



Música para convenios colectivos

Antonio Peiró, vocal de Comunicación

El valor bursátil de los grupos de comunicación cotizados se ha depreciado en lo que va de año al ritmo general de la crisis. Las acciones de *Antena 3 TV* han bajado el 60%, las de *Vocento* y *Telecinco* el 64% y las de *Prisa* el 75% (datos al cierre de edición). No obstante, esta pérdida de valor no es incompatible con la obtención de beneficios... ni con el reparto de dividendos. Es cierto que los ingresos por publicidad van disminuyendo. Las previsiones más recientes son de *RTVE*. Su presupuesto para 2009 augura un recorte del 15%, incluido el compromiso de reducir la cantidad de publicidad a 10 minutos por cada hora.

En *Prisa* (*El País*, *la SER*, *As*, *Cuatro*) el descalabro bursátil no le ha impedido comunicar a la CNMV un beneficio neto, en los nueve primeros meses del año, de 207 millones de euros, casi un 42% más, con un incremento de ingresos por publicidad del 1,3%. Pero ha anunciado el cierre de *Localia*.

Unidad Editorial (*El Mundo*, *Marca*, *Expansión*) cerró 2007 con la compra por absorción del *Grupo Re-*

coletos. El pasado mes de mayo, su consejero delegado, Antonio Fernández-Galiano, se ufana ante la junta de accionistas de ser "el grupo español en mejor posición para hacer frente a cualquier escenario de crisis". Hasta septiembre, el grupo ha incrementado sus ingresos el 11,7% hasta alcanzar los 477 millones de euros.

En los nueve primeros meses del año, el beneficio del *Grupo Vocento* (*ABC*, *Taller de Editores*, *El Correo*) ha sido de 73,7 millones de euros, un 8,3% más que en el mismo periodo del año anterior. *Antena 3 TV* alcanzó el primer semestre un beneficio de 80 millones, un 30% menos y una caída en publicidad del 10%. Las ganancias de *Telecinco* subieron hasta casi 199 millones de euros, eso sí, un 6% menos que en el mismo periodo del año 2007. Sus ingresos por publicidad cayeron un 2,6% pero retribuyó a sus accionistas, en mayo, con un total de 321 millones de euros.

Los cinco grandes bancos tienen previsto ganar este año 15.089 millones, 260 menos que en 2007. Y el paroxismo, en *Telefónica*: repartió en mayo a sus accionistas un complemento que sumó 1.909 millones y va a prejubilar a 500 trabajadores.

Usan la crisis como pretexto

Agustín Yanel
secretario general del SPM

¿Existe algún empresario de medios de comunicación que, cuando el mercado funcionaba bien y ganaba mucho más dinero del que esperaba, decidió *motu proprio* dar una paga extraordinaria o gratificación a sus empleados? No consta. ¿Existe algún empresario de medios de comunicación que, ahora que estamos en plena crisis, intente aprovecharla para reducir la plantilla y los salarios? Sí, más de uno. La crisis económica afecta, y mucho, a todos los medios, ya sean prensa, radio, televisión o internet. Y algunos empresarios, a las primeras de cambio -es decir, en cuanto han transcurrido unos meses con menos beneficios de los que estaban acostumbrados a obtener-, han empezado a recortar gastos, salarios y plantilla. Sirvan como ejemplo, sin ser exhaustivo, estos casos:

-Los editores de *La Gaceta de los Negocios* y de la revista *Dinero* quieren prescindir de la mitad de sus 126 trabajadores y les han ofrecido una indemnización de sólo 26 días de salario por año trabajado. **SIGUE EN PÁG.3**



Ya estamos en la Federación Internacional de Periodistas

A. Yanel, miembro de la Ejecutiva FeSP

Buenas noticias: la Federación de Sindicatos de Periodistas (FeSP) forma parte ya de la Federación Internacional de Periodistas (FIP) y de su correspondiente organización europea, la FEP. Esto significa que el Sindicato de Periodistas de Madrid (SPM) pertenece a la FIP, con todas las ventajas que esto supone.

Hace años que la FIP venía pidiendo a la Federación de Sindicatos de Periodistas que ingresara en esta organización, que representa a unos 600.000 periodistas de 120 países. La FeSP -de la que forma parte el SPM- lo solicitó hace unas semanas, cuando el incremento de la afiliación a nuestros sindicatos permite hacer frente al coste que significa este ingreso, y la FIP ha acordado por unanimidad, en su última reunión, aceptar la petición. Además de la FeSP, por parte de España pertenecen a esa organización la FAPE, CCOO y ELA-STV.

