

---

## INVESTIGACIÓN

---

Recibido: 16/12/2017 --- Aceptado: 17/02/2018 --- Publicado: 15/06/2018

---

# LA PROFESIÓN PERIODÍSTICA ESPAÑOLA A LA DERIVA

## *Spanish journalism under the spotlight*

**María Gómez y Patiño<sup>1</sup>:** Universidad de Zaragoza. España  
[mariagp@unizar.es](mailto:mariagp@unizar.es)

### RESUMEN

La profesión periodística española está sufriendo una transformación integral, que afecta a la calidad de "lo publicado" y a la "percepción de la opinión pública". La precariedad de los medios de comunicación, especialmente los tradicionales, está reduciendo dramáticamente la calidad de los trabajos periodísticos, lo cual entra en conflicto con los eslóganes del periodismo que son axiomáticos: 1) sin periodismo no hay democracia; 2) sin democracia no hay periodismo, 3) sin ellos no hay opinión pública. Se precisa un nuevo modo de pensar y de hacer el periodismo, desde la formación y el desarrollo de la profesión. Metodológicamente, además de presentar datos estadísticos significativos para poder analizar la evolución de la profesión, se parte del *ethical witnessing* profesional, que tiene como punto de partida la observación profesional desde el "deber ser", desde los imperativos profesionales para que el Periodismo pueda cumplir con todas sus funciones sociales. La revisión profesional desde la teoría y la praxis arrojan unos resultados que evidencian la necesidad de un nuevo paradigma periodístico, recuperando para ello todos los principios rectores desde la profesión, desde las últimas tecnologías. Solo una conciliación armónica de los fundamentos periodísticos clásicos del periodismo, junto a la aplicación de las más innovadoras tecnologías, devolverán al *periodismo* el lugar social, económico y político que nunca debió haber abandonado.

### PALABRAS CLAVE

Periodismo; formación; comunicación; *ethical witnessing*; opinión pública, nuevo paradigma.

### ABSTRACT

The Spanish journalism profession is undergoing an integral transformation, which affects the quality of both: "what is published" and "public opinion perception". The precariousness of the media, especially those traditional ones, is dramatically reducing the quality of journalistic work, which is in conflict with the slogans of journalism that

---

<sup>1</sup> **María Gómez y Patiño.** Licenciada en Ciencias de la Información, UPV, y Doctora UCM (1996). Actualmente es la Coordinadora del Grado en Periodismo en la Universidad de Zaragoza.

are axiomatic: 1) without journalism there is no democracy; 2) without democracy there is no journalism, 3) without them there is no public opinion. A new way of thinking and doing journalism is required, which includes formation and development of the profession. Methodologically, in addition to presenting significant statistical data to analyze the profession evolution, based upon "professional ethical witnessing", which has its basis on professional observation focusing on "musts", from the professional imperatives so that Journalism can develop all its social functions. The professional review from theory and praxis show results that prove the need of a new journalistic paradigm, the recovery of all the guiding principles for the profession as well as the latest technologies. Only a harmonious conciliation of the journalistic foundations together with the application of the most innovative technologies, will return to journalism the social, economic and political space that never should have been left.

#### KEYWORDS

Journalism; formation; communication; ethical witnessing; public opinion, new paradigm.

### A PROFISSÃO JORNALÍSTICA ESPANHOLA NA DERIVA

#### RESUME

A profissão jornalística espanhola está sofrendo uma transformação integral que afeta a qualidade do "publicado" e a "percepção da opinião pública". A precariedade dos meios de comunicação especialmente os tradicionais, está reduzindo drasticamente a qualidade dos trabalhos jornalísticos, o qual entra em conflito com os slogans do jornalismo que são axiomáticos 1) sem jornalismo não há democracia, 2) sem democracia não há jornalismo, 3) sem os dois não há opinião pública. Precisa-se de um novo modo de pensar e de fazer jornalismo, desde a formação e o desenvolvimento da profissão. Metodologicamente, ademais de apresentar dados estatísticos significativos para poder analisar a evolução da profissão, partindo do *ethical witnessing* profissional, que tem como ponto de partida a observação profissional desde o "dever ser", desde os imperativos profissionais para que o jornalismo possa cumprir com todas suas funções sociais. A revisão profissional desde a teoria e a práxis mostram uns resultados que evidenciam a necessidade de um novo paradigma jornalístico, recuperando todos os princípios diretivos desde a profissão e as últimas tecnologias. Somente uma conciliação harmônica dos fundamentos jornalísticos clássicos, junto a aplicação das mais inovadoras tecnologias, devolveram o jornalismo ao lugar social, econômico e político que nunca deveu abandonar.

