

Deriva banal

DAVID CORRAL

Un artículo de Bernardo Díaz Nosty, titulado “La banalización del periodismo” –esto es, su deriva hacia lo trivial, insustancial o intrascendente–, da nombre a este número de *Cuadernos de Periodistas* y abre el conjunto de cinco trabajos sobre el tema central de este número: la cada día más acusada tendencia de los medios españoles a equiparar informativamente hablando el discurso de lo público –actualidad política, social, económica y cultural– con el espectáculo y el entretenimiento. En palabras de Díaz Nosty, “el perro guardián de la democracia se convierte así en el chucho malabarista del mercado”. Entre otras cuestiones, en su artículo reflexiona sobre el proceso de “tabloidización” de los noticieros y los periódicos, la devaluación de los debates por los formatos del espectáculo y la limitada reflexión crítica acerca de la degradación del periodismo, concluyendo que las soluciones pasan por disociar información de interés público y espectáculo.

“Curiosidades y famosos en portadas digitales de noticias”, de Samuel Negrodo, es el segundo texto de este bloque. Se trata de un estudio de campo de las “noticias de curiosidades y famosos” aparecidas en las aperturas digitales de siete medios durante siete días. Agustín García Matilla es el autor del tema “Periodismo de confusión en las televisiones españolas”. Estima que, “dentro de los actuales formatos televisivos, se está produciendo una ceremonia de confusión que genera ruido y limita la posibilidad de elección de los ciudadanos, en lugar de favorecerla”. En “Ayer y hoy de la crónica social: de la *beautiful people* a la *ordinary people*”, Ángel Antonio Herrera asegura que “ahora la prensa del corazón es la tele” y recuerda el dicho “Ser famoso en España es dejarse insultar”, lo cual, en su opinión, es la síntesis del cambio que se ha producido en la crónica social. El artículo final de este bloque es un trabajo de José Luis Rojas Torrijos: “La creciente banalización de los conte-

nidos deportivos”. En la información deportiva se adoptan, dice, técnicas sensacionalistas, priorizando lo extra-deportivo sobre la competición, lo que deriva en una progresiva trivialización y pérdida de calidad informativa en “un área muy técnica, interdisciplinar y compleja que exige especialización”.

Un hecho de trascendencia mundial acaecido en 2015 da pie a Myriam Redondo –“Otro periodismo para las nuevas olas migratorias”– para analizar cómo han informado los medios españoles sobre la llegada de decenas de miles de refugiados a Europa. La autora dice que esta crisis ha destapado lo mejor de la prensa digital y del reportero clásico y, basándose en la información que le proporcionaron las ONG, testigos directos de esta tragedia humana, social y política, destaca que para ellas la cobertura llegó tarde y fue incompleta. Piensan que los medios son sus aliados básicos y necesarios, pero critican las condiciones profesionales de los periodistas que han hecho la cobertura y, en algunos casos, el sensacionalismo.

Una venta, en este caso, la del diario económico líder mundial, el *Financial Times*, al megagrupo periodístico japonés Nikkei ofrece a Amparo Polo la oportunidad de relatarla con detalle en la perspectiva del por qué su propietario Pearson se desprendió de un diario confiable y rentable y de hasta dónde, dados

los modos de los periodistas japoneses –“respetuosos” con las empresas–, “el periódico será capaz de mantener la independencia que ha mostrado durante sus 127 años de historia una vez en manos del gigante japonés”.

Los contenidos de este número se amplían y diversifican en otros temas como los criterios no periodísticos para la selección de noticias descritos y analizados por José Cervera en “El imperio del clic o los estragos de las malas medidas”, así como en la reproducción del texto de la lección inaugural de la Escuela de Periodismo Manuel Martín Ferrand (septiembre de 2015 en Madrid), impartida por Fernando González Urbaneja: “El zumbido de la propia conciencia”. En esta lección denunció la extravagancia y el entretenimiento como amenazas al periodismo de valor, hizo hincapié en la necesidad de que las redacciones tengan un alto nivel de crítica interna y reprobó el abuso del periodismo declarativo, entre otras cuestiones. Los artículos “Ser periodista en el nuevo entorno tecnológico”, escrito por Humberto Martínez-Fresneda, y “Anomalías en la radio y televisión: ¿a quién le importan?”, resumen de la tesis doctoral de Mari Sol Álvarez del Valle sobre la lectura de noticias en la radio, aportan interesantes reflexiones sobre el ejercicio del periodismo.

La sección fija “Buena prensa” lleva como título “¿Es la demografía, estúpi-

do!”, refiriéndose a que se deben explicar adecuadamente, por ejemplo, las comparaciones a lo largo del tiempo. Si el número de víctimas en carretera en España, digamos, es el mismo en dos años muy alejados en el calendario, hay que tener en cuenta el crecimiento de la población para hacer una información correcta.

“Tribunales” analiza jurídicamente los efectos colaterales de la información difundida en tiempo real sobre los atentados terroristas ocurridos a principio de 2015 en París. Las informaciones

transmitidas afectaron peligrosamente a la seguridad de un empleado que logró esconderse en una imprenta y no ser visto por los asaltantes y a otros seis rehenes que se ocultaron en un supermercado.

Finalmente, “Tendencias” ofrece algunas de las novedades del sector, con textos titulados: “Periódicos para el sofá”, “Google quiere ser tu amigo”, “La información como experiencia interactiva”, “No se admiten comentarios” y “Reporteros convertidos en curadores”.

David Corral

Director de *Cuadernos de Periodistas*