La FIP fue creada en 1926 y en la actualidad es la mayor organización mundial de periodistas. Sus objetivos se pueden resumir así: promover acciones internacionales en defensa de la libertad de prensa y la justicia social, oponerse a cualquier discriminación y condenar la utilización de los

La FIP apoya a los periodistas y a los sindicatos miembros en su lucha por los derechos profesionales

medios como propaganda o para promover conflictos, defender la acción sindical y los derechos humanos y apoyar a los periodistas y a los sindicatos miembros en su lucha por los derechos profesionales.

Cualquier periodista que pertenez-



Reunión en Madrid de la Junta Ejecutiva Federal de la FeSP-A. PEIRÓ

ca al SPM o a otro sindicato de la FeSP podrá solicitar a su organización el carné de prensa de la FIP, el famoso documento de color rojo que es el único reconocido en más de 120 países, el más antiguo y el que tiene más prestigio en el mundo.

Viajar con este carné garantiza que en cualquiera de esos países se tendrá ayuda de la FIP. Además, es una garantía en las zonas de conflicto y una herramienta que facilita muchos contactos con organismos oficiales. Sólo los periodistas en activo, una vez acreditada esa condición, pueden disponer de este carné, que no es gratuito, lo que refuerza su prestigio. Distintas organizaciones de periodistas de la práctica totalidad de los países europeos, exactamente 46, pertenecen a la FIP a través de su rama en Europa. Entre ellas figuran importantes sindicatos con los que nuestra FeSP tiene buenas relaciones, como el Syndicat National des Journalistes (SNJ) de Francia, la Federazione Nazionale della Stampa Italiana (FNSI) o el Sindicato dos Jornalistas (SJ) portugués, entre otros.

El ingreso de la FeSP en la más importante organización internacional de periodistas es una prueba más del crecimiento, no tan rápido como nos gustaría pero sí de manera continua, que experimentan los sindicatos espa-

ñoles que integran nuestra organización.

Este avance de la FeSP se ve reflejado, cada vez con más fuerza, en el incremento de comités de empresa y delegados de personal de nuestros sindicatos en los medios de comunicación. En el caso del SPM, cada día son más numerosos los trabajadores

La afiliación del SPM puede solicitar el carné internacional de prensa y pedir ayuda a la FIP en más de 120 países

de distintos medios que acuden a nosotros para que convoquemos elecciones y, allí donde nos presentamos, es habitual que ganemos.

Son del SPM, entre otros, los comités de empresa de *El Mundo* y de varias empresas más del grupo *Unidad Editorial*, *Público*, *La Razón*, revistas del *Grupo Zeta*, agencia *Colpisa*, *Ediciones Reunidas* (del *Grupo Zeta*), *Metro*, diario *Negocio*, etc. Además, nuestro sindicato es mayoritario en los comités de otras empresas, como la agencia *Servimedia*, y tiene delegados sindicales en otros medios.



Federación Internacional de Periodistas

Usan la crisis como pretexto

Dueños de medios que han ganado mucho dinero aprovechan los primeros meses difíciles para reducir plantillas y salarios

VIENE DE PORTADA

-El gratuito *20 minutos* ha despedido a más de una veintena de personas.

-En el gratuito *Qué!*, del grupo *Vocento*, han anunciado recortes de plantilla en todas sus delegaciones.

-El propietario de *La Gaceta de Canarias* -periódico que se distribuye junto con *El Mundo*, aunque no es propiedad de éste- no paga los salarios desde hace tres meses y dice que ha presentado concurso de acreedores (una quiebra).

-El semanario *Gente de Madrid* ha reducido la plantilla.

-El diario económico *Negocio* ha cerrado su delegación en Barcelona, anuncia despidos y ha renegociado a la baja algunos sueldos.

-*El País* está reduciendo su plantilla mediante prejubilaciones y jubilaciones parciales.

-*Prisacom* ha reducido plantilla.

-El dueño del diario *El Mundo de Almería* -que no es propiedad del grupo editor de *El Mundo* sino una especie de franquicia de este periódico-, Joseba Murga, debe varios meses de salario a la plantilla y, además, la utiliza para confeccionar dos diarios gratuitos de su propiedad.

-El consejero delegado de *Unidad Editorial* -grupo que edita *El Mundo*, entre otros muchos medios- ha dicho públicamente que, después de "haber vivido muy bien", los medios en general tendrán que "reducir costes y plantillas".

En otros medios, pequeños y medianos, también están reduciendo las plantillas. Y los grandes grupos de comunicación han anunciado recortes de gastos y, si las cosas siguen tan

Hay propietarios de medios que se comportan como si tuviesen una fábrica de tornillos

mal como están ahora, probablemente prescindirán de una parte de sus trabajadores.