#### PALAVRAS CHAVE:

Jornalismo; Formação; Comunicação; *ethical witnessing*; Opinião pública; Novo; paradigma

### Cómo citar el artículo

Gómez y Patiño, M. (2018). La profesión periodística española a la deriva [Spanish journalism under the spotlight] Vivat Academia. Revista de Comunicación, 143, 45-59. doi: <http://doi.org/10.15178/va.2018.143.45-59>. Recuperado de <http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/10681>

## 1. HACIENDO RETROSPECCIÓN DEL PERIODISMO

Mirando hacia atrás sin nostalgia, y sin admitir que cualquier tiempo pasado fue mejor, lo cierto es que la historia del periodismo universal, y especialmente el español, ha pasado por mejores momentos que los actuales.

No cabe duda que el periodismo, y por tanto los diarios, han ido evolucionando de una forma constante. Es cierto que el diario informativo tendría su máximo esplendor a mediados del siglo XIX, y como afirma Casasús (2006, p. 63): “los viejos imperios europeos habían entrado en decadencia y la expansión de la nueva prensa moderna fue un fenómeno determinado, principalmente, por factores económicos e industriales, como ocurre hoy a propósito del proceso acelerado de la irrupción de novedades constantes en el instrumental informático y telemático”, afirmación que se retomará más adelante.

Ha sido precisamente en momentos de grandes cambios sociales y económicos cuando el periodismo español ha brillado especialmente (con episodios cubanos de 1898, por ejemplo). Por ello, es a finales del siglo XIX, cuando no por casualidad se crea la primera Asociación profesional del periodismo, allá por 1895, coincidiendo también con la aparición de los primeros centros de industrialización (País Vasco y Cataluña) y los partidos políticos (PSOE, 1879).

El siglo XX fue igualmente interesante coincidiendo con todos los movimientos sociales del primer tercio de siglo y pasada la Guerra Civil (1936-1939) en España, y después de la II Guerra Mundial (1939-1945) en el resto de Europa, siendo así que volvió a tener décadas gloriosas coincidiendo con la transición española (1975-1990). Todos estos hitos son ya historia y por tanto irrepetibles, pero indudablemente el periodismo sigue siendo uno de los oficios más maravillosos del mundo, y no han sido pocos los periodistas universales que lo han afirmado, desde García Márquez a Kapuscinski en el panorama internacional, mientras que transitando por la piel de toro española se puede citar a figuras tan distintas como la de Eliseo Bayo a Iñaki Gabilondo, por citar solo algunos de ellos. Sin embargo, la profesión pasa por momentos oscuros que, dado que coinciden con los grandes cambios tecnológicos y la crisis financiera, es de esperar que generen un capítulo glorioso que aún está por asomar en la esfera pública, que hasta ahora es más bien un deseo que una realidad.

Sin embargo, la realidad de la profesión periodística hoy es realmente calamitosa. No esta una apreciación personal, sino corroborada por el último *Informe de la Profesión Periodística, 2014*, que ofrece datos que han de ponerse de manifiesto, desde dentro de la profesión con el fin de ir planteando algunas propuestas que puedan sacar a la profesión

de la sima en la que ha caído. Si la crisis financiera ha tocado todos los sectores, el periodístico ha sufrido sus consecuencias que, unidas a los cambios tecnológicos introducidos por las TIC están convulsionando a la profesión y que van a ser expuestos en el apartado siguiente.

