

# La batalla del periodismo contra las incertidumbres de los nuevos tiempos

VICTORIA PREGO

En este número de *Cuadernos de Periodistas*, tienes, lector, todas las reflexiones y las aportaciones sobre los múltiples aspectos y los infinitos problemas e incertidumbres que acosan al periodismo tal y como lo hemos conocido hasta hace no tantos años. Todo es nuevo y todo es incierto, salvo una cosa: los principios sobre los que se construye una información solvente no han cambiado, porque no pueden cambiar. Pero todo lo demás es una incógnita a la que periodistas, editores y empresarios se enfrentan desde hace tiempo, intentando encontrar la fórmula para conseguir hacer buena información de manera que ese esfuerzo sea económicamente posible, es decir, rentable. De otro modo, el periodismo como tal acabaría siendo derrotado y, con él, la salud de las democracias que conocemos.

El reto es de una dimensión y de una profundidad formidables, y miles de mentes abiertas y audaces están dedicadas en el mundo entero a abordar el desafío. Pero hay que decir, aunque solo sea para tranquilizar la desazón de muchos que nos sentimos abrumados ante la envergadura del riesgo que el ejercicio del periodismo corre en este tiempo, que hay algunos medios que, con enorme esfuerzo y gran audacia, están teniendo éxito en su apuesta decidida por reinventarse. En este ejemplar de *Cuadernos de Periodistas*, encontrará el lector en la sección “Tendencias”, de Félix Bahón, profesor de Periodismo Digital e investigador del Instituto para la Innovación Periodística, una somera descripción del modelo de éxito conseguido por el *New York Times*. Este diario ha logrado rentabilizar

su decisión de afrontar la crisis de los medios aplicándose cambios de calado, aunque manteniendo siempre su compromiso con la información solvente, independiente y de calidad. Lamentablemente, la fórmula *NYT* no es directamente aplicable a todos los periódicos del mundo democrático occidental, si bien es la prueba de que es posible salir vencedor de esta batalla en la que el periodismo se enfrenta confuso a las nuevas tecnologías y a los nuevos comportamientos de la población a la hora de informarse.

Bernardo Díaz Nosty, periodista y catedrático de Periodismo, reflexiona en estas páginas sobre el fenómeno que ha llamado la “migración del espectáculo de la política a la tertulia polarizada”, común a los países democráticos occidentales, pero más agudizado en unos que en otros. Se trata de la transformación, sobre todo en los medios televisivos, de la política en espectáculo, tendencia que arrastra al periodismo y le sitúa en un terreno donde el guion empuja a mantener posiciones convenidas, llamadas a animar la polarización y, como consecuencia, la dimensión de un espectáculo en el que el ejercicio de la profesión sale inevitablemente dañado. Esta deriva a la baja, en debates falsos en los que, en opinión de Díaz Nosty, se abandona el periodismo, afecta a todas las cadenas,

también a las públicas, que renuncian así a sus principios fundacionales y abandonan su originario papel de referencia. Las que él llama “anomalías en el discurso de la televisión” son, dice el profesor, el caldo de cultivo de las noticias falsas, de la cesión de influencia del periodismo a las redes sociales. Denuncia que se ha producido en España una migración del hemisferio al plató y de la representación de la soberanía popular al foro digital, en el que se esfuma la esfera pública. “Corren malos tiempos para el periodismo”, asegura Díaz Nosty, y la mayoría estará, sin duda, de acuerdo con esa afirmación.

Encontrará también el lector una muy interesante pieza de María Sánchez Díez, editora de Innovación de Univision Noticias, el primer portal en audiencia de noticias en español para Estados Unidos, en la que aborda el efecto definitivo que ha causado en el periodismo norteamericano la irrupción de Donald Trump en el panorama político e informativo del país. “Con la victoria del republicano, apareció un nuevo material con el que lidiar en las redacciones: la mentira descarada, contra la que no sirven los antídotos de los que nos valíamos hasta ahora”, afirma. Pasados más de 100 días de presidencia de Trump, “podemos agradecerle que nos haya forzado a enmendar algunos de nuestros errores”.