Es lógico, y positivo, que las empresas se aprieten el cinturón de los

gastos en una época de vacas flacas. Pero podrían hacerlo como en Japón: empezando por reducir temporalmente los sueldos millonarios de muchos directivos hasta que capee el temporal financiero.

Lo que no es aceptable es que algunos dueños de medios, en cuanto dejan de hacer tanta caja como estaban acostumbrados, empiecen a pagar menos a los corresponsales y colaboradores que, generalmente, ya estaban mal pagados; a no cubrir las vacantes o excedencias y recargar con ese tra-

negocio deben estar limitados por las condiciones que deben reunir para hacer posible la prestación a la ciudadanía de un servicio fundamental: el

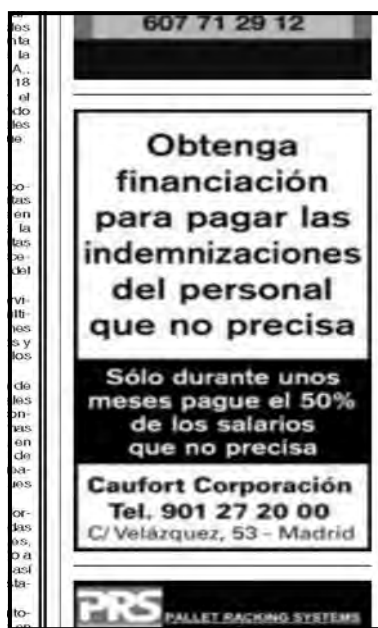
Podrían empezar por reducir temporalmente los sueldos millonarios de los directivos

derecho a la información. También se dice en él que "la información no debe ser tratada como una mercancía sino como un derecho fundamental de los ciudadanos". O, dicho en otras palabras de ese mismo Código, que las opiniones e informaciones de un medio "no deben estar mediatizadas por las exigencias de aumentar el número de lectores o de audiencia o en función del aumento de los ingresos por publicidad".

No hace falta decir que no es esto lo que piensan los editores. Para ellos, ser dueños de un medio de comunicación es lo mismo que serlo de una perfumería o de una fábrica de tornillos. Es un negocio que, además, les puede dar poder y más influencia. Y si no, que se lo pregunten a esos constructores que se meten a empresarios de periódicos sólo por sus intereses particulares.

Por eso, y porque conciben el medio sólo como un negocio, esos empresarios no dudan en prescindir de parte de sus plantillas en cuanto llega la crisis, aunque eso suponga ofrecer un producto peor a la ciudadanía y, por tanto, que no se cumpla en toda su amplitud el derecho constitucional que tiene a recibir información veraz y plural.

Estemos atentos porque se avecinan tiempos muy malos para los periodistas y, como consecuencia muy directa, para ese derecho fundamental. ¿Y todavía hay profesionales que dudan de la necesidad de estar agrupados en sindicatos y defendidos por comités de empresa? ¿Hasta cuándo vamos a estar acordándonos de Santa Bárbara sólo cuando truena en vez de organizarnos para cuando llegue la tormenta? **AGUSTÍN YANEL**



Anuncio publicado en las últimas semanas

bajo al resto de la plantilla; a incrementar el número de becarios para cubrir huecos en las redacciones... y así, un largo etcétera.

Esas situaciones contribuyen a empeorar el producto, que en este caso es la información que recibe la ciudadanía. Pero esto les preocupa poco a los empresarios.

Hace ya 15 años que la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa aprobó, por unanimidad, el Código Europeo de Deontología del Periodismo. En él se afirma que las empresas periodísticas son "empresas especiales socioeconómicas" y que, precisamente por eso, sus objetivos como

NIOS-CONVENIOS-CONVENIOS-CONVENIOS-CONVE

Importantes ventajas para las plantillas de Unidad Editorial

Agustín Yanel, es presidente del comité de empresa de *El Mundo*

Varios comités de empresa del grupo *Unidad Editorial* han firmado en los últimos meses buenos convenios colectivos para los trabajadores. En plena crisis económica de los medios de comunicación, esos comités - que son en su totalidad o muy mayoritariamente candidaturas del Sindicato de Periodistas de Madrid (SPM)- han logrado importantes ventajas para las plantillas.

El convenio del diario *El Mundo* fue el primero que se negoció y firmó, allá por julio pasado, y ha servido para que sus beneficios sociales se apliquen también en otras empresas de ese grupo.

