

# Renacimiento del Periodismo

Nuevas tecnologías al servicio de su esencia

Miguel Ángel Sánchez de la Nieta



ECO  
EDICIONES

EUNSA

# ÍNDICE

<b>Presentación</b> .....	11
<b>Capítulo 1. EL ACTUAL HÁBITAT DEL PERIODISMO</b> .....	15
Televisión, comercialismo y el imperio del <i>inforainment</i> .....	17
La prensa yerra en su estrategia de contenidos y su <i>tempus</i> mediático .....	20
¿Todos somos periodistas? .....	24
<b>Capítulo 2. LO QUE HACE DIFERENTE AL PERIODISMO</b> .....	27
El toque de distinción del periodismo .....	29
Entonces y ahora .....	31
Una nueva vitalidad para el mejor periodismo .....	32
<b>Capítulo 3. LA VERDAD POSIBLE DEL PERIODISMO</b> .....	35
Verdad y verosimilitud cohabitan en la red .....	36
La paradójica defensa de la verdad .....	38
La verdad accesible al periodismo: la verdad literal .....	43
La verdad accesible al periodismo: la verdad como proceso .....	46
<b>Capítulo 4. LA OBJETIVIDAD, ¿CATEDRAL SIN ALMA?</b> .....	53
Mostrando la guerra con ojos británicos .....	56
La reacción del <i>descriptivismo</i> y los síndromes de la objetividad .....	61
Acedia oficialista .....	63
Una ilustración alternativa: la objetividad está en el método .....	66
Del despido de los verificadores al «hágalo usted mismo» .....	73
<b>Capítulo 5. INDEPENDENCIA Y COMERCIALISMO</b> .....	77
El <i>status quaestionis</i> de la independencia periodística .....	78
Prudencia ante el dinero: la dependencia de la propia empresa .....	86
Reverencia ante el poder: la dependencia oficialista .....	92
Rentabilidad e independencia .....	98

<b>Capítulo 6. CIUDADANOS BIEN INFORMADOS, ARISTÓCRATAS DE LA DEMOCRACIA</b> .....	103
La información periodística como bien público .....	105
Lealtad al ciudadano .....	110
La brillante intuición del <i>Civic Journalism</i> .....	113
<b>Capítulo 7. VITALIDAD DIGITAL DEL PERIODISMO DE SIEMPRE</b> .....	119
Batiendo la leche: la filosofía del Always Beta .....	120
Disciplina de verificación: ¡el método es posible! .....	125
Verdad y contraste digital: <i>Work in progress</i> .....	132
La doble rentabilidad de los <i>círculos de confianza</i> .....	136
La gestión de audiencias como cimiento de la comunidad.....	141
<b>Capítulo 8. DE LA CUNA A LA TUMBA</b> .....	147
<b>ANEXOS</b> .....	155
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	161

## PRESENTACIÓN

Eran las cuatro de la tarde del 12 mayo del año 2008. Las clases en las escuelas infantiles de Chengdu (capital de la provincia de Sichuán, al suroeste de China) acababan de reanudarse. De repente, en el sereno silencio de una tarde de colegio, los pupitres empiezan a tambalearse. Era el comienzo de dos minutos de pesadilla, los dramáticos instantes que precedieron a uno de los mayores terremotos de la historia. Murieron 87.000 personas y más de cuatro millones quedaron sin hogar. La violencia registrada en el epicentro (cerca de 8 grados en la escala Richter) hizo que muchos edificios se vinieran abajo. Entre ellos, la mayor parte de los colegios públicos: murieron miles de niños bajo unos edificios cuyos cimientos no estaban preparados para tamaña embestida.

Casi cinco años después, el sábado 20 de abril del 2013, esta vez a las 9 de la mañana, un nuevo terremoto sacude Sichuán. La magnitud del seísmo es semejante a la de su predecesor, Sin embargo el número de víctimas es muy inferior: 200 muertos y cerca de 11.000 heridos.

Muchos expertos comentaban al día siguiente de esta segunda tragedia que el gobierno chino había aprendido la lección y se había puesto manos a la obra de inmediato para que, en lo que estaba de su mano, se minimizaran los efectos de los frecuentes temblores que con frecuencia, se repiten en esta zona, la cuarta más poblada de China.