Y, entre otras cosas, Sánchez Díez explica el esfuerzo de algunos medios por romper esas “burbujas ideológicas” que redes sociales como Twitter y Facebook contribuyen a construir “mostrándonos solo el contenido que nos es afín ideológicamente”.

Sánchez Díez reconoce que hasta la llegada del nuevo presidente existía un sistema elitista del cual los medios formaban parte y que, en realidad, se dirigía a la población contándoles lo que, según su criterio, debían saber, pero sin escuchar lo que la gente tenía que decir, con lo cual estaban lejos de representar las preocupaciones de la población o, al menos, de una parte de esta.

La periodista española cuenta también cómo las grandes cadenas norteamericanas de televisión se han pasado meses cediendo al entonces candidato republicano enormes espacios gratuitos, de modo que contribuyeron a propagar sus mensajes de campaña de forma acrítica. La CNN, en concreto, encontró un filón en generar espectáculo en torno a Trump: “La cadena buscaba su propia identidad y él se la proporcionó”.

Habla de la aparición de programas diseñados en los que el tratamiento de la política se asemeja a los de espacios deportivos y que han incorporado

sus mismos elementos y formatos. “En España”, dice Sánchez Díez, “nos suena esta deriva dramática de la política. En los últimos años, hemos visto cómo surgía un puñado de programas que, calcando los formatos de las tertulias del corazón, han llenado las noches de los sábados de un espectáculo de gritos y enfrentamiento ideológico”.

Aconseja la periodista a quienes nos dedicamos a la información que no cerremos los ojos a la proliferación de este fenómeno y mucho menos lo tratemos con condescendencia, porque hay signos claros de que la fórmula se está extendiendo por Europa y la estrategia de comunicación y organización en las redes que la “derecha alternativa” desplegó con enorme eficacia durante la campaña presidencial norteamericana está siendo importada por los partidos populistas del continente europeo.

En fin, la editora de Innovación de Univision se acusa, y acusa al periodismo contemporáneo, de no haber escuchado lo suficiente: “Estábamos aferrados a un antiguo poder que nos permitía marcar la agenda y decidir qué era importante y qué no para el público”. Bien, todas esas actitudes, todas esas convicciones han sido arrojadas por la borda por un público que quiere participar en

el modo en que recibe la información, aunque se equivoque al pretender recibir únicamente la información que refuerza sus posiciones. Esa inclinación, diligentemente atendida por los grandes servidores de las redes, convierte a las sociedades en compartimentos estancos aislados entre sí, lo cual las hace extraordinariamente más vulnerables a la manipulación y a la aparición y asentamiento de un poder poco sometido al control democrático. Contra esa tendencia también deben luchar los medios de comunicación, y para eso contamos con una herramienta que, no por olvidada, deja de ser enormemente útil: la escucha.

Entre los muchos artículos, todos ellos cargados de interés, que tratan en este *Cuadernos de Periodistas* los infinitos problemas a que tenemos que enfrentarnos hoy quienes nos dedicamos a la información, no puede faltar, y no falta, una aproximación al fenómeno de las redes sociales, “el mejor aliado y el

mayor enemigo del periodismo”, como reza el título del artículo de Carmela Ríos, responsable de Nuevas Narrativas y Redes Sociales de Unidad Editorial. Y tampoco el dilema jurídico y el enfrentamiento, siempre presentes en el mundo de la comunicación, entre la libertad de expresión y de información y el derecho a la intimidad y al honor. De abordar ese dilema referido a la legislación española y a las sentencias de nuestros tribunales se ocupa el profesor Teodoro González Ballesteros, catedrático de Derecho de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, en la sección “Tribunales”.

Pero hay, además, en este número de *Cuadernos*, otros muchos textos interesantes que convierten su lectura no solo en algo apasionante, sino imprescindible para todos aquellos que hemos dedicado nuestra vida a este noble y amargo oficio. Por ello, la recomiendo vivamente a todos nuestras colegas.

**Victoria Prego**

Presidenta de la Asociación de la Prensa de Madrid