Los intelectuales de todas las épocas se han cuestionado sobre la misión del periodismo, sobre su noción y sobre su evolución. Cada uno de ellos ha aportado su visión y lo que debía ser su misión. En ese sentido, parece conveniente traer a colación algunas lúcidas miradas que, sin ser exclusivamente periodísticas, sus propietarios han ejercido como periodistas en diferentes ocasiones, y con diferentes funciones. Rara vez han sido coincidentes las visiones sobre el periodismo, que siempre se ha visto sometido a distintos avatares, y que no ha dejado de evolucionar, pero que es deseable que mantenga su esencia: el servicio público, y el consiguiente dinamismo social, así como la transformación de la realidad. Dos perfiles personales con dos visiones distintas que, aun siendo críticas, proyectan una cierta esperanza en el futuro, porque la situación que ellos describen tampoco estaba exenta de incertidumbres.

Por ello, la importancia y la anticipación de estos dos intelectuales es incuestionable. Ambos pertenecen a distintos signos, y de distintos países, y de distintos momentos históricos y de distintas profesiones que la periodística, pero cuyo ejercicio disfrutaron. Ellos son José Martí (1853-1895), cubano que vivió un tiempo en España y Francisco Ayala (1906-2009), español que vivió un tiempo en Hispanoamérica.

Pedro Pablo Rodríguez (2012a, p. 16), quien podría decirse que es su biógrafo periodístico, afirma que “el periodismo moderno comenzó la industria cultural y la industria de masas (...) La opinión pública, el criterio autorizado del conocedor, la diversidad de opiniones, e fueron estableciendo como los puntales de la objetividad periodística...”. En otro momento, Rodríguez (2012b, p. 141) transcribe las palabras de José Martí, cuando decía que “en esta época de transición, se vive con angustia en todas partes del mundo, y se siente que la vida en estas grandes ciudades, se consume, adelgaza y evapora (...) y es que falta también en la mayor parte de los individuos, la esperanza en lo futuro”. De no conocer al propietario de estas palabras, hoy podrían decirse con total sentido de la vigencia. Por su parte, Francisco Ayala (1985, p. 45) en su discurso de entrada en la Real Academia Española, afirmó que: “el periodismo, como instrumento de un sistema político-social gobernado por la opinión pública”. La prensa periódica, no hay duda tampoco de que ella misma nace como un negocio más, al servicio de los negocios”, pero como dice en otro momento, “un negocio muy *sui generis* (p. 47).

Algunas décadas después de estas afirmaciones, la industria mediática se ha incorporado de pleno a los últimos avances de la tecnología para producir más y más rápido, pero sigue o ha de seguir siendo un negocio, y la base fundamental para otros negocios. Más recientemente, Flores Vivar (2009, p. 77) ratifica la idea, apuntando que: “el objetivo sigue siendo el mismo: tener presencia en la Red dentro de estos segmentos de población que, al fin y al cabo, son audiencia. En este sentido, la tecnología no hace

más que reforzar o potenciar la estrategia propia de las redes informales que siempre han funcionado para estas actividades”.

## 2. SOBRE LA METODOLOGÍA

Este trabajo se aborda desde perspectiva metodológica de corte cualitativa, conocida *ethical witnessing* (Oliver, 2004; Wessels, 2010) profesional, lo que permite focalizar en diferentes aspectos. El primero, parte de la utilización de los datos estadísticos presentados en el *Informe de la Profesión Periodística, 2014*, cuya fiabilidad no se cuestiona, y que permite realizar una valoración de la profesión periodística desde dentro, así como el *Libro Blanco de la Prensa, 2014*, que presentan la situación de la profesión en cifras. El segundo, recorre muy sucintamente algunos de los aspectos básicos y centrales de la profesión, desde su esencia. Resulta paradójico que esta serie de principios básicos del periodismo, hoy se incluyen dentro de un periodismo especializado, cuya consolidación es universal, y que reciben denominaciones distintas dependiendo de las escuelas o los países en los que se enmarquen. Pueden ir desde el Periodismo de Investigación, al de Precisión (*Data journalism*, o *Fact Journalism*, *Big data Journalism*, u otros), dependiendo de las herramientas utilizadas para su desarrollo, y que han sido esgrimidos a lo largo de la historia de la periodística española.

