

Veinte años después, vamos a menos

FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA

Han pasado más de 20 años desde la aparición del número 0 de esta publicación en julio de 2004. Aquellos eran, todavía, años dorados para el periodismo, con crecimiento y buenos resultados. De hecho, ambos factores suelen estar vinculados. Incluso, con más que razonable reputación y credibilidad en la opinión pública. En general, estábamos satisfechos de nuestro trabajo y, sobre todo, del legado; lo que dejábamos (los mayores) nos parecía mejor que lo que habíamos recibido.

Pero ya se barruntaba que algo andaba mal: por un lado, la crisis financiera/económica sonaba algo más que coyuntural y amenazaba los ingresos de los medios y, por tanto, la estabilidad del modelo profesional. Por otro, más importante y trascendente, la revolución digital que despertaba con estrépito. El teléfono inteligente (iPhone de Steve Jobs) se presentó el año 2007, los usuarios de internet alcanzaron la cota de 1.000 millones, emergieron las redes sociales (Facebook, Twitter, Change.org,

Google compró YouTube...) y nosotros andábamos “con estos pelos”, unos molestos por la llegada de la prensa gratuita, dudando entre muros de pago o gratis total y entregando el trabajo a las tecnológicas emergentes por un plato de lentejas. Todo ello, junto y al tiempo, ha arrasado el periodismo, porque hemos sido poco capaces de adaptarnos al cambio tecnológico. La especie sobrevive.

El año 2007 marcó el pico en resultados (difusión, beneficios, crecimiento e influencia...) de los medios en España, y desde entonces... declive. No todo ha salido mal, ahora conocemos iniciativas germinales; y en algunos casos, en consolidación, que pueden suponer el renacimiento de un periodismo con futuro que trate de cumplir su propósito y su función social: informar con independencia.

No se puede imaginar una sociedad avanzada, democrática, abierta, sin un periodismo riguroso, profesional, militante, plural, independiente y

activo. Lo que no puede ser no puede ser y, además, es imposible. Hay espacio y habrá oportunidades para el renacimiento de un periodismo de calidad, apreciado por los ciudadanos por su profesionalidad e independencia. Ese renacimiento será el mejor indicador de la recuperación de una democracia avanzada que hoy también está amenazada por esos autócratas iliberales que amenazan la convivencia y la libertad.

La pretensión de *Cuadernos de Periodistas* en su momento inicial hace 20 años era conseguir una publicación de análisis sobre periodismo del futuro, hecho por periodistas y para periodistas. Con contenidos críticos, para alentar el debate y con objeto de ensanchar los límites, y la responsabilidad. Sin agobios por la audiencia, sin limitación de espacio ni de contenido, con pluralismo y con la voluntad de animar un diálogo sereno, las conversaciones entre profesionales preocupados por el futuro.

El primer trabajo publicado trataba sobre la desinformación (hoy tan de moda y tan dominante), advirtiendo de la amenaza de un periodismo sin periodistas y argumentando que, sin independencia, el periodismo carece de sentido y corre el riesgo de desaparecer.

Dirigí *Cuadernos* durante casi ocho

años (24 números, incluyendo el número 0), junto a Julio Alonso, periodista determinante en el nacimiento de *El País* y decisivo para dotar de carácter a esta publicación. A él debemos el tono, el tamaño y la edición de *Cuadernos*. Su muerte nos dejó huérfanos, aunque sus enseñanzas perduran.

Además de Julio, otros compañeros con mucha experiencia (Reigosa, Altares, Bastenier, Gumersindo, Veyrat, Varela, Juliana, Montse Domínguez, García Juez, Felipe Sahagún, Teodoro González Ballesteros y María Rey) constituyeron el primer consejo de redacción, con la presencia sabia y curiosa de D. Gregorio Salvador, quien escuchaba con asombro y picardía las preocupaciones de los periodistas para luego destilar con sentido común y sabiduría sus conocimientos.

El modelo *Cuadernos* consistía en lograr una publicación muy abierta, con amplia lista de autores, todos pagados por su trabajo, por encargo del consejo de redacción o autorizado por este, con la idea de mantener un alto nivel de calidad. Ese espíritu lo han mantenido los cuatro colegas que han llegado en estos 20 años a la Presidencia de la APM y los otros dos que asumieron la dirección de *Cuadernos*. Han mantenido la publicación en su estructura original

por considerarla útil.

La profesión pasa por un momento crítico, vamos a menos, en difusión, en rentabilidad, en reputación. Reconocerlo es el primer paso para acertar a salir del embrollo y empezar a definir el nuevo marco en el que debe desplegarse el buen periodismo. Ese era y es el propósito de *Cuadernos*, servir de foro de debate y de propuestas para conseguir ese despliegue. Hacerlo con modestia, sin pretender tener toda la razón y con voluntad de ayudar y provocar reacciones.

El compromiso de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) para mantener *Cuadernos* ha sido completo, con el tesón preciso para persistir y durar. Al principio, imaginé que lograríamos audiencia entre la profesión que se traduciría en suscripciones entre profesionales y académicos para autofinanciar la publicación. Empezamos distribuyendo *Cuadernos* a los 15.000 afiliados de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE). Pero las suscripciones llegaron con cuentagotas y muy lejos del objetivo de autofinanciación y, por tanto, con el aviso que supone que lo que no se financia es porque no interesa, no es útil.

La APM dispone de músculo

financiero para soportar *Cuadernos* y las sucesivas Juntas Directivas han decidido mantenerlo. Aunque no se ha alcanzado el objetivo de autofinanciación por los lectores, sí se ha obtenido una audiencia suficiente: 600 ejemplares editados en papel para profesionales y bibliotecas de departamentos universitarios animan a sostener la revista. La difusión mejora con la difusión digital, que alcanza la cifra de 30.000 usuarios, según el último dato disponible, con tendencia al alza. El 40% de los usuarios tienen España como origen, y se obtienen buenos datos en Hispanoamérica (México, 10%; Colombia, 7%; Perú, 6%, y EE. UU., 5,5%). El envío de la *newsletter* gratuita de *Cuadernos* a asociados de la APM supera los 4.000 envíos, con una tasa media de apertura próxima al 50%.

Son datos estimulantes en lo cuantitativo, también lo es la referencia cualitativa de lectores que aprecian el contenido. Pero, en cualquier caso, se aprecia la desmovilización de la profesión ante los retos profesionales que afrontamos. Una apatía que *Cuadernos* pretende combatir. Que así sea.

Fernando González Urbaneja

Director de *Cuadernos de Periodistas* desde su fundación, en 2004, hasta 2011