

## **Verdad y ficción de los medios de comunicación ante la crisis. El papel de los sindicatos**

***Agustín Yanel***

***Secretario general del Sindicato de Periodistas de Madrid (SPM)***

***Presidente del Comité de Empresa de El Mundo***

El 1 de julio de 1993, hace ya casi 16 años, la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa aprobó por unanimidad el Código Europeo de Deontología del Periodismo, redactado por el entonces eurodiputado del PSOE Manuel Núñez Encabo.

En su apartado número 11 establece lo siguiente: «Las empresas periodísticas se deben considerar como empresas especiales socioeconómicas, cuyos objetivos empresariales deben quedar limitados por las condiciones que deben hacer posible la prestación de un derecho fundamental». Porque, no lo olvidemos -y esto no se indica en dicho Código Deontológico sino que lo digo yo- de lo que hablamos no es de una pastilla de jabón, de un destornillador, de un coche o de un perfume, sino de un derecho fundamental: el que tiene la ciudadanía a recibir información veraz y plural.

¿Alguien conoce a un empresario de la comunicación que, cuando decide editar un periódico o revista, poner en marcha una televisión o montar una emisora de radio diga que tiene la intención de ganar menos dinero porque sabe que este negocio tiene un aspecto social además del puramente económico? Es posible que alguien haya puesto en marcha un medio de comunicación pequeño teniendo en cuenta ese aspecto, pero sin duda será la excepción y sólo entre los pequeños. La norma general es que los grandes, medianos y casi todos los pequeños empresarios de la comunicación sólo quieren ganar dinero y poder, ya sea político o de influencia para que les recalifiquen terrenos porque, además de ese medio periodístico, cuentan con suculentos negocios inmobiliarios.

Aquí, en Andalucía, conocéis casos de estos lo mismo que en otras comunidades autónomas. ¿Hace falta hablar, como botón de muestra, del editor de *El Mundo de Almería*, un diario que no era propiedad de El Mundo sino una especie de franquicia y que cerró porque no ganaba dinero?

Con esa concepción de la empresa periodística, esos editores -o empresarios inmobiliarios metidos a editores- en el momento en que empiezan a perder dinero, o a no ganar tanto como esperaban, lo primero que hacen es recortar gastos (los que son más prudentes y gestionan razonablemente su negocio), despedir a parte de la plantilla (los que tienen muy claro que su único interés es ganar dinero a toda costa) o directamente cerrar y no pagar a sus empleados.

Eso es lo que está ocurriendo en la actualidad.

Y la pregunta, entonces, es obligada: ¿es verdad o no que los medios de comunicación atraviesan por una crisis tan grave como la que sus dueños, editores o directores dicen padecer?

Nadie puede negar que todos los países, en general, atraviesan por un momento de crisis económica muy seria. Y, como los medios de comunicación no están dentro de una burbuja aislados del resto de la sociedad, también se están viendo afectados por esa crisis.

Pero también es verdad que muchos empresarios, aprovechando que el Pisuerga pasa por Valladolid, están utilizando la crisis para abaratar sus costes mediante despidos y para eliminar beneficios sociales que los trabajadores se han ganado a pulso después de años de negociaciones de convenios colectivos y de peleas en las empresas y en la calle cuando ha sido necesario. La profesión periodística ya estaba sobradamente maltratada antes de la crisis.

En la FeSP sabemos los sueldos que cobran los periodistas, sabemos que el 40% de lo que se publica está escrito por colaboradores a la pieza o por plantillas encubiertas, sabemos que en los medios pequeños se aplican unos convenios muy deficientes -cuando se aplican- y sabemos que, en muchos casos, gente dedicada profesionalmente a la información cobra menos que el pescadero que te vende las sardinas en el puesto del mercado municipal o que el empleado del supermercado que te lleva la compra a casa.

### **Crisis sobre precariedad**

Esa situación de precariedad laboral, que la FeSP viene denunciado desde que se constituyó hace ahora 9 años -el 20 de mayo tendríamos que hacer una fiesta de cumpleaños, pero con la crisis no es recomendable- se ha visto muy agravada desde el otoño del año pasado por la crisis económica general.

Se calcula que son cerca de 3.000 los periodistas que han sido despedidos -mediante EREs o sin ellos- en los últimos siete u ocho meses.