El análisis de su comparación permitirá reflexionar, comprender y dar respuesta a las razones por las que el periodismo del siglo XXI está atravesando la situación descrita en los dos informes anuales y profesionales correspondientes al año 2014, así como extraer algunas conclusiones que permitan reflexionar sobre la formación que los estudiantes de los Grados de Periodismo están recibiendo en las universidades españolas, y por qué no, también resituar a la profesión periodística en el lugar que nunca debería haber abandonado, a la vista de *Ethical witnessing* (Oliver, 2004; Wessels, 2010) profesional, que permitirá proponer un cambio de paradigma en la profesión periodística actual.

Para operacionalizar el concepto hemos establecido las siguientes dimensiones de análisis: 1) valoraciones de la profesión; 2) valoraciones de la Opinión Pública; y 3) valoraciones desde la observación de la profesión.

Esta perspectiva junto con el cruce de estos datos permitirá establecer un análisis comparativo entre los principios que son fundamentales en el Periodismo de Investigación, que coinciden con los aspectos negativos que estas encuestas arrojan para justificar de una parte, el desprestigio de la profesión y de otra, la situación por la que el periodismo atraviesa.

## 3. EL PATRIMONIO PERIODÍSTICO

El siglo XX dio origen a las primeras facultades de Periodismo y por tanto fue muy prolífico en cuanto a establecer los principios y las bases del mismo. Conviene recordar, que lo que hoy conocemos como Periodismo de Investigación, es lo que en origen fue el Periodismo, sin más atributos. José María Caminos Marcet (1997a) apuntó que el

periodismo de investigación está caracterizado por su profundidad, y que por tanto demanda mucha dedicación y mucho tiempo. Es una búsqueda constante con más y mayores exigencias y más amplios horizontes. Pepe Rodríguez (1996) señala la importancia del periodismo de investigación hoy porque crea su propia información: elaborada tras el proceso de investigación. Es buen periodismo el que investiga, analiza, contrasta, verifica y publica.

Por su parte, Petra María Secanella (1986) señaló que el periodismo de investigación, se propone plantear reformas o exponer injusticias, desvelar, fraudes y corrupciones, o plasmas dejaciones de las instituciones, dando a conocer todo aquello que los poderes públicos quieren ocultar. A su vez, Héctor Borrat (1989) proponía considerar cinco premisas fundamentales: 1) su ejercicio en un campo específico que los actores sociales desean mantener oculto; 2) se investiga sobre intereses ajenos (no se puede ser juez y parte a la vez); 3) la revelación de los resultados se decide de forma extraordinaria, atendiendo a una estrategia específica que potencien sus fines; 4) esta revelación puede ser total o parcial, según la del medio; y 5) esta revelación estratégica no implica que se haya de actuar siempre de igual manera.

Unos años más tarde, Montserrat Quesada (1996) señalaba las características del periodismo de precisión, consistentes en: 1) averiguar datos inéditos en temas de relevancia social; 2) denunciar, previa verificación, hechos o situaciones ilegales o alegales; 3) utilizar un sistema de doble contraste de datos: documental y de fuentes independientes, con riesgo cero; 4) romper el silencio de las fuentes oficiales implicadas forzando su respuesta ante la opinión pública.

Para Ramón Reig (2000) son imprescindibles estas características: a) observación y capacidad crítica del periodista, mejor aún acompañadas por su experiencia profesional; b) proceso de trabajo largo y profundo, debido a su complejidad; c) Novedad en el tema u originalidad en su tratamiento, al menos; d) conocimiento y apoyo del medio en que trabaja, dado que los resultados no van a ser inmediatos.

Desde estos presupuestos teóricos junto a la destilación del quehacer práctico, podría extraerse este decálogo:

- 1) la búsqueda de una verdad oculta, cuya información los ciudadanos tienen derecho a conocer.
- 2) desconfía de las fuentes de información oficiales y no se interesa por la información vertida en notas de prensa o comunicados. No le interesan los "pseudoacontecimientos" generados por gabinetes de comunicación de diferentes organizaciones/instituciones. Su interés está en lo que no dicen.
- 3) se utilizan los métodos de las ciencias sociales, además de bases de datos, encuestas, datos estadísticos, etc. (*Data, big data, precision o fact journalism*).
- 4) el periodista investigador busca relaciones con personas anónimas o no, pero no necesariamente forman parte de los circuitos habituales de información, que desean permanecer en el anonimato.

