo de calidad. Las empresas periodísticas tienen el deber de informar, pero este deber se complica cuando los números se meten de por medio para mantener la empresa a flote: “**Está claro que los medios son un negocio, y como cualquier otro, su objetivo es ganar beneficios.**”, aclara Grasso. El problema sin embargo está en los modelos de negocio ya que “como se ha visto durante años, el modelo de negocio de hacer beneficios generando cada vez más clics no funciona, era un modelo donde lo importante era hacer volumen y lo demás daba un poco igual.” Sí que había periodismo de calidad, concluye, pero de nada servía si no generaba tráfico. Este modelo está siendo sustituido por otro, el modelo de suscripción: “Es un cambio bastante radical, la gente que paga por tu producto lo primero que quiere es que sea de calidad, que tu producto esté bien. Obviamente no dejas de hacer volumen pero sí que tienes que invertir más en periodismo de calidad.”, añade el periodista.

Cerezo: “Los medios tienen claro que si vamos hacia un modelo de negocio donde el principal ingreso sea a través de los lectores, entonces a los lectores les tienes que dar calidad”

Pepe Cerezo, director de Evoca Media y especialista en estrategia y transformación digital de negocios, tiene claro que, a pesar de la costosa adaptación del periodismo al mundo digital y del ecosistema tan complejo del que se trata, los medios no son conformistas y van en busca de un modelo de negocio eficaz, el llamado **Reader revenue**. La independencia de la empresa periodística jugará un papel muy importante en beneficio de la profesión: “Siempre se puede invertir más en periodismo de calidad. Lo que tienen claro los medios es que si vamos hacia un modelo de negocio donde el principal ingreso sea a través de los pagos de los lectores, entonces a los lectores les tienes que dar calidad”, aclara Pepe Cerezo.

Rull: “No conozco el modelo de negocio perfecto, porque sencillamente ni lo hay, ni lo va a haber”

Actualmente, el principal modo de financiación de las empresas periodísticas es la publicidad. Quizá la cuestión no es si los medios de comunicación apuestan o no por un periodismo de calidad, sino que no van a morder la mano que les da de comer. **Antonio Rull**, analista de datos y de audiencias que ha formado parte del departamento de Marketing de elDiario.es, argumenta lo siguiente: “Es el eterno debate, pero los periodistas tienen la mala costumbre de comer. Hasta hoy, la principal fuente de ingresos de la mayoría de los medios de comunicación es la publicidad y depender de esta te obliga a construir una serie de monstruos periodísticos que “canibalizan” el periodismo de calidad.” Además, añade que el periodismo de calidad solo se puede encontrar en pequeños nichos: “Si hablamos de periodismo de calidad en la política, ¿qué es eso?”. Antonio Rull aclara que los medios sí que buscan hacer periodismo de calidad, pero que el negocio se mete por en medio. “No conozco el modelo de negocio perfecto, porque sencillamente ni lo hay, ni lo va a haber”, aclara Rull.



La sociedad

Dejando a un lado la inversión de los medios, nos encontramos con la escasa demanda de periodismo de calidad. **El periodismo es un producto que se mueve en el mercado**, y como cualquier empresa, los medios buscan la rentabilidad económica. Pero desde luego si la demanda de periodismo de calidad fuera mayor seguramente también lo sería la oferta.

El **entretenimiento y la prensa rosa** aportan mucho juego, tanto a las empresas periodísticas como a la sociedad. Ambos contenidos tienen un papel importante ya que suelen ser los que más beneficios dejan en el medio periodístico, por lo tanto, también es lo que más suele consumir la sociedad. “Hay que tener en cuenta que el periodismo forma parte de una sociedad, entonces hay que observar si los ciudadanos quieren un tipo de información o prefieren estar entretenidos. No se le puede achacar todo a los medios.”, aclara Pepe Cerezo.