Sin entrar en detalles, sirvan estos casos como ejemplo: cierres de la cadena de televisión Localia (del grupo Prisa), del diario gratuito *Metro*, de *El Mundo de Almería* y de La Gaceta de Canarias, además de varias revistas y otras publicaciones; 442 despidos de un total de 2.300 trabajadores del Grupo Zeta; ERE en el diario *Abc* -se encuentra en plena negociación- para despedir a 238 trabajadores -el 52% de la plantilla-; casi un centenar de despidos en *El País* mediante jubilaciones y prejubilaciones; varias decenas de despidos en la cadena Ser, reconociendo la empresa que son improcedentes; 29 despidos de los 200 que constituyen la plantilla del Grupo Joly -editor de *Málaga Hoy*, *Granada Hoy*, *El Día de Córdoba*, entre otros diarios... y así hasta que queramos seguir.

La crisis económica ha hecho que la publicidad caiga en los medios en torno a un 40%. Y, como la publicidad es el principal soporte de los medios, éstos se han visto muy afectados por la crisis. Esta es la parte de «verdad» de la crisis de los medios de comunicación. ¿Cuál es la parte de «ficción»? Vamos a ella.

Hay medios de comunicación que ganan dinero, sobre todo medianos y pequeños, y sus dueños están aprovechando la crisis para reorganizar las plantillas -siempre reduciendo el número de trabajadores-, reducir los costes y, así, conseguir hacer el mismo producto pero con un coste menor.

En la actual situación, ¿qué pueden hacer los sindicatos?

Para empezar, los sindicatos están obligados a oponerse a los planes que contemplen despidos y recortes salariales o de beneficios sociales. Pero siempre deben analizar la situación real de cada empresa, porque se puede correr el riesgo de que en ocasiones sea peor el remedio que la enfermedad. Los sindicatos están presentes en los centros de trabajo mediante los comités de empresa y delegados sindicales. Lo habitual es que sean éstos quienes actúen y que las direcciones de los sindicatos sólo lo hagan en casos muy concretos: para reforzar a un comité cuando sea necesario, para dirigirse al responsable de ella si con eso ayuda al comité, para denunciar públicamente a un empresario cuando sea necesario.

### **Los comités de empresa**

Los comités deben estudiar la situación de cada empresa, cuando sus dueños les hablen de EREs, de recortes salariales o de beneficios sociales y despidos. Deben comprobar, y los sindicatos tienen que asesorarles, si es real la situación que describe el empresario o no. No es fácil, porque quienes nos dedicamos al periodismo no tenemos por qué ser especialistas en auditorías o en contabilidades de empresas, pero ahí están los sindicatos para asesorar en lo que puedan.

En el caso de Unidad Editorial, al que me referiré más adelante, quiero hacer constar en este congreso y públicamente que yo he recibido la ayuda permanente e inestimable de Fabián Nevado, del Sindicat de Periodistes de Catalunya (SPC), que en todo momento ha contestado a mis preguntas, ha estudiado los documentos que le he enviado y me ha informado de su experiencia en este tipo de negociaciones, además de brindarse a acudir a las reuniones con mi empresa cuando fuera necesario. Le he dado las gracias muchas veces, pero quiero dárselas hoy en público aquí, a él y al SPC.

¿Cómo deben afrontar un ERE los comités de empresa y delegados sindicales? En mi opinión, sabiendo que tienen, fundamentalmente, dos opciones: o protestar contra el ERE con manifestaciones y otras medidas en la calle, o intentar llegar al mejor acuerdo posible. Existe una postura intermedia, que deberán estudiar en cada caso concreto: negociar y, al mismo tiempo, llevar a cabo acciones de presión y de protesta que hagan ver a la empresa la fuerza del comité; pero esto hay que estudiarlo con serenidad porque se corre el riesgo de que la presión se quede en poco, si los trabajadores creen que es mejor la negociación, en cuyo caso el comité de empresa se quedará sin respaldo.

### **El caso de Unidad Editorial**

Como ejemplo puedo explicar lo que hemos hecho en Unidad Editorial, el grupo propietario de *El Mundo*, *Marca*, *Expansión*, *Veo7*, *Telva*, *Diario Farmacéutico*, *Correo Médico*, *Gaceta Universitaria* y otras publicaciones.

A finales de enero pasado, la compañía reunió a los delegados sindicales de toda España –cerca de 90, casi la mitad de ellos pertenecientes a candidaturas del Sindicato de Periodistas de Madrid (SPM) y de otros sindicatos integrados en la FeSP– y les explicó cómo estaba afectando la crisis al Grupo Unidad Editorial.

Era necesario, siempre según los representantes de la empresa, ahorrar 30 millones de euros al año o, de lo contrario, habría que despedir a unas 400 personas de una plantilla de 2.250.

Se constituyó una Comisión de Diálogo y Negociación, integrada por 11 personas de candidaturas de la FeSP, CCOO y una de UGT, y comenzaron las reuniones. El objetivo de esa Comisión, desde el primer momento, ha sido que los sueldos más bajos se vieran afectados lo menos posible, que el número de despidos fuera el menor y que quien dejara las empresas del grupo se marchara en las mejores condiciones económicas.

Durante dos meses, la Comisión se reunió con los representantes de la empresa y fue recabando toda la información. A primeros de abril, después de celebrar asambleas para que los trabajadores autorizaran el inicio de las negociaciones formales -había quien era partidario de que la empresa presentase un ERE directamente, probablemente por desconocimiento de lo que esto significa en la práctica-, comenzaron las negociaciones.

Tras un proceso muy duro, el pasado 29 de abril se llegó a un preacuerdo con el Grupo Unidad Editorial. El 6 de mayo se explicó a la plantilla, en una asamblea, las medidas pactadas. Al día siguiente, el 60,38% de la plantilla de todas las empresas del grupo votó en urna y con exhibición del DNI: hubo 986 (77,76%) a favor de las medidas acordadas entre la Comisión y la Empresa 254 (20,03%) en contra.

La segunda parte, nada fácil, comienza ahora: hay que aplicar ese plan, evitar que se produzcan despidos por represalias, estudiar los casos en que exista un trato desigual al aplicar las medidas acordadas... Ahí tienen un papel fundamental los sindicatos, a través de sus representantes en los comités de empresa.

### **Empresas socioeconómicas**

Termino con una nota personal, y os ruego que lo permitáis. Hace años, cuando yo empecé a trabajar en un almacén de droguería, perfumería y medicamentos, ocurría con frecuencia que alguien que había emigrado a Francia, Alemania o a otros países regresaba a España. Con el dinero que había ahorrado alquilaba un local, lo arreglaba y abría una droguería-perfumería.

Desde el almacén donde yo trabajaba se le servía diversos productos como pedido inicial (tantos francos de colonia de una marca y otra, tantos de cada tamaño, tamaño tantas pastillas de jabón, tantos lápices de labios, tantos paquetes de rollos de papel higiénico...). Ocurría con cierta frecuencia que, seis u ocho meses después de que hubieran abierto la tienda, el propietario comprobaba que no entraba en caja cada día el dinero suficiente para pagar los gastos del negocio; lo que sí llegaban eran las letras correspondientes a la mercancía que el almacén le había servido.

Más de uno, ante esa situación, optaba por cerrar el negocio y desde el almacén acudíamos a recoger la mercancía que no había vendido para recuperar, al menos, parte de la deuda.

Esas personas no pensaban que, en general, un negocio no empieza a dar beneficios desde el primer día. Los nuevos editores y constructores metidos en los medios de comunicación tampoco lo piensan.

Mucho menos van a pensar que la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa aprobó hace casi 16 años, por unanimidad, un Código Europeo de Deontología del Periodismo en el que se indica que estas empresas deben tener limitados sus beneficios porque tienen un carácter socioeconómico.

Ahí entran los sindicatos y los comités de empresa: para recordárselo, para oponerse a la reducción de las condiciones salariales y laborales ganadas a pulso durante años y, cuando sea necesario para la supervivencia, para negociar el mejor acuerdo.

### **Desde los sindicatos FeSP**

Eso es lo que nos piden los trabajadores y eso es lo que tenemos que hacer desde los sindicatos de la FeSP. Como conclusiones, propongo:

1º.- En cuanto un empresario diga que la crisis económica le obliga a hacer recortes de personal o salariales, los comités de empresa y los delegados de los sindicatos de la FeSP le exigirán las cuentas detalladas, tal y como permite el Estatuto de los Trabajadores aunque en muchos casos no se lleve a la práctica. En las empresas donde la FeSP no tenga comités o delegados es imprescindible y urgente que los afiliados constituyan una sección sindical, que tiene las mismas competencias que los comités para solicitar esa información.

2º.- La FeSP y los sindicatos que la integran reforzarán sus servicios de asesoría, para que los comités y delegados sindicales puedan acudir a ellos a consultar las propuestas y documentos que facilitan las empresas cuando proponen recortes.

3º.- La FeSP y sus sindicatos denunciarán públicamente -y, si es necesario, en los juzgados- los casos de empresas que hayan tenido beneficios en el último año y quieran aprovechar la crisis para reducir los costes de personal. En esos casos, los comités o delegados de la FeSP se opondrán a las propuestas de la empresa.

4º.- Para trabajar con la máxima coordinación y con más fuerza, los sindicatos de la FeSP, que tienen autonomía para actuar, informarán a la Junta Ejecutiva Federal de la FeSP de todos los conflictos que se planteen en sus respectivos territorios o propuestas de despidos y reducciones salariales, desde el primer momento en que tengan noticia de ellos.

*Espartinas (Sevilla)  
16 de mayo de 2009*