En el mundo del periodismo, la catástrofe del 2008 en Sichuán es muy citada por quienes se dedican a pensar y escribir sobre la profesión. En un país que controlaba entonces y controla todavía la información, la mismísima cadena británica BBC –con cientos de corresponsales por todo el mundo y suscrita a las principales agencias de noticias– se enteró del seísmo a través de Twitter. Durante días, los medios tradicionales informaron con cuentagotas: en gran parte, tan solo podían hacerse eco de lo que la gente de a pie, los supervivientes

de Sichuán, podían contar a través de las redes, antes de que ningún periodista pudiera tener acceso libre al escenario de los acontecimientos. Otro seísmo empezaba a dejarse notar en el mundo del periodismo<sup>1</sup>.

Esta profesión centenaria empezaba a notar, ya por aquel entonces, las primeras sacudidas del terremoto de la revolución digital. Un temblor que aún hoy le tiene tambaleante, descolocado, fuera de sitio. No encuentra estabilidad y nadie es capaz de asegurar que la tierra bajo sus pies no volverá a agitarse. La liberalización de la capacidad de informar a públicos masivos ha democratizado el mercado de los informadores y el periodismo ha perdido el monopolio de contar noticias al público. La oferta informativa se globaliza y el periodismo no es capaz de distinguirse con claridad de quienes la ofrecen *gratis data*.

Así que, como hiciera el gobierno chino en su día, el periodismo tiene necesidad de reconstruirse, atender a la fortaleza de sus estructuras, reforzar sus cimientos para evitar más derrumbes. El presente libro es una propuesta en esa línea.

No obstante, entiendo al lector que piense que leer un libro sobre periodismo en los inicios del siglo XXI es como comprar un yogurt que caduca al día siguiente. El trepidante ritmo al que aparecen nuevas tecnologías de la comunicación hace difícil tomar una foto fija de la profesión que valga algo de aquí a unos años. Quien esto escribe es consciente de esta dificultad. Pero también, como seguramente el lector escuchó de niño aquel clásico de la literatura universal infantil —el cuento de los tres cerditos— y, con los años, aprendió la metáfora que se escondía tras la tragedia provocada por el violento soplido del lobo —esta vez no fue un temblor de tierra— sobre las evanescentes viviendas de dos de los cerditos: era importante construir cimientos sólidos en toda actividad humana.

Por cierto, que el relato que algunos atribuyen al escritor australiano-inglés Joseph Jacobs (1854-1916), siempre me ha parecido un plagio —disculpable

1. Es interesante ver cómo siete años después, el escenario comunicativo sigue cambiando a un ritmo vertiginoso. El 25 de abril de 2015 otro terremoto sacudió Nepal. Las primeras imágenes llegaron pronto, muy pronto, y las dimensiones de la catástrofe se hacían evidentes en la ciudad de Katmandú y alrededores. En las laderas del Everest se habían producido corrimientos de tierra y aludes que habían sepultado a varias decenas de expedicionarios. Uno de los testimonios más conmovedores de esos días son las declaraciones de una alpinista desde el mismo lugar donde acababa de suceder la avalancha: se grabó a sí misma y envió las imágenes con su *smartphone*. Lo mismo hicieron otros montañeros: tomaron vídeos de lo sucedido, algunos de los cuales fueron emitidos ese mismo día por las televisiones. Mientras el acceso a muchas localidades se hacía imposible, las redes sociales fueron capaces de pasar por encima de los escombros y contar de primera mano lo que allí sucedía.

por su finalidad educativa infantil, pero plagio al fin y al cabo— de una parábola evangélica pronunciada muchos siglos antes: «cayó la lluvia, vinieron los torrentes, soplaron los vientos y azotaron aquella casa; pero no se cayó, porque había sido fundada sobre la roca» (Evangelio de San Mateo, versículo 25 del capítulo séptimo).

La profesión periodística lleva ya unos años recibiendo embates similares a esas lluvias, vientos y torrentes. Embates que vienen de dentro y de fuera: coyuntura económica adversa, crisis de la publicidad, disminución de los índices de lectura, primacía de la información-espectáculo, etc. Todo ello en medio del vendaval continuado de nuevas herramientas tecnológicas que, como el viento en la orientación de las veletas, cambian las rutinas de trabajo del periodista pero, sobre todo, las costumbres de consumo de las audiencias. Y no hay pronóstico de cambio meteorológico, así que conviene reforzar los cimientos. Así en el primer capítulo, trataré de hacer una breve síntesis de los rasgos fundamentales del actual escenario mediático en el que se desarrolla el periodismo. Desde sus orígenes y durante largos años la profesión ha estado ligada a la prensa, y este medio de masas ha conferido una personalidad propia al periodismo. Pero la llegada de los medios audiovisuales desplazó su monopolio, y en estos tiempos incluso cuestiona su subsistencia con argumentos contundentes. Si la televisión lo desbancó primero con su encumbramiento a principal medio informativo, hoy es Internet y las redes sociales quienes amenazan a la televisión como principal informadora.

Precisamente son las facilidades que da Internet, no solo para informarse sino también para informar, las que hacen preguntarse a muchos sobre la necesidad de esa mediación profesional que llamamos periodismo. Si el usuario puede entrar en contacto inmediato con los testigos de cualquier evento a través de redes como Twitter o Facebook, ¿no será entonces que cualquiera puede ser periodista? ¿No será que un particular, bien situado y equipado con unas aplicaciones concretas, se convierte en periodista *ad casum* cuando sucede algo relevante? Y entonces, ¿acaso somos todos periodistas?

En medio de la explosión de informantes desencadenada por Internet, el periodismo parece diluirse en la arena de una feroz competencia. Allí solo triunfará si apuesta por su especificidad. Y de su determinación se ocupará el segundo de los capítulos.

Fundar sobre roca el periodismo significa precisamente esto: retornar a los valores primigenios, los que siempre han significado calidad ligados a la información. El periodismo necesita vivir su Renacimiento; y como los artistas del *cinquecento*, renovar su interés por los cánones clásicos de esta profesión y embellecerlos aún con las herramientas digitales y las inmensas posibilidades

comunicativas de nuestra sociedad hiperconectada. Esos cánones clásicos del periodismo han sido siempre la objetividad, la verdad, la independencia y el servicio al conocimiento del ciudadano, a la inteligencia diaria de sus audiencias. Cada uno de esos cánones será tratado en los respectivos capítulos, del tercero al sexto, donde se analizará su situación actual, identificando primero las adherencias nocivas que a lo largo de la historia han erosionado dichos conceptos hasta volverlos casi indefendibles. Y si estos cánones parecen en ocasiones desgastados, convendrá remozarlos con la pátina reconstituyente del uso profesional y especializado de las nuevas y valiosas herramientas digitales. Ese es el objetivo del capítulo séptimo.

Apoyándome en destacadas obras de la literatura académica y profesional sobre periodismo, en opiniones de periodistas y casos representativos ocurridos en el mundo profesional, tengo la pretensión de entresacar propuestas que, insisto, aprovechen las posibilidades tecnológicas actuales para reconstruir esos principios clásicos de la profesión.

# Renacimiento del Periodismo

Nuevas tecnologías al servicio de su esencia

La profesión del periodista está sufriendo una crisis generada por los avances tecnológicos, actualmente, gracias a las redes sociales y al internet, la información de cualquier tipo se transmite inmediatamente, desplazando así a los medios tradicionales de comunicación. Por ello, el autor propone una revisión y reforzamiento de los cimientos del periodismo.

El libro inicia contextualizando el actual escenario mediático en el que se halla el periodismo, para analizar y entrar a considerar si el internet ha convertido a cualquiera en periodista. En seguida aborda los principios clásicos del periodismo –objetividad, verdad, independencia, servicio al ciudadano– a fin de examinar su pertinencia y replantearlos en consonancia con las herramientas digitales.

El autor llama a un Renacimiento de la profesión, dirigiéndose tanto a estudiantes como profesionales de las áreas de comunicación, periodismo y afines.

**Colección:** Ciencias humanas

**Área:** Comunicación

**Miguel Ángel Sánchez de la Nieta**

Doctor en Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid (España). Se ha desempeñado como docente del Centro Universitario Villanueva, de la misma universidad, y del curso de Teoría de la Información en el programa de Periodismo. Coordinador del programa de Desarrollo de Competencias y Mentoring, dirigido a estudiantes del centro universitario. Es autor de numerosos artículos sobre profesionalismo periodístico en diversas revistas especializadas.

**ECO E**  
**EDICIONES**

**EUNSA**