En este caso, además de haber firmado un convenio para cuatro años que establece una subida de los sueldos por encima del índice de Precios al Consumo (IPC), se han logrado mejoras sociales como las siguientes: dos semanas más de permiso por el nacimiento o adopción de un segundo hijo, y la posibilidad de una tercera a

**Los beneficios sociales
logrados en *El Mundo* se
aplican en otras empresas
del grupo**

costa de la trabajadora; posibilidad de reducir la jornada laboral durante un tiempo superior al que establece la ley; una hora de lactancia también durante más meses que los previstos legalmente, y otras.

Además, se mantienen otras ventajas que habían sido incluidas en convenios anteriores, como 300 euros al año para el cambio de gafas o lentillas o 600 euros por el nacimiento o adopción de un niño.

Después, ya en septiembre, se firmó el convenio de *Unidad Editorial*, empresa a la que pertenecen todas las personas del citado grupo que no forman parte de las redacciones, más el departamento de Documenta-



Sede del grupo *Unidad Editorial* en Madrid-A. PEIRÓ

ción. Tras unas negociaciones que en principio fueron complicadas, la empresa acordó con el comité -integrado por 13 delegados del SPM y cuatro de CCOO, a pesar de que la inmensa mayoría de la plantilla no son periodistas- darles los mismos beneficios sociales que había logrado el SPM en *El Mundo*. Además, se negoció un plan para homologar los salarios entre el personal que provenía de *Recoletos* con el de *Unidad Editorial*.

A ese convenio se adhirieron posteriormente los delegados sindicales de *Mundinteractivos* -otra empresa del mismo- también de una lista del SPM.

El comité de la empresa que edita las revistas de *Unidad Editorial* -integrado por CCOO y el SPM- con-

**Se ha negociado un plan
para homologar los
salarios del personal que
provenía de *Recoletos* con
el de *Unidad Editorial***

tinúa negociando su convenio. Anunciaron paros parciales pero, tras diversas conversaciones del SPM con la empresa, llegaron a un preacuerdo y los desconvocaron.

El comité del diario deportivo *Marca* (de CCOO) también está negociando su convenio. Pidieron una equiparación a los salarios y a otras ventajas de la plantilla de *El Mundo* y, para presionar, convocaron varias jornadas de huelga. El SPM se solidarizó con esos trabajadores e informó a todas las empresas del grupo *Unidad Editorial* de sus acciones de protesta. Tras parar un día, la empresa llegó a un principio de acuerdo con los representantes de los trabajadores, que esperan concluir en breve la negociación del nuevo convenio colectivo.

Cierra *El Mundo de Almería*

El viernes 14 de noviembre ha sido el último día que se ha publicado este diario que no es propiedad de la empresa editora de *El Mundo* pero que salía con el mismo formato como franquicia. El dueño, el constructor Joseba Murga, después de varios meses sin pagar los salarios y de una gestión absolutamente incompetente, ha despedido a la plantilla, de más de 30 trabajadores, reconoce un despido improcedente y anuncia que depositará en cuenta judicial indemnizaciones de 45 días por año trabajado, pero ha dicho a los trabajadores que no lo hará. La plantilla ha puesto el caso en manos de un abogado.

NIOS COLECTIVOS-CONVENIOS COLECTIVOS-CON

Jóvenes y sobradamente cabreados

Comité de empresa del SPM de *Público*

El comité de empresa de *Público* es un comité joven, como el propio diario. Por esta razón, mientras otros compañeros piden a sus empresas medidas que mejoren su calidad de vida, nosotros todavía estamos en la fase de exigir que se cumpla el Convenio General de Prensa. Esto, que debería ser automático, dista mucho de ser real.

En *Público*, cuando la mayoría de la plantilla ya lleva contratada 15 meses, nadie ha cobrado por los domingos trabajados o la nocturnidad, entre otros conceptos. Por esta razón, en nuestro programa electoral, proponíamos como puntos principales el cumplimiento de la norma y eso es lo que le transmitimos a la empresa en la primera toma de contacto, poco antes del verano. Su respuesta se retrasó hasta el pasado mes de octubre, por motivos internos relativos a cambios en la dirección del periódico.

La empresa no cumple ni el convenio estatal de prensa diaria

En esta primera reunión “seria” la crisis fue la gran protagonista. Se nos resaltó cómo estaba el sector de la prensa escrita antes de pasar a contestar a cada una de nuestras peticiones. El primer punto se refería a la subida del IPC y la empresa nos sorprendió anunciando una subida retroactiva (desde enero de 2008) por este concepto. El resto de las peticiones fueron denegadas, por ejemplo una mínima ayuda en las comidas (la zona dónde está la empresa hace complicado a los trabajadores desplazarse a comer a sus domicilios y el menú del día más barato, de un restaurante pequeño que se llena en seguida, asciende a 11 euros) o recibidas con largas (se adujo, por ejemplo, una falta de datos para ni siquiera evaluar la posibilidad de pagar los domingos de 2007 y se dijo que se estudiaría lo de 2008 si se conseguía recopilar los

datos). En cualquier caso, la empresa hizo hincapié en la subida retroactiva del IPC como una gran noticia “en los tiempos que corren” y un premio, además, a nuestro esfuerzo.