- 5) su agenda la componen personas que no son informadores habituales. Precisa de personas que tengan datos sobre el tema y que estén dispuestas a colaborar con él.
- 6) nunca publica una primicia por el hecho de dar los datos en exclusiva. Está habituado a las informaciones exclusivas, resultado de su trabajo.
- 7) posee bastante independencia respecto a las fuentes de información. Su punto de partida es el rechazo sistemático de las versiones oficiales.
- 8) sus informaciones suelen ser desconocidas por los medios de la competencia. Ese es el valor informativo de la investigación: sus textos son exclusivos.
- 9) se adelanta a los propios hechos, sacando a la luz lo oculto, creando una actualidad informativa propia. Es un periodismo activo y generador de noticias donde la actualidad le puede servir de pista para iniciar una investigación, pero nunca es un fin en sí misma.
- 10) es ajena a las presiones de la hora de cierre y de la planificación del trabajo diario. Este periodista trabaja por su cuenta, en equipo, y publica sus textos cuando ha completado su investigación, de forma estratégica.

Una vez descritas sus características, la comparación se hace inevitable y resulta tan evidente, que este cuadro, que contrasta de una forma patente. En la columna de la izquierda se muestran las prácticas del periodismo de investigación, es decir, lo que *debería ser y no siempre es*, mientras que en la columna de la derecha se muestra *lo que es, y no lo que debería ser*.

#### 4. SOBRE LA DERIVA DE LA PROFESIÓN PERIODÍSTICA

Abordar la deriva que la profesión periodística ha ido tomando, aconseja tener que destacar los datos más importantes que ponen de manifiesto la penosa situación por la que atraviesa la profesión. Tras haber analizado el *Informe de la Profesión Periodística, 2014*, basado en una amplia encuesta realizada entre los profesionales del periodismo y realizada por la Asociación de la Prensa de Madrid (APM), Corral (2015) recoge estos datos destacables:

- a) el desempleo y la precariedad laboral. Se considera que desde 2008 se han destruido 11.875 empleos y la precariedad está presente incluso en los periodistas empleados.
- b) un número importante de periodistas han tenido que desplazarse a agencias de comunicación o departamentos de comunicación de organismos públicos, que en 2014 han alcanzado el 47% del total de los periodistas empleados.
- c) los periodistas se han visto obligados a lanzar medios propios, por causa tanto del desempleo como de la precariedad. Tras distintas vicisitudes, el número de medios que se mantienen abiertos es de 406.
- d) los periodistas depositan su esperanza en Internet cada vez con mayor fuerza. La media ronda el 70%, y entre los que trabajan en medios digitales esta cifra asciende al 90%.

- e) entre las últimas promociones de egresados en Periodismo, el 47% de ellos llevan entre uno y dos años buscando su primer empleo.
- f) la comunicación remunerada mejor que el periodismo a los profesionales, lo que hace que el porcentaje anteriormente indicado vaya en aumento.
- g) las mujeres siguen sufriendo una discriminación salarial.
- h) las periodistas directivas llegan al 36% en los medios digitales,
- i) el 31% de los periodistas son autónomos, y el 69% trabaja por cuenta ajena.
- j) el número de medios cerrados en España empieza a decrecer. Aparecen otros nuevos (digitales mayormente).

La opinión pública valora negativamente la práctica profesional de los periodistas esgrimiendo los argumentos para ello. En este sentido, David Corral (2015, p.38) hace una afirmación que es tan realista como demoledora: “La valoración y confianza de la sociedad española en los periodistas y en su trabajo en los últimos tres años ha sido y es exigua y desalentadora. Aún así, los ciudadanos piensan que influyen notablemente en la política, la economía, los deportes y la cultura del país”. Siendo esta descripción de la realidad profesional una aseveración que no puede ser puesta en duda, y que viene avalada además por los datos estadísticos recogidos y elaborados por la Asociación de la Prensa de Madrid para *el Informe Anual de la Profesión Periodística, 2014*, no pueden pasar desapercibidos, han de ser considerados muy seriamente por los profesionales en general, pero más aún por los formadores de los profesionales, es decir, por los profesores en los Grados de Periodismo de todas las universidades españolas.

