

15 Acciones por un Periodismo Digno

Las entidades y personas promotoras e impulsoras de este 'pentadecálogo' creemos en el periodismo. Creemos que la información es un derecho humano básico y universal. Defendemos un periodismo al servicio de la ciudadanía, que garantice una información de calidad, plural y veraz, y que desarrolle un espíritu crítico.

Las propuestas han sido elaboradas en la Asamblea Abierta de Periodistas que se celebró el 11 de noviembre de 2017 en la sede de la Confederació d'Associacions Veïnals de Catalunya (CONFAVC) y convocada por organizaciones representativas de la profesión. Los y las periodistas que participamos en ella mantuvimos un debate muy vivo para definir las acciones necesarias para ofrecer a la sociedad un periodismo digno, que ponga fin a la precariedad laboral creciente, que recupere la confianza de la ciudadanía y que supere todo tipo de estereotipos discriminatorios que empobrecen la información. Nuestro objetivo es poder hacer un periodismo mejor para cumplir el compromiso que tenemos con la sociedad.

Hacemos un llamamiento a los y a las periodistas a apoyar a estas reivindicaciones que planteamos a las administraciones públicas y a las instituciones políticas y que deben dar lugar a las acciones legislativas y a la adopción de las medidas que corresponda en cada caso. Firmamos las '15 acciones para un periodismo digno' y que son las siguientes:

1.– Fijar un nuevo marco de condiciones de trabajo con dignidad en las empresas de comunicación. Para ello hace falta la aprobación de una **Ley de Derechos Laborales de los y las periodistas** que evite las subcontrataciones como forma de degradar puestos de trabajo y que incluya a **los/las colaboradores/as y freelances** así como la incorporación de las tarifas de este colectivo en los convenios laborales y su publicación en las páginas web de los medios. Además, hay que implementar una regulación específica para frenar los abusos que hacen las empresas de los estudiantes en prácticas como mano de obra gratuita o muy barata. Impulsar convenios de sector allí donde no los haya, hecho que provoca que existan empresas cuyo personal no dispone del amparo de un convenio colectivo.

2.– **Regulación del Derecho a la Información de la Ciudadanía**, entendido como un derecho humano esencial en una sociedad democrática a partir del desarrollo legislativo del **artículo 20 de la Constitución Española y del artículo 52 del Estatuto de Catalunya**. Esta regulación tendría que prever la creación de un **consejo regulador independiente** del gobierno de turno y sin cuotas partidistas y/o políticas entre sus miembros. Para definir este ente regulador, en el proceso de elaboración de la ley, hay que estudiar el modelo de este organismo –o persona honorable– independiente, que debería ser aprobado y elegido por el Parlamento. Hay que abrir un proceso de debate (comisión, congreso...) entre las entidades y organismos ya existentes (sociales, sindicatos, otros consejos reguladores...), que tengan como referencia los modelos que ya existen en otros países para definir la mejor propuesta. También tendría que regular el acceso a las informaciones de relevancia pública.

3.– La norma reguladora también debería hacer obligatorio por ley que los medios se doten de **Estatutos de Redacción y Comités Profesionales** con medidas que faciliten la tarea de sus miembros. **El código deontológico debe ser vinculante** y tiene que prever la aplicación de las Recomendaciones sobre el tratamiento informativo en ámbitos muy diversos, como la violencia machista, la información sobre jóvenes, suicidios, enfermedad mental o sobre otras cuestiones.

4.– La ley tendría que prever igualmente los mecanismos para que los organizadores de actos en la vía pública y las fuerzas de seguridad garanticen **que los informadores que cubren estos actos puedan trabajar libremente** sin ser acosados ni agredidos por terceras personas que pongan en peligro su integridad personal.

5.– El Organismo Regulador creado a raíz de la Ley del Derecho a la Información de la Ciudadanía tendrá como una de sus funciones la elaboración de **un informe anual con el perfil de ingresos de los medios de comunicación**, consistente en un listado de sus ingresos que no correspondan estrictamente a la venta y suscripción individual, o inversiones del grupo editorial al que pertenecen, como pueden ser las suscripciones institucionales, la publicidad (principales anunciantes, especialmente la institucional), las subvenciones públicas así como acuerdos con empresas y entidades públicas en materia de patrocinios y de contenidos patrocinados, para que los usuarios dispongan de información relevante a la hora de valorar el tratamiento que dan a sus proveedores de ingresos. Los medios de comunicación deberían poner en conocimiento del ente regulador los contenidos que no estén producidos de manera independiente, sino vinculados con transacciones económicas de algún tipo (publireportajes, *branded content*, acuerdos con empresas, viajes pagados, etc.). La infracción debería ser sancionable.

6.– Reequilibrar la agenda informativa y dar más peso a la información de carácter social, para abrir la mirada a mujeres y hombres de otros ámbitos, más allá del mundo político y declarativo, que actualmente acapara el espacio informativo. Reivindicamos la representación equilibrada de mujeres y hombres en las informaciones de los medios, haciendo uso del Buscador de Expertas u otras herramientas que faciliten el acceso a fuentes diversas de mujeres, pero también de colectivos infrarepresentados. Evitar enfoques paternalistas y condescendientes. Hacer vigilancia continuada en el tratamiento informativo de la violencia machista, de los estereotipos sexistas, de la aplicación de Recomendaciones y Códigos Deontológicos, así como la promoción activa del uso del lenguaje no sexista. Que «compañeros y compañeras» no sea una excusa para no hacer ninguna otra acción correctora.

7.– Facilitar la promoción efectiva de las mujeres en puestos de toma de decisiones en empresas comunicativas, organizaciones e instituciones. Esto significa promover planes de igualdad en las empresas y velar por su cumplimiento, la discriminación positiva, formación, romper el estereotipo según el cual la conciliación es una cuestión de mujeres, i adaptar el ritmo productivo a las personas y no al revés.

8.– Promover y facilitar la creación de empresas de comunicación sin ánimo de lucro con medidas que impulsen su crecimiento y desarrollo.

9.– Los poderes públicos tienen que promover un marco de actividad a las empresas de comunicación en todos sus aspectos, que les permita desarrollar su tarea con el pleno respeto a los derechos laborales y profesionales de sus trabajadores y trabajadoras.

10.– Promover el reciclaje profesional para enriquecer el periodismo para hacerlo más plural y diverso, en aspectos como la incorporación de género, la adaptación a las nuevas tecnologías, el dominio del lenguaje, etc. evitando también la salida anticipada de profesionales sénior expertos, vitales para el aprendizaje de las nuevas generaciones de periodistas. Incorporar no sólo en la formación inicial en periodismo en las universidades, sino también a lo largo del ejercicio profesional, **formación en perspectiva de género y en el tratamiento de colectivos vulnerables** para informar con verdadero rigor y ajuste a la realidad.

11.– Culminar la reforma democrática de los medios de la CCMA, de RTVE y de l'Agència Catalana de Notícies (ACN), volviendo al consenso y a la necesidad de una mayoría cualificada en el nombramiento de sus directivos, y que se despartidicen sus organismos de gestión, incorporando representantes de la ciudadanía. **Eliminar todo tipo de bloques de información política** en periodos electorales establecidos bajo algún criterio que no sea el estrictamente profesional. Eliminar también las cuotas partidistas en tertulias y espacios similares en las radios y televisiones.

12.– Establecer como materia en las escuelas e institutos la educación en comunicación y promover acciones desde las administraciones públicas y los colectivos profesionales para **acercar la ciudadanía al periodismo crítico y de calidad** y para aprender a identificar los contenidos que circulan por las redes sociales como veraces o como falsos.

13.– Exigir el respeto de los Derechos de Autoría de los y las periodistas en los contratos laborales con las empresas de comunicación y reclamar a las entidades de gestión las cuotas del canon que corresponden a la profesión.

14.– Promover que los altos cargos en comunicación de las instituciones públicas sean elegidos por razones profesionales y no de afinidad política para aislarlos de las presiones y garantizar su independencia.

15.– Reconocimiento y protección de los alertadores y de los denunciantes de acciones irregulares hechas por todo tipo de poderes, estableciendo medidas para preservar las fuentes informativas de los y las periodistas. Estos mecanismos deben prever también el amparo de quien contribuye a sacar a la luz esta información y el reconocimiento de la mutua colaboración.

11 de noviembre 2017

Entidades impulsoras:

- [Asociació de Dones Periodistes de Catalunya \(ADPC\)](#)
- [Grup de Periodistes Ramon Barnils \(GPRB\)](#)
- [Sindicat de Periodistes de Catalunya / Sindicat de Professionals de la Comunicació \(SPC\)](#)
- [Solidaritat i Comunicació \(SiCom\)](#)
- [Som Atents](#)