Puesto que somos conscientes de que negociar un convenio será algo complicado, en esta primera reunión nos limitamos a recoger sus respuestas para transmitir las a los trabajadores y, en asamblea, valorar posibles acciones reivindicativas. De forma previa a dicha asamblea se comunicó la única buena noticia: la subida retroactiva del IPC. Nuestra sorpresa vino días después, cuando ya se había hecho efectiva dicha subida y quedaba pendiente de recibir el importe correspondiente a los meses de enero a octubre. Un día antes de la asamblea, la empresa nos comunicó que “había habido un error de comunicación” y que anulaban el efecto retroactivo. En la siguiente reunión, tras la asamblea y el lógico cabreo de los trabajadores, los representantes de la empresa fueron claros: en los tiempos que corren (parece que sólo corren para ellos) nos deberíamos alegrar de que se mantuviera el porcentaje fijado inicialmente y que se aplicara desde octubre. También, nos dijeron, cumplirán la Ley y se pagarán los domingos, aunque todavía no se ha hecho. Al comité de empresa de *Público*, por lo tanto, le queda un larguísimo y duro camino por recorrer.

TERCER CONVENIO COLECTIVO ESTATAL DE PRENSA DIARIA

Tiene vigencia, retroactiva, desde el 1 de enero de 2007 hasta el 31 de diciembre de 2010. Son 43 páginas en las que se regulan conceptos como antigüedad (suprimida en el 1er. Convenio), nocturnidad, plus por trabajo dominical, incrementos salariales para el periodo, pagas extra, vida familiar, derechos sindicales, tipos de contrato y periodo de prueba, tiempo de trabajo y descanso o salarios mínimos. Puedes consultarlo íntegramente en la web del SPM (sindicato-periodistas.es), en la sección “Documentos básicos”

Mejora del poder adquisitivo en la agencia *Colpisa*

Elisa García, forma parte del comité de empresa de *Colpisa* y de la Ejecutiva del SPM

El Primer Convenio de la *Agencia Colpisa* mejora el poder adquisitivo de los salarios. Después de quince sesiones negociadoras y varios meses de debate, la dirección de *Taller de Editores, S.A.* y el comité de empresa (SPM) han firmado el acuerdo, que también será válido para el personal de las revistas de la compañía (*El Semanal, Mujer de Hoy*, suplementos de televisión, etc.)

El convenio tiene una vigencia de tres años, 2008-2010. En este ejercicio el incremento salarial es del 4,2%, igual a la evolución de los precios en 2007. En el segundo, la subida será la inflación pasada más 0,10%. Para el tercero se establece una escala, en función de los resultados, pero siempre garantizando el índice de precios al consumo del año anterior.

Con independencia de los salarios, la ganancia de poder adquisitivo también queda recogida en el aumento de los vales de comida a 9,5 euros diarios. Como novedad se cobrarán por este concepto 4,5 euros por cada sábado y domingo trabajado durante 2008, la cantidad subirá a 6,5 en 2009 y llegará a 9,5 euros en 2010.

Otras ventajas sociales consisten en un día más de asuntos propios, que se suman a los dos existentes. Además, la aplicación de estas libranzas se flexibiliza de manera que pueden cogerse junto a fines de semana. Asimismo se amplía en un día el permiso retributivo por enfermedad familiar y se introduce la jubilación parcial.



Gran Vía 31, 8º, dpcho. 26-MADRID 28013
Teléfono y Fax: 91 521 76 17 Móvil 686.606.654
secretaria@sindicato-periodistas.es
www.sindicato-periodistas.es

ENTREVISTA / MAGIS IGLESIAS, NUEVA PRESIDENTA DE LA FAPE

“Hay que trabajar el discurso ético y luchar contra la precariedad”

Manu Mediavilla, vocal de Igualdad y Acción Sindical

En entrevista con “Luz y Taquígrafos”, la nueva presidenta de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), Magis Iglesias, destaca sus objetivos claves y aboga por el consenso en torno a un Estatuto Profesional “posible”, pero descarta volver al Foro de Organizaciones de Periodistas.

PREGUNTA. ¿En qué se va a notar que la FAPE tiene la primera presidenta de su historia?