En el ámbito de los medios públicos, **Miriam Hernánz**, Jefa del Lab de Radiotelevisión Española, subdirectora de Lab y Nuevas Narrativas Interactivas en Radiotelevisión Española y redactora en el Laboratorio de RTVE.es, argumenta que “El periodismo de calidad no necesita obligatoriamente muchos medios económicos, se puede hacer simplemente con conexión a Internet, con una buena agenda de contactos y mucho esfuerzo intentando averiguar las respuestas a las preguntas que la gente se hace” Miriam Hernánz pone el ejemplo de la verificación: “Es un periodismo relativamente barato de producir, simplemente te exige monitorizar qué se está diciendo en las redes sociales, verificar mensajes que circulan por WhatsApp...” Los medios audiovisuales, añade, dedican mucho tiempo al entretenimiento porque es lo que más rentabilidad les ofrece en cuanto a publicidad. “Se pagan mejor los anuncios en

franjas en las que hay entretenimiento que en las que hay informativos, además consiguen muchísima más audiencia.”, sentencia

Como ha comentado Miriam, hacer periodismo de calidad no necesita sí o sí un gran desembolso económico, pero lo que mejor se paga es el entretenimiento porque tiene mayor demanda, sobre todo en televisión e Internet. Tras un estudio de siete días (7/07/20 al 13/07/20) analizando cuales son las noticias más vistas en las versiones digitales de dos de los medios escritos más importantes de España, como son El Mundo y El País, se puede comprobar que las noticias más leídas son las de la prensa rosa o entretenimiento. Quizá por ello los medios no están dispuestos a apostar por un periodismo de calidad, porque la mayoría de la sociedad tampoco está dispuesta a hacerlo.

Noticias más leídas en El Mundo

- *Así vive hoy Copito, la “amiga” de Marisol, jubilada: “Ya estoy retirada de todo esto y no me interesa absolutamente nada”.*
- *Pau Gasol: la discreción y sencillez del chico de los 225mill.*
- *Alberto Caballero, creador de “La que se avecina”: los millones que deja la serie.*
- *El mapa de los rebrotes de Covid-19 en España.*
- *Ana Soria, la nueva pareja de Enrique Ponce, rompe su silencio: “Se están diciendo muchas mentiras”*
- *RTVE La verdad de Ana, la ganadora de Masterchef 8: “Lo pensé muchas veces, si yo llego a saber que esto era así igual no me presento”.*
- *La hija sexy, “madrileña” y profesora de español de Andoni Ortuzar, presidente del PNV.*
- *El desnudo perfecto de Scarlett Johansson en “Under the skin”.*

Noticias más leídas en El País

- *Maribel Verdú: desnudos, malos rollos en los rodajes y la clave de la felicidad*
- *Imanol Arias: "He ido de fracaso en fracaso"*
- *Nueve inquietantes cosas que ya estaban en '1984' de Orwell y ahora tienes en tu casa*
- *Fueron los mejores en Selectividad hace años, ¿qué ha sido de ellos?*
- *Javier Gutiérrez: "No estoy en la ruina como otros compañeros, pero sí he perdido parte de mi patrimonio"*
- *La verdadera historia de '¿Y cómo es él?', el himno que José Luis Perales nunca quiso cantar*
- *La canción con la que Antonio Vega calló a aquellos que le decían: "Qué mal te veo"*
- *Tortillas de patatas imprescindibles de Madrid*
- *Candiel, el combinado alcohólico que daban a niños débiles*

La justicia y la política

La **relación entre periodistas y profesionales de la justicia** debe ser estrecha, pero la realidad encontrada es otra muy distinta. La cooperación entre ambas profesiones en muchas ocasiones es escasa. La información que venga de las fuentes oficiales de la justicia es imprescindible para realizar un periodismo de calidad.

