

# La misión y dimensión del periodismo y su situación actual

**JOSÉ FRANCISCO SERRANO OCEJA**

Pocos días antes de la entrada de este número de *Cuadernos de Periodistas* en imprenta, Carlos Elías, periodista y catedrático de Periodismo de la Universidad Carlos III de Madrid, publicaba en la revista científica *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, de la Universidad Complutense, un interesante ensayo titulado “Periodismo no es comunicación, es mucho más: por qué la palabra ‘comunicación’ es perversa y destruye la democracia”.

Al margen de la tesis que plantea Elías, el texto ofrece un crudo diagnóstico de algunas de las causas que están contribuyendo a la “deconstrucción” del periodismo en un contexto de acelerado cambio no solo de modelos empresariales, políticos, sino principalmente epistemológicos. Hay demasiados vectores que están contribuyendo a dinamitar lo que es y significa el periodismo como ejercicio de transmisión de la información en el marco del conocimiento social.

Permítaseme reproducir el resumen del citado ensayo para que el lector se haga una idea de por dónde discurre el análisis y la propuesta. Un texto que bien pudiera dar pie a un interesante debate: “El periodismo no es simple comunicación, sino mucho más: es un pilar esencial de la democracia. Periodismo y ciencia nacieron en la misma época y lugar y comparten objetivo: buscar la verdad y hacerla pública, incluso enfrentándose al poder. A diferencia de la comunicación-concepto vacío que abarca desde la propaganda hasta la ficción-, el periodismo tiene una dimensión ética y épica. Desde Sócrates y Galileo hasta Gerlich o los periodistas contemporáneos asesinados por ejercer su oficio, la historia muestra que quienes cuestionan con datos y hechos incomodan al poder y ponen en riesgo su vida. En cambio, la ficción, la propaganda o el entretenimiento -como el teatro de Aristófanes, la propaganda de Goebbels o las películas de Coppola-

pueden influir en la sociedad, pero rara vez resultan peligrosos para los poderosos, más bien suelen protegerlos o blanquearlos. En un momento donde la democracia en Occidente está en peligro, resulta chocante que muchas universidades sustituyan la palabra ‘periodismo’ por ‘comunicación’. Mientras todos los seres vivos se comunican, solo el periodismo, al igual que la ciencia, persigue sistemáticamente la verdad. Reducirlo a comunicación es diluir su misión y dimensión y, sobre todo, vaciarlo de su carácter de contrapoder”.

Como la actualidad manda en este ejercicio del hoy, el aquí y el ahora, una vez hecha la referencia a este dato de contexto, voy a poner en valor lo que no aparece en el cuerpo de este número, dado que, cuando se ha confeccionado y publicitado, estas páginas ya estaban en imprenta. Sería el texto de cómo está nuestra profesión.

Un año más, la Asociación de la Prensa de Madrid ha presentado, avanzado el mes de diciembre, el *Informe Anual de la Profesión Periodística*. Permítaseme también destacar algunos datos de este nuevo Informe, una radiografía certera de cómo está nuestra profesión basada en las contestaciones de 1.312 profesionales. Por lo tanto, la única investigación de esta naturaleza en España con altos índices de fiabilidad.

- Vuelve a bajar el desempleo en la profesión, aunque de manera muy residual, en poco más de 70 personas (1,2%), lo que no deja de ser un dato positivo. Sobre todo, teniendo en cuenta que el pasado año se redujo en casi un 5%. Entre septiembre de 2024 y de 2025, un total de 6.044 parados solicitaron trabajo como periodistas en primera opción.

- De nuevo, los encuestados consideran la precariedad laboral como el mayor problema en la profesión, seguida, en esta ocasión, de la pérdida de credibilidad en el trabajo periodístico y la desconfianza que ello genera. Ahora bien, dicha precariedad no parece ser un problema para buena parte de los periodistas que trabajan en medios cuando se les pregunta por su situación en particular. De hecho, el 65% no considera que sus actuales condiciones de trabajo sean precarias, aunque sí creen que este es un factor que incide en la calidad informativa de su medio.

- Duración de la jornada laboral: entre los contratados, el 56% de los periodistas y el 47% de los comunicadores trabajan más de 40 horas semanales, máximo legal establecido por el Estatuto de los Trabajadores. Y el 19% y el 15%, respectivamente, más de 45 horas. Porcentajes todos ellos algo inferiores a los del año pasado.