RESPUESTA. Las mujeres están ya integradas en el mundo laboral periodístico, pero no en cargos directivos, de responsabilidad y de representatividad. Mi empeño es que también estén ahí. Las que hemos tenido la oportunidad de llegar a esos puestos, tenemos la obligación de no comportarnos con pautas masculinas y de garantizar (para eso se ha elegido a tres vicepresidentas) que siempre haya mujeres en la dirección. Y también se va a notar en los objetivos, programas y compromisos. Las mujeres tienen otra realidad, y hay que asumirla. Son el 60% en las Facultades.

P. La hora de las mujeres.

R. La igualdad no es un objetivo exclusivamente femenino. Todas sabemos nuestros problemas, pero hay que trabajar y solucionarlos con los hombres; si los excluyes, no consigues nada. Debemos intentar convencer para vencer.

P. Pero la conciliación entre la vida laboral y personal sigue pendiente.

R. Los hombres todavía no concilian. Pero todos, nosotras y ellos, necesitamos tener nuevos horarios. Con la excusa de que no somos funcionarios, nos utilizan como chicos y chicas para todo a todas horas. El abuso se ha hecho norma. Empezamos a las 9 de la mañana, como los europeos, y terminamos a las 9 de la noche, como los españoles.

P. ¿Llegaremos a ser europeos en eso?

R. Es posible lograrlo, porque ya lo hacen medios europeos de prestigio. Me gustaría inyectar a la FAPE un espíritu idealista, luchar por lo imposible para conseguir lo posible.

P. No sería poco tal como está la profesión.

R. Hay que buscar un punto de partida de dignidad. Tenemos mucho que defender, porque la profesión y el periodismo de calidad están en peli-



Magis Iglesias es periodista parlamentaria-A.PEIRÓ

gro de extinción. El periodismo está ahora vinculado a la precariedad, y la defensa laboral es también defensa profesional. Hay que “acercar” las redacciones a las organizaciones, saber qué piden los compañeros. Mientras hablábamos del sexo de los ángeles, la gente estaba sin contrato o en precario, sufría abusos y la calidad periodística se depauperaba.

P. Menuda herencia.

R. Me preocupa mucho el legado que estamos dejando, y también que las nuevas generaciones no sientan la necesidad de cambiar las circunstancias profesionales. No podemos aceptar la precariedad, ni una rebaja del nivel de exigencia ética; no podemos ser acrílicos con los jefes ni con las fuentes; hay que ser exigente para que te respeten. En cambio, estamos dejando que se impongan la superficiali-

dad, la frivolidad, el amarillismo y la búsqueda de la cantidad en vez de la calidad. Hay que distinguir dónde está el buen periodismo, pero abundan el espectáculo y la basura, el interés político y el periodismo de trincheras.

P. ¿Qué condiciones ha de cumplir la autorregulación para que pueda ser eficaz?

R. Lo primero, que los empresarios sientan respeto por el trabajo de los periodistas, que no fabrican mortadela ni tornillos, sino que manejan un material valioso, la información, regulado en la Constitución como un derecho ciudadano. Si esa conciencia llegase a ellos, y los periodistas nos lo creyésemos, confluiría en la autorregulación. Tenemos que trabajar el discurso ético y luchar contra la precariedad.

P. Una lucha más necesaria con la actual crisis.

R. Los rasgos son comunes en todas partes: acuerdos personales, despidos de mandos intermedios, al final expedientes de regulación de empleo. Los estudios sobre la prensa escrita ponen los pelos de punta, y deberíamos preguntarnos dónde están los resultados de cuando subía la publicidad. Ya teníamos precariedad. Pero ahora el sector está al borde de la catástrofe.

P. ¿Y qué piensa hacer la FAPE?

R. Lo primero, trabajar con los sindicatos; si no, estaremos cojos. Y lo segundo, pedir una declaración de sector estratégico, porque los medios cumplen un papel constitucional. Voy a llamar a la unidad.

P. ¿Habrá consenso sobre el Estatuto Profesional?

R. Dividirnos me parece peligrosísimo. Lo primero es defender la profesión, que está en riesgo. No hay que perderse en discursos teóricos ni en pelearnos. Si el Estatuto nos va a dividir, lo dejo en la cola de mis prioridades. Todos tenemos que empujar en la misma dirección. Vamos a por lo posible antes que desangrarnos en el camino.

P. ¿Volverá la FAPE al Foro de Organizaciones de Periodistas?

R. Quiero evitar todo lo que cause traumas, buscar puntos de unión y de consenso.

El SPM teje redes igualitarias en Perú

Encuentro sobre el tratamiento informativo de la violencia machista

Luz y Taquígrafos

En su declarado compromiso con la igualdad, el Sindicato de Periodistas de Madrid (SPM) sigue colaborando con iniciativas nacionales e internacionales para conseguir esa meta, en cuya promoción pueden jugar un papel decisivo los medios de comunicación. La última experiencia ha sido un encuentro de nuestro vocal de Igualdad, Manu Mediavilla, en Lima con periodistas locales sobre el tratamiento informativo de la violencia machista. El debate profesional sirvió de colofón a la presentación del "Informe Nacional sobre Femicidio en el Perú", elaborado por las organizaciones feministas Demus (Estudio para la Defensa de los Derechos de la Mujer) y Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán.

El encuentro periodístico, promovido por Demus y celebrado en su sede limeña, reunió a representantes de media docena de medios peruanos, y contó con la participación de la secretaria general de la Asociación Nacional de Periodistas del Perú, Zuliana Lainez. El contexto para el debate lo dibujó la abogada y coautora del informe Patricia Sarmiento, cuya investigación rastrea las noticias publicadas en la prensa para llenar el vacío estadístico oficial sobre esa terrible lacra. En promedio, nueve mujeres son asesinadas cada mes en ese país, aunque la cifra se queda bastante corta de la realidad, ya que el estudio sólo cubre todavía un tercio del territorio.

La abogada de Demus llamó la atención sobre la frecuente impunidad de los agresores (el 82% eran personas conocidas y del entorno social y afectivo de las víctimas), que en un 45% de los casos permanecían prófugos cuando la prensa informó del asesinato. Sarmiento, que descartó

que fueran enfermos mentales, alertó contra el "discurso justificatorio" que suelen exhibir, que por una parte pretende "reculpabilizar" a la víctima y, por otra, es esgrimido habitualmente como argumento atenuante en su defensa legal.

Lo más inquietante, añadió la periodista Mabel Barreto, consultora de comunicación de Demus, es que los medios reproducen ese discurso al poner "énfasis en los móviles" declarados por los agresores -como los celos o una supuesta infidelidad-, a modo de "justificación" de sus críme-

chista saltara al ámbito social- como en la concienciación periodística. Pero persisten, aclaró, graves fallos en el tratamiento informativo, que sigue pecando muchas veces de sensacionalismo, dando excesiva cabida a teorías disculpatorias y apoyándose demasiado en fuentes policiales y en testimonios parciales del vecindario sobre la simpatía del presunto asesino, cuando en el perfil del maltratador es habitual que su don de gentes en público tenga "otra cara" privada de agresividad y violencia.

En el lado positivo, el vocal de Igualdad del SPM destacó el compromiso político, legislativo y asociativo en España para enfrentar esa lacra social, que se tradujo en 2004-2005 en la Ley Integral contra la Violencia de Género y en crecientes mecanismos (teléfono 016 de información, juzgados especializados, órdenes de alejamiento de agresores y de protección de víctimas, nuevas tecnologías de vigilancia, unidades de evaluación de riesgo, servicios de acogida, etc.) para hacerla realidad.

Otro gran paso adelante ha sido el compromiso ciudadano, simbolizado por el profesor Jesús Neira o el universitario valenciano Daniel Oliver, uno herido grave y otro fallecido por defender a dos mujeres maltratadas. Pero quedan, añadió, importantes retos pendientes. También en el ámbito informativo, en el que abogó por publicar "algo más que cifras" y favorecer el análisis y la reflexión. Y apuntó tres sugerencias: informar de los hechos con su trasfondo de desigualdad, poner el acento en el castigo a los agresores más que en el relato morboso de los detalles del asesinato, y enfatizar que los crecientes recursos para las víctimas hacen que el túnel de la violencia machista tenga salida para las mujeres que denuncian.



Participantes en el encuentro en Lima-LyT

nes. La falta de estadísticas oficiales sobre violencia de género acentúa la invisibilidad social del problema y hace más difícil combatirlo, remachó. De ahí, apuntó la directora de la organización feminista, María Ysabel Cedano, la importancia de los medios de comunicación, máxime cuando están en juego conceptos y derechos relacionados con la sexualidad, el cuerpo o la imagen de las mujeres que son claves para la autonomía femenina.

La experiencia española

En contraste con ese escenario, señaló Manu Mediavilla, la experiencia española ha avanzado algo más, tanto en la sensibilización ciudadana -el espanto por el caso de Ana Orantes en 1997 hizo que la violencia ma-

Las mujeres, las más perjudicadas por la precariedad en la profesión

Teresa G. Espejo, afiliada al SPM, trabaja en la agencia *Ameco Press*

En los últimos años la lucha por la igualdad se ha reforzado desde distintos ámbitos, uno de ellos, el periodístico, tratando de utilizar un lenguaje no sexista y mejorar la representación de las mujeres. Pero estos propósitos no tienen valor, son incoherentes mientras la profesión periodística, que vive una creciente feminización, se conciba desde una óptica masculina.

En 2007, el 79,8% de las titulaciones de periodismo concedidas en España correspondieron a mujeres, y también superan en número a los hombres en las redacciones. Esta tendencia a la feminización ha contribuido a que hayan pasado de ocupar el 17% de los altos cargos en los medios en el año 2000, al 22% en 2007. A la vista de los datos parece que se esté produciendo

El proyecto de estatuto profesional regula en masculino el sector

una evolución positiva para las periodistas, pero no es así. El periodismo es uno de los sectores laborales más precarios, tanto por sus condiciones de trabajo, como por la falta de reconocimiento que hay en España hacia quienes se dedican a este oficio. Las consecuencias de esta lamentable situación son todavía peores para las periodistas. Por eso, hay muchas cosas que no se entienden; como el hecho de que una profesión plagada de mujeres proponga un Estatuto del Periodista Profesional que regule en masculino el sector porque ni incluye la perspectiva de género en su nombre ni en su in-

terior, cuando debería velar porque se respeten los derechos de las y los periodistas, imponer la visión de género en los convenios colectivos y hacer cumplir a las empresas periodísticas lo establecido en la Ley de Igualdad.

Urbaneja deja la FAPE sin comprender

Antonio Peiró

Se ha marchado Fernando González Urbaneja de la presidencia de la FAPE al cumplir su mandato y ha dejado como legado una conferencia-artículo titulada "La credibilidad de los medios". Asegura que "a la profesión le preocupa más la precariedad y el paro y los bajos salarios, tal y como reflejan las encuestas, que la buena práctica, que la reputación social y la credibilidad. Y es un error grave de apreciación, de prioridades mal colocadas". Sorprende desde el sindicalismo periodístico que, a estas alturas, sigan circulando estos fundamentos *misioneros* del periodismo.

Para alcanzar nuestra función social, los periodistas necesitamos seguridad. Por supuesto, que no nos censuren, encarcelen o maten, como ocu-

rrer en tantos lugares. Pero también, ejercer en condiciones dignas porque el precario es dócil; vulnerable a las órdenes sin ética, al salvajismo mediático, a la exclusiva rentabilidad económica, a la basura informativa; esclavo de los índices de audiencia; indefenso en la batalla que libramos contra la manipulación y frente al periodismo-orquesta y el de notas de prensa. Reivindicaciones laborales, económicas y profesionales son un todo para el SPM y la FeSP. Fernando G. Urbaneja mira desde arriba y no comprende las preocupaciones de los trabajadores del periodismo. Su apología autorreguladora para el periodismo tiene el mismo valor que en los terribles mercados financieros. Un mensaje con menos futuro que la crítica de arte, aunque los *neocons* siempre lo intentan.

X ANIVERSARIO DEL SPM

Cumpleaños muy feliz

Ángel Gonzalo, vicesecretario general

Hace 10 años un grupo de periodistas, hombres y mujeres como tú, sin apenas experiencia sindical, se juntaron para defender sus derechos laborales. Algo tan básico en otras profesiones como tener un contrato de trabajo, cobrar un sueldo digno, hacer 40 horas semanales, disponer de vacaciones pagadas y no trabajar noches o fines de semana sin compensación eran una quimera en el ejercicio del periodismo.

Hoy muchas de esas injusticias aún continúan, pero hay una gran diferencia. Cuando alguien tiene un problema, tiene también un lugar al que dirigirse para solucionarlo. Cuenta con el respaldo de un sindicato propio, con amplia experiencia, donde le asesoran. Ya no se trata sólo de un grupo de hombres y mujeres con buenas intenciones, sino casi 100 delegados sindicales, más de 300 afiliados y una representación estatal con la FeSP que hace que nuestra voz suene más fuerte.

En este décimo aniversario me encantaría regalar a quienes crearon el SPM un plan de trabajo plagado de actividades y una lista de nombres de personas dispuestas a asumir compromisos sindicales. Sin embargo, me temo que no podré hacerlo porque, después de 10 años, son prácticamente las mismas personas las que siguen tirando del carro sindical. Por eso tendrán que conformarse con mi reconocimiento a su labor y con el orgullo que me produce acompañarles en esta tarea, aprendiendo de su capacidad de sacrificio altruista. Al resto, como estamos de cumpleaños, os regalo una invitación a pasar por nuestra sede e implicaros en nuestro trabajo que también es el vuestro. Incluida la creación, organización y colaboración en los actos conmemorativos que preparamos para 2009.