José Antonio Sau, ha ejercido durante más de diez años como redactor de Tribunales de La Opinión de Málaga. Su experiencia a la hora de trabajar con el sistema judicial no ha sido muy satisfactoria, aclara que "un gabinete no puede surtir toda la información que necesita una inmensa comunidad autónoma, por grandes y comprometidos que estén sus profesionales. El

protocolo es muy garantista, pero no se cumple casi nunca.” Tal y como dice Sau, una cosa es la teoría y otra la práctica: “El día a día es muy bonito en el papel y lamentable en los pasillos del Palacio de Justicia. Dependemos de que el funcionario de turno quiera dejarnos ver los señalamientos o nos permita acceder a las sentencias, que son públicas.”

Sau también señala las faltas de respeto hacia la profesión periodística por parte de algunos jueces: “Hay jueces que se niegan, por ejemplo, a informar si mandan a un detenido por asesinato a la cárcel o lo dejan libre; salas de audiencia que se salen de la dependencia en la que se va a celebrar el juicio para no salir en la foto y continuas faltas de respeto e impedimentos para llevar a cabo el trabajo.”

Sau: “El día a día es muy bonito en el papel y lamentable en los pasillos del Palacio de Justicia”

Además, el periodista añade que toda esta situación se ha agravado por la **regulación de la protección de datos**: “El mayor ataque que ha sufrido el periodismo de tribunales es la regulación de la protección de datos, porque el acceso a las sentencias es ya un ejercicio de funambulismo o prestidigitación.”



PALACIO DE LA JUSTICIA DE GRANADA

Rodríguez: “En general, la vía más usada, ante el poco éxito de las instituciones, es la filtración generalmente interesada.”

La opinión de **Angel Rodríguez**, Catedrático de Derecho Constitucional en la Universidad de Málaga y miembro del Consejo Consultivo de Andalucía, no es muy diferente de esta última. Narra que aún quedan muchas cosas por hacer para que ambas profesiones trabajen en un ambiente óptimo, donde los gabinetes de comunicación y los fiscales asignados para comunicarse con los medios cumplan su función: “En general, la vía más usada, ante el poco éxito de las instituciones, es la filtración generalmente interesada.”

La confrontación entre políticos y periodistas tampoco es algo que beneficie al periodismo de calidad. La relación profesional entre ambos es muy mejorable, pero a la vez también es muy necesaria.

Begoña Floria, periodista y concejal del Grupo Municipal Socialista de Tarragona, comenta la carencia de sentido institucional en ambas profesiones: “En el ámbito periodístico, que las líneas editoriales sean más transparentes y claras, porque también hay intereses en las empresas periodísticas. Y en el mundo político, entender que el papel del periodismo es fundamental en el mundo en que vivimos y que, incluso, debe protegerse como un elemento troncal de nuestra democracia.”

En un sentido estricto, los medios deberían ser honestos, pero la realidad es que muy pocos se salvan del posicionamiento entre la izquierda o la derecha política, y mucho menos si se habla de **medios públicos**: “Un tema a superar también es la despolitización de los medios públicos. Es un tema complejo y más en los tiempos en que vivimos. No tengo la solución, pero sería bueno que los medios públicos representaran a todos y no a quienes gobiernan”, añade Floria.

Floria: “Son los populismos los que no quieren a la prensa, VOX en España o Trump en USA”

La **presión social** que ejerce el periodismo en ambas cúpulas de poder es otro detonante. Rodríguez está de acuerdo en que el periodismo es una herramienta de presión social: “Es cierto, sin la presión mediática muchos asuntos se tramitarían de manera más lenta.” Ante los últimos ataques que ha sufrido la prensa por parte de algunos miembros del poder político, Floria opina que “son los populismos los que no quieren a la prensa, VOX en España o Trump en USA; los “daños” no existen como tales, salvo cuando hay conductas impropias en uno u otro sentido.

Una información sin contrastar, en caso de un periodista, puede ser letal. Un abuso de poder, en caso de un político o política, es inaceptable.”