En este sentido, conviene destacar las opiniones provenientes de dilatadas vidas profesionales. Así, cuando Lozano Bartolozzi (2013, p. 30) habla de la evolución de los medios: “que confirma dos realidades evidentes: su metamorfosis y su interactividad”, éstas no justifican el tipo de periodismo que se viene haciendo, y por consiguiente, la valoración que de ella tienen los ciudadanos.

No es en absoluto un problema de concepción teórica, dado que los teóricos del periodismo del siglo XX han postulado constante y detalladamente los presupuestos y los principios en torno a los cuales ha de pivotar la profesión. Convendría recordar a algunos de ellos, como por ejemplo Héctor Borrat (1989), cuando hablaba del periódico como actor político, o a Jordi Fontcuberta (1993) que nos proponía lo que debía ser la noticia, que debían ser las claves para entender la realidad y el mundo, o Luis Nuñez Ladevéze (1991) cuando nos recomendaba las indicaciones para un buen periodismo, o Petra María Secanella (1986) que se atrevía a hablar de un *periodismo de investigación*, o ya en los últimos años del siglo, José Luis Dader (1997) nos presentará su: *Periodismo de precisión, como una forma de descubrir noticias*. No puede ser considerada una obviedad el hecho de afirmar que, de haberse cumplido todas estas recomendaciones, con bastante probabilidad la situación del periodismo hoy, no sería la que es. La realidad muestra que en la segunda década del siglo XXI la profesión está claramente desprestigiada, como lo prueban los últimos Informes de la Profesión Periodística que no presentan una mirada corporativista, sino realista y crítica.

Ciertamente, la implantación de las TICs son ya un hecho, que ha modificado la praxis. Han pasado ya unos años desde que Marc Prensky (2001) hablara de los *nativos* y los *inmigrantes digitales*, y por tanto acuñara los términos que ya están entre el vocabulario de la profesión y aunque él se refería a la comunidad universitaria (educadores y educandos). Mientras que los estudiantes eran “hablantes nativos”, el resto, los no nacidos en el mundo digital, siempre serían “Inmigrantes Digitales”. Asimismo, no parece demasiado aventurado afirmar, en sintonía con Meso Ayerdi (2002) que: dado que la prensa y posteriormente la radio y la televisión posibilitaban una comunicación masiva pero unidireccional, Internet y el periodismo digital rompen esa tendencia. Las tendencias actuales (televisión y radios digitales, Internet, etc.) permiten pensar que tal vez en un futuro a corto plazo todos los periodistas acaben siendo “digitales”, con independencia de que sea su opción o decisión personal o no. A esta afirmación cabe añadir que, si bien en 2015 es ya una realidad, no es esa la razón para el desprestigio profesional. Hay que admitir que han cambiado los hábitos y las rutinas, tanto en los profesionales del periodismo como en sus audiencias/lectores.

## 5. DISCUSIÓN. REPENSANDO LA PROFESIÓN.

La profesión periodística hoy se está enfrentando a grandes retos, en los que subsiste el dilema. La preocupación es internacional y afecta a todos los niveles, canales y géneros de la profesión. De hecho, frente a la aparición de una necesidad por la transparencia, reclamada en muchos casos por leyes nacionales, aparece el cambio en algunos reglamentos y decretos, del paso del espíritu del “servicio público” al de “interés público”, que puede ser sustancialmente distinto y permite actuar de diferente forma bajo un paraguas legal.

Llama la atención el título de la obra de Huey; Nisenholtz y Sagan, Paul (2014): *Resaca. Qué fue del negocio del periodismo*, porque el término *resaca* aparece como un nuevo espacio que apunta la desaparición del viejo espacio para dar lugar a uno nuevo. En este nuevo espacio, hay que saber flotar y nadar, y sobre todo tener una gran resistencia, una resiliencia heroica. En cambio, ellos mismo apuntan: (p. 23) “la importancia de los medios informativos institucionales para la democracