

ENTREVISTA | Josep Carles Rius Periodista

‘El periodismo debe estar al servicio de la gente’

ÁLEX SALDAÑA

- Mañana (19.30 horas, en la Llibreria La Rambla) presenta en Tarragona ‘Periodismo en reconstrucción’ (Universitat de Barcelona, 2016).

¿Hay que reconstruir el periodismo para salvarlo de la crisis que sufre?

- Hay que aclarar si hablamos de crisis del periodismo o de la crisis de un modelo. No creo que haya tanto una crisis del periodismo, porque, de hecho, hay muchos periodistas y nuevas plataformas que están haciendo muy bien las cosas. Pero sí estamos ante la crisis de un modelo por los grandes errores que se cometieron contra la credibilidad.

-¿A qué grandes errores se refiere?

- El principal fue perder la proximidad con el lector, situarse más cerca del poder que de los lectores. Han pasado muchas cosas en los últimos años y el ciudadano ha tenido la percepción de que los medios no le han defendido. También ha habido errores de gestión de la prensa.

-¿Es posible recuperar la confianza de los ciudadanos en el periodismo?

- Sí, hay tres factores que ya empujan hacia esta dirección. Uno es que hay una sociedad movilizadora que planta cara al poder y que pide una prensa libre e independiente. En segundo lugar, cada vez surgen más periodistas que van a contracorriente y defienden su espacio de libertad, con lo que han logrado tener más credibilidad que las cabeceras para las que trabajan. Y luego está el nacimiento de verdaderas alternativas con horizontes éticos.

- Habla de una prensa libre e independiente. ¿Cómo lograr la independencia de los medios cuando el dinero que los mantiene llega del poder, ya sea político o económico?

- Buscar la independencia tiene que ser una actitud. Una redacción es un espacio de debate intelectual donde tiene que haber una tensión con la empresa. Hay que presentar batallas, aunque algunas se pierdan. Un periodista tiene que saber que esto forma parte de su profesión, debe entender que tiene



Josep Carles Rius presenta mañana en Tarragona su libro ‘Periodismo en reconstrucción’. FOTO: CEDIDA

PERFIL | Josep Carles Rius i Baró (Valls, 1956) es un periodista de dilatada trayectoria. Es presidente de la Fundació Periodisme Plural, responsable de Eldiario.es en Catalunya y profesor en la UAB. Entre otros cargos, ha sido decano del Col.legi de Periodistes de Catalunya, subdirector de La Vanguardia, redactor jefe en El Periódico, redactor de Economía en El Noticiero Universal y en TVE, director de Público en Catalunya...

una función social y que su deber es verificar la información y explicar lo que el poder no quiere que se sepa. Si no, no es periodismo, es otra cosa. El medio que entienda esto es el que tendrá futuro, porque, a diferencia de lo que sucedía antes, el lector ahora tiene alternativas y puede elegir.

redacciones porque muchos editores han optado por la receta fácil en lugar de buscar cambios de modelo. Ha habido decisiones absolutamente equivocadas, como la de prescindir del principal patrimonio, que son las personas. Hay que mejorar la calidad y buscar fórmulas para que sea rentable.

puede acabar dañando la marca. Es un error y tiene grandes efectos nocivos. El *New York Times* ha hecho una reflexión sobre esto y ha decidido apostar por la información de calidad que fomente la implicación de los lectores. Por el prestigio, la confianza en la calidad y en lo útil, no en un ‘like’ viral basa-

El principal error de los medios fue estar más cerca del poder que de los lectores

El periodista tiene una función social y debe contar lo que el poder no quiere que se sepa

Si el ciudadano quiere buena información debe implicarse con los medios

- Es una tarea complicada, más en tiempos de inestabilidad laboral y tanta precariedad.

- Este es el drama. Se ha producido una tormenta perfecta de una crisis que hunde el modelo de negocio y repercute en las

- Hablamos de calidad, pero, ¿no han perdido los medios, sobre todo los digitales, los papeles en esa pelea por la audiencia y los ‘likes’ en la que parece que todo vale?

- Sí, sobre todo porque esa búsqueda de la audiencia como sea

do en fotos de gatitos.

- Pero se buscan porque si no eres el líder, no existes.

- Esto es una excusa. La supervivencia de los medios depende de los lectores, de que éstos los consideren útiles hasta el pun-

to de que se impliquen en su financiación porque crean necesidad a su existencia. Esto se consigue con buen trabajo, con credibilidad y logrando que el medio sea una herramienta útil para defender los valores de los lectores. Esto se consigue, en definitiva, con periodismo, no con la burbuja del ‘like’ pasajero que no aporta nada.

- ¿Cómo hacer rentable un medio digital, cuando se ha acostumbrado a la gente a que todo es gratis?

- Hay que hacer entender a la gente que la anécdota, el ‘like’ fácil, los gatitos, la parte que es entretenimiento, puede ser gratis, pero la información de calidad no puede serlo. Y si lo es, hay que preguntarse quién la paga —porque alguien la paga, ya sean los bancos, los partidos políticos...— y qué intención tiene con ello. Si el ciudadano quiere información de calidad tiene que implicarse, hay que establecer una alianza entre los periodistas y la sociedad.

- ¿Y eso funcionará?

- Ya lo hace. Por ejemplo, *eldiario.es* ya es un referente a nivel internacional, porque se financia a través de los lectores. Pero la novedad es que no pagan para acceder a la información, que está abierta a todos, sino que pagan para que el diario exista. Esta es la gran aportación. Surgen entidades sin ánimo de lucro con mucho futuro, al entender el periodismo no como un negocio, sino como un servicio a la sociedad. El futuro pasa por aquí.

- ¿Es ésta la fórmula mágica para superar la crisis de la prensa?

- La prensa es ahora un gran laboratorio que busca fórmulas para salir del bache, porque nadie las tiene. Pero la victoria de Trump ha hecho que la sociedad americana se haya dado cuenta de la importancia de una prensa libre e independiente y se han disparado las suscripciones al *New York Times*. Esto ha servido para empezar a salir a flote. Pero sólo lo harán los medios y los periodistas que tengan credibilidad, que serán más necesarios que nunca. Para ello el periodismo debe ponerse al servicio de la gente.

- ¿Cómo ve el futuro?

- Soy profundamente optimista. Hemos pasado por una situación durísima que desde el punto de vista democrático ha traído mas transparencia. Los medios han perdido la impunidad que tenían y el lector puede elegir. Veo a periodistas muy implicados y existe una gran facilidad de crear medios alternativos que pueden influir en las agendas de información.