MOVIMIENTO "METOO" (2019)

¿Qué queda entonces? Los medios de comunicación no están dispuestos a invertir en un producto que no se valora lo suficiente. Además, en el camino de hacer un trabajo de calidad, los periodistas se encuentran con varias trabas, bien sea en el sistema judicial, en el político o en el hecho de que la sociedad no gratifica el esfuerzo realizado. El modelo de suscripción que están intentando implantar muchos medios puede dar sus frutos, será entonces cuando el periodismo vuelva a adquirir la importancia que siempre ha tenido y la precariedad profesional quede atrás. La información es una de las bases en un país democrático, y es la sociedad quien más debe cuidar este derecho.

4. Interpretación derivada de la investigación

El tema a tratar en este trabajo puede llevar a muchas interpretaciones. Es un tema muy complejo como para reducir la respuesta a un "sí" o a un "no" cuando se pregunta si los medios de comunicación quieren invertir en periodismo de calidad. Además, tampoco se puede agrupar a todos los medios de comunicación en un mismo saco.

La crisis periodística ha traído muchas consecuencias, como la disminución de periodismo de calidad, la precariedad que muchos periodistas sufren, la desconfianza de la sociedad hacia los medios...pero hay que ser conscientes de que los medios no son los únicos responsables de esta situación.

La sociedad quiere una información honesta pero no está dispuesta, al menos la mayoría, a pagar por ella. Si los mismo consumidores no impulsan al periodismo de calidad poco se puede hacer. Además, muchos se han olvidado del valor que tiene realmente la información. Una de las principales características de la democracia es la libertad de información y de expresión. Gracias a estas libertades la sociedad puede tener un pensamiento crítico, esto ha supuesto una gran evolución para toda la población.

Con los datos correspondientes al ranking de las noticias más leídas, tanto en El Mundo como en El País, dos de los medios más importantes en España, se puede ver que la sociedad prima el entretenimiento, sobre todo la prensa rosa. Está claro que en el día a día hace falta el humor y algo más que pura información, pero un equilibrio entre ambas también es necesario. Además, la crítica hacia los medios de comunicación deja de tener sentido cuando uno no está dispuesto a cambiar sobre aquello de lo que se queja. La calidad tiene un precio, como en cualquier profesión.

El periodismo tiene mucho poder. La transmisión de sucesos que repercuten en el día a día, transmisión de ideas de todo tipo, tienen el poder de agrupar o separar masas en torno a una opinión, tienen el poder de influir en la sociedad. Muchos han intentado aprovecharse de este poder, tanto periodistas, políticos, jueces, abogados...para su propio beneficio. Hay que ser consciente de que no se puede dar el poder de comunicarnos la realidad que nos rodea a cualquiera, y con Internet y las redes sociales, hoy en día la desinformación abunda. Por ello, la sociedad debe apoyar a los medios de comunicación donde la manipulación y los intereses ajenos a informar queden lejos.

Con este reportaje se intenta reflexionar sobre la responsabilidad que recae en las manos de la sociedad, y hacer ver lo importante que es vivir en una sociedad informada.

5. Bibliografía y fuentes documentales

- Castells, M., (2009). *Comunicación y Poder*, Madrid, España, Alianza Editorial.
- González, F. (diciembre de 2005). Meter en cintura a la prensa. *Cuadernos de periodistas* (5), p.7.
- Varela, J. (enero de 2005). El asalto de los medios sociales. *Cuadernos de periodistas* (2), p.20.

- González, F. (julio de 2006). Frente a los poderes. *Cuadernos de periodistas* (7), p.7.
- Celis, B. (julio de 2006). La Casa Blanca contra el cuarto poder. *Cuadernos de periodistas* (7), p.11.
- Prego, V. (junio de 2019). No todo está perdido, aunque a veces lo parezca. *Cuadernos de periodistas* (38), p.5.
- Artal, R.M. (26 de junio de 2013). Periodismo y política: una relación contaminada. elDiario.es. Recuperado de https://www.eldiario.es/opinion/zona-critica/periodismo-politica-relacion-contaminada_129_5725937.html
- Guerrero, O. (16 de septiembre de 2014). La concentración mediática afecta los principios básicos del periodismo. *SERVINDI*. Recuperado de <https://www.servindi.org/actualidad/113524>
- Enguix, S. (28 de febrero de 2020). Periódicos y periodistas (II): La política y la intermediación. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/local/valencia/20200228/473822493802/periodicos-periodistas-la-politica-la-intermediacion-enguix.html>
- Anónimo (30 de diciembre de 2019). El Mundo ha perdido un millón de lectores con el muro de pago. *El Confidencial Digital*. Recuperado de: <https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/medios/mundo-ha-perdido-millon-lectores-muro-pago/20191227132740136404.html>
- Zapater, P. (20 de noviembre de 2019). Pepe Cerezo: "Los modelos de suscripción requieren un periodismo de calidad". *Heraldo*. Recuperado de: <https://www.heraldo.es/noticias/comunicacion/2019/11/20/pepe-cerezo-los-modelos-de-suscripcion-requieren-un-periodismo-de-calidad-1344963.html>
- Cerezo, P. (8 de marzo de 2020). Un camino de regreso a las esencias. *El País*. Recuperado de: <https://elpais.com/sociedad/modelo-de-suscripcion/2020-03-07/un-camino-de-regreso-a-las-esencias.html>

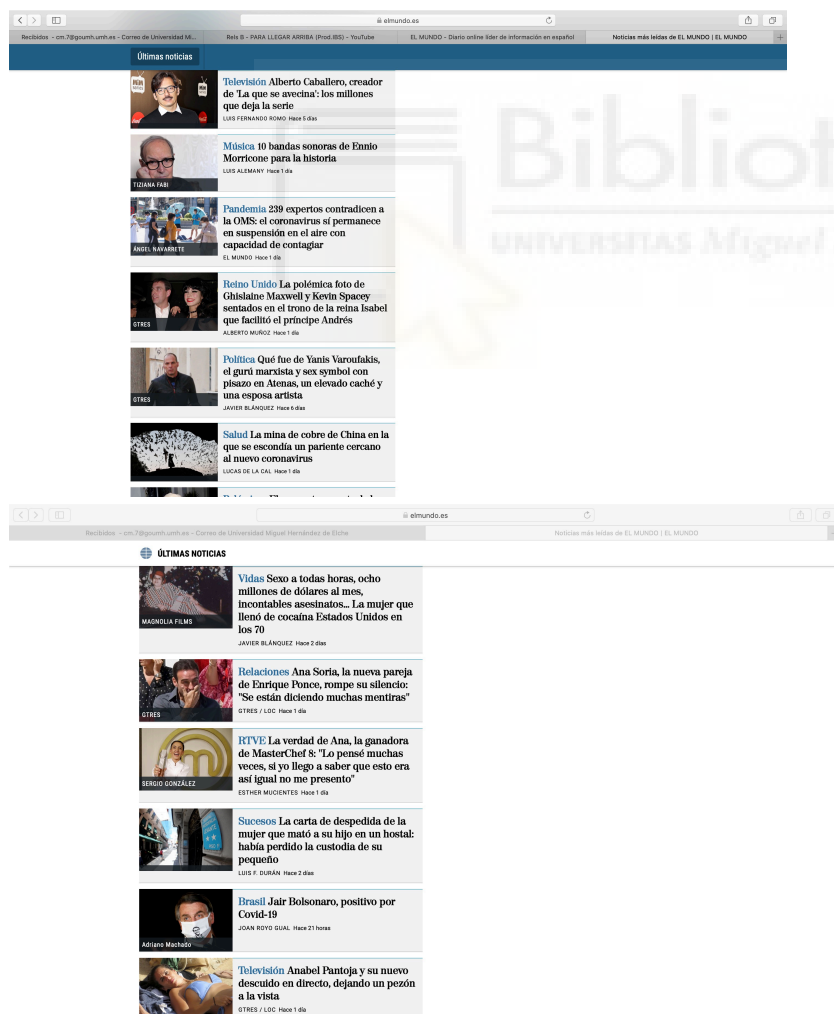
6. Notas

Debido a la situación provocada por el Covid-19 este reportaje no cuenta con ninguna entrevista en persona, por lo que no hay fotos propias a la hora de entrevistar a las fuentes.

Este trabajo no trata ningún tema que requiera información visual, por lo que las fotos incluidas en el reportaje son para desahogar el texto y dar un respiro al lector. Algunas de ellas han sido creadas con Canva (como ambos despliegues de las noticias) y otras han sido descargadas de páginas sin derechos de uso. El gif que aparecen en el reportaje está hecho con Ezgifs, y las fotos que incluyen son capturas de pantalla de los rankings de noticias de los que se habla en esa parte del reportaje.

Para la edición de los audios de las entrevistas se utilizó Audacity y han sido subidos a la plataforma SoundCloud.

Como muestra de las noticias más leídas en los medios El Mundo y El País hice capturas de pantalla, dado que son muchas, aquí dejo las más desatacadas donde aparecen las noticias mencionadas en el trabajo.



The image displays three sequential screenshots of the 'Últimas noticias' (Latest News) section on the website elmundo.es. The first screenshot shows a list of news items including 'Corea del Sur El alcalde de Seúl aparece muerto en un monte al norte de la ciudad', 'Política La hija sexy, 'madrileña' y profesora de español de Andoni Ortuzar, presidente del PNV', and 'Comparte Un enfermero desmonta la prueba PCR de Rosalía y le manda un aviso: "Está hecha malamente"'. The second screenshot continues the list with 'Elecciones autonómicas Galicia y País Vasco advierten de que no podrán votar medio millar de contagiados de Covid-19', 'Cine El desnudo perfecto de Scarlett Johansson en "Under the skin"', and 'Sucesos Herido muy grave al caerse desde el techo de la estación de Atocha a las vías del AVE en Madrid'. The third screenshot shows 'En vivo Coronavirus España hoy, noticias de última hora en directo', 'ROMANCES Ana Soria, la estudiante "cañón" que enamoró a Ponce', and 'Italia La advertencia de un enfermero italiano: "Ha vuelto de nuevo. Hemos comenzado a hospitalizar otra vez pacientes graves de la Covid-19"'. A large advertisement for sunglasses is overlaid on the right side of the third screenshot, featuring the text 'Biblioteca UNIVERSITAS Miguel Hernández' and 'HASTA 50% MENOS EN MODELOS SELECCIONADOS'.

Anexo I: Anteproyecto

Este TFG tratará de dar respuesta a las siguiente pregunta: ¿Porqué nadie apuesta por un periodismo de calidad? Es un tema que genera controversia dado que hay opiniones diversas. Además, es un tema que viene debatiéndose desde hace años.

La intención de este TFG es darle una visión que se adapte a la actualidad periodística; y por desgracia, esta viene marcada por la crisis que atraviesa la profesión, entre otras cosas, por no haberse sabido adaptar al mundo digital. El periodismo es indispensable para una sociedad democrática, y es que aunque el mundo pueda cambiar, la esencia del periodismo siempre será la misma: acercar la realidad del mundo que nos rodea.

Las hipótesis planteadas son las siguientes:

El periodismo tiene poder. Este, en muchas ocasiones se utiliza como una herramienta de manipulación.

El poder máximo es el poder de controlar las mentes o decisiones de las personas, para poder hacer esto, hace falta comunicar las ideas que quieren que influyan en la sociedad, y el poder de comunicar o transmitir ideas lo tienen los medios de comunicación. Y como en todo, el poder puede recaer en personas (en este caso periodistas) éticos o no éticos. En el caso de que recaiga en un buen periodista, el periodismo será utilizado para transmitir una información veraz. En el caso contrario, el periodismo será utilizado como una herramienta de transmisión de ideas que solo benefician a una parte de la sociedad, esta parte de la sociedad es quien realmente tiene el poder y utilizan el periodismo como una herramienta en su propio beneficio.

Los periodistas son los defensores de la democracia.

La relación actual entre políticos y periodistas y entre profesionales de la justicia y medios de comunicación es necesaria e imprescindible, pero también hay enfrentamientos entre estas profesiones que hace que la cooperación sea difícil entre ellas y el resultado de este enlace perjudique a ambas partes.

Los periodistas son los defensores de la democracia, por ello están siempre vigilantes ante cualquier irregularidad política o judicial o ante cualquier injusticia, ejerciendo de presión social. Esto hace que nos tengamos que plantear otra duda, ¿realmente los políticos o profesionales de la justicia quieren a los periodistas?

Uno de los mayores problemas del periodismo son los grandes monopolios

La concentración de medios es uno de los grandes problemas del periodismo, ya que convierten a esta profesión en el portavoz del sistema neoliberal. Con el modelo de empresa que tienen estas grandes aglomeraciones solo priorizan ganar audiencia para ganar más dinero, dejando al margen otros valores periodísticos. ¿Pero cómo ganan esta audiencia? O bien imponiéndole unas ideas, que son las que benefician a estas grandes corporaciones, o bien a través de la ley de la oferta y la demanda, es decir, la sociedad no demanda un periodismo de calidad y por ello los trabajos de calidad no tienen tanta repercusión, por ende, el periodismo se encuentra en una situación de crisis.

Esto nos llevaría a plantearnos otra cuestión, ¿los medios de comunicación no quieren formar a unos ciudadanos críticos o son los ciudadanos los que no quieren formarse en los asuntos de la vida pública?

Cronograma de trabajo

	Mar	Abril	May	Junio	Julio	Ago	Sep
Documentación	X	X					
Enfoque y objetivos		X					
Contacto con las fuentes		X					
Elaborar material de referencia			X				
Entrevistas personales			X	X			
Estudio de datos				X	X		
Elaboración del anteproyecto					X		
Edición de entrevistas (escrito y audio)						X	
Elaborar el reportaje						X	
Publicación y difusión						X	
Elaboración de la memoria						X	
Presentación							X
Defensa							X

Documentación y referencias bibliográficas

- Castells, M., (2009). *Comunicación y Poder*, Madrid, España, Alianza Editorial.
- González, F. (diciembre de 2005). Meter en cintura a la prensa. *Cuadernos de periodistas* (5), p.7.
- Varela, J. (enero de 2005). El asalto de los medios sociales. *Cuadernos de periodistas* (2), p.20.
- González, F. (julio de 2006). Frente a los poderes. *Cuadernos de periodistas* (7), p.7.
- Celis, B. (julio de 2006). La Casa Blanca contra el cuarto poder. *Cuadernos de periodistas* (7), p.11.

- Prego, V. (junio de 2019). No todo está perdido, aunque a veces lo parezca. *Cuadernos de periodistas* (38), p.5.
- Artal, R.M. (26 de junio de 2013). Periodismo y política: una relación contaminada. elDiario.es. Recuperado de https://www.eldiario.es/opinion/zona-critica/periodismo-politica-relacion-contaminada_129_5725937.html
- Guerrero, O. (16 de septiembre de 2014). La concentración mediática afecta los principios básicos del periodismo. *SERVINDI*. Recuperado de <https://www.servindi.org/actualidad/113524>
- Enguix, S. (28 de febrero de 2020). Periódicos y periodistas (II): La política y la intermediación. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/local/valencia/20200228/473822493802/periodicos-periodistas-la-politica-la-intermediacion-enguix.html>

Presentación y justificación de las fuentes propias confirmadas

En este trabajo aparecerá la política y periodista Begoña Floria para explicar la relación existente entre ambas profesiones, podrá argumentar su visión tanto de política como de periodista.

- **Begoña Floria:** Periodista y política, es concejal del grupo Grupo Municipal Socialista de Tarragona. Ha ejercido como teniente de alcalde del Ayuntamiento de Tarragona y portavoz del Gobierno municipal, cargos que ocupaba desde el año 2007. Anteriormente trabajó como jefa de prensa y de gabinete de diferentes instituciones, y como periodista en diversos medios de comunicación.

Como expertos en la transición que está sufriendo el periodismo darán su opinión las siguientes personas, ya que han experimentado de primera mano el paso del papel a Internet. Algunas de estas fuentes son especialistas en nuevas narrativas y en cómo adaptar el periodismo a la nueva realidad, son las siguientes fuentes:

- **Alberto Gómez:** Empezó su carrera en la Agencia EFE, también fue reportero de Noticias Cuatro durante 9 años, pero con la llegada de la crisis cerraron este servicio informativo. Además ha moderado varios congresos como el de «Periodista orquesta en tiempos de redes y plasmas» o el Congreso de Periodismo Digital de Huesca 2018.
- **Antonio Rull:** Ha formado parte del departamento de Marketing y analista de audiencias en elDiario.es, también ha sido Product Manager en El Confidencial, además es fundador de la web especializada en baloncesto “enCancha”, entre otras cosas. En resumen, Antonio Rull carga con muchos años de experiencia desarrollándose en entornos de estrategias digitales y análisis de audiencias y datos.
- **Pepe Cerezo:** Director de Evoca Media. Esta empresa se encarga de la gestión de proyectos de Transformación Digital enfocada al ámbito de los Medios de Comunicación entre otras. Es

especialista en estrategia y transformación digital de negocios y organizaciones. En 2007 fue seleccionado por el diario El Mundo como uno de los 25 españoles más influyentes de Internet.

- **Daniele Grasso:** Es periodista de datos en El País, con lo cual puede aportar su visión sobre el tema al trabajar en un medio privado. También lo fue durante casi seis años en el medio El Confidencial. Actualmente es miembro de International Consortium of Investigative Journalist (ICIJ)
- **Miriam Hernanz:** Jefa del Lab de Radiotelevisión Española, subdirectora de Lab y Nuevas Narrativas Interactivas en Radiotelevisión Española y redactora en el Laboratorio de RTVE.es. Además ha sido redactora en otros medios de comunicación como en El Mundo. Al igual que la fuente anterior puede aportar su visión, pero en este caso, de un medio público.

En este trabajo aparecerán especialistas del mundo judicial, ya que pueden aportar su visión sobre la relación profesional existente entre periodistas y profesionales de la justicia. Además, todas estas fuentes han participado en el Congreso de Derecho y Periodismo “ Carlos Larrañaga”, donde periodistas y especialistas de la justicia debaten el tema a tratar en este trabajo. Las personas son las siguientes:

- **Ángel Rodríguez,** catedrático de Derecho Constitucional UMA y miembro Consejo Consultivo de Andalucía.
- **José Antonio Sau,** periodista en La Opinión como redactor de Política Municipal. En el mismo medio ha realizado Tribunales durante once años. En mayo de 2014, fue galardonado con el V Premio Ciudad de Málaga de Periodismo y, en julio de 2015, con el I Premio Andaluz de Difusión de la Mediación Judicial.

Breve presentación del autor

Me llamo Annais Hernández Valero, tengo 22 años y nací en la localidad de Albufera, Alicante. Decidí estudiar periodismo porque soy una persona muy aventurera, que le gusta recorrer mundo y contar lo que ve a su alrededor, además también me gusta escribir.

He trabajado desde que tengo 18 años. Mi primer trabajo fue en una empresa de logística “Logifruit”, donde trabajaba los fines de semana durante seis meses y medio. En cuanto terminé en esta empresa, empecé a trabajar en un restaurante de mi pueblo “La Boquería” en el que a día de hoy sigo trabajando, y al igual que en el anterior, los fines de semana.

En septiembre se cumplirá un año desde que empecé a trabajar como becario en la UMH, en el Servicio de Innovación y Planificación Tecnológica (SIPT), como Community Manager de las redes sociales de los distintos másteres que tiene la UMH.