- Niveles salariales: los comunicadores siguen estando mejor pagados que los periodistas. Entre los contratados, el 45% de los periodistas y el 37% de los profesionales que trabajan en comunicación ganan entre 1.000 y 2.000 euros netos mensuales. Los porcentajes se intercambian cuando se analiza el siguiente tramo salarial: el 37% de los periodistas y el 45% de los comunicadores perciben entre 2.000 y 3.000 euros al mes; el año pasado, eran un 39% los que estaban en esta franja salarial en ambos casos.

- Precariedad y *freelances*: entre los autónomos, el grupo más numeroso, el 44% de los periodistas y el 39% de los profesionales que trabajan en comunicación, cobra entre 1.000 y 2.000 euros. El 21% y el 27%, respectivamente, percibe entre 2.000 y 3.000 euros netos mensuales. Especialmente llamativo y sintomático de esa precariedad es que más de la mitad de los periodistas autónomos encuestados cobra menos de 100 euros netos por una pieza periodística (53%). En el caso de los autónomos que trabajan en comunicación, el mayor porcentaje, el 24%, cobra más de 400 euros por colaboración. Y el 19% percibe menos de 100 euros.

- Salud mental: la mayoría de los periodistas y comunicadores, ya sean contratados o autónomos, opinan que

el estado de la salud mental de los profesionales es un problema grave o algo grave. Entre los contratados, piensa así el 79% de los periodistas y el 70% de los que trabajan en comunicación. Y entre los autónomos, el 71% y el 60%, respectivamente.

- Presiones a la hora de desempeñar el trabajo: aumenta el porcentaje de periodistas que dice haber recibido presión en alguna ocasión y disminuye el que manifiesta no haber sido nunca presionado. También baja el porcentaje que afirma haberse sentido presionado en varias o múltiples ocasiones. Los directivos de los medios siguen siendo mayoritariamente quienes ejercen dichas presiones de forma habitual en los periodistas.

- Se repite un año más la mala imagen que los encuestados creen que los ciudadanos tienen del periodismo. El 82% considera que la población tiene una opinión negativa de los periodistas y el trabajo que desempeñan. Los motivos que esgrimen para esa mala imagen se mantienen con respecto a años anteriores. Es decir, el amarillismo, el sensacionalismo, hacer un espectáculo de la profesión; la falta de rigor y de calidad de la información, y los intereses económicos o políticos de los grupos editoriales.

- Confianza: por primera vez en los

últimos dos años baja la confianza de la población en la información que reciben de los medios de comunicación. Según la Encuesta de Impacto del Periodismo APM 2025, en una escala de 1 a 10, los ciudadanos la califican con un 5,4, frente al 5,7 que le dieron en los dos años anteriores (la causa principal: pérdida de credibilidad en lo publicado y excesiva identificación de los medios y los periodistas con determinadas ideologías o partidos políticos). Cabe señalar que un 34% de los ciudadanos puntúan dicha confianza con un 7 o más, un porcentaje inferior a los dos últimos años, lo que confirma la tendencia de crecimiento de la desconfianza en los medios. Según la Encuesta a ciudadanos jóvenes APM 2025, un 47% de ellos puntúa con entre 7 y 10 puntos la confianza que les merece la información que reciben de los periodistas a través de los medios de comunicación.

- Disminuye en un 3% el número de matriculados en Periodismo y Técnicas Audiovisuales en el curso 2024-2025, lo que supone 1.490 alumnos menos. Un dato que confirma la tendencia a la baja de matriculados que viene

dándose en los últimos cursos, con la salvedad del anterior (2023-2024), en el que dicha cifra se incrementó un 1%.

- Se observa un ligero aumento de mujeres en posiciones de responsabilidad, la presencia femenina en cargos directivos sigue siendo escasa. Si analizamos los puestos directivos de los 100 medios con mayor audiencia, un año más queda patente esta situación, ya que solo 19 de ellos están ocupados por mujeres, dos menos que en 2024.

Estos son algunos de los datos del *Informe Anual de la Profesión Periodística 2025*, que pediría al lector que los ponga en relación con los contenidos que les ofrecemos en este número de la revista, los cuales, en la mayoría de los casos, son respuesta y propuesta a nuestra situación profesional. La publicación del Informe ofrece una perspectiva más amplia. Esta ha sido solo una cata a modo de anzuelo sobre lo que nos ocupa y, también, preocupa.

**José Francisco Serrano Oceja**  
Director de *Cuadernos de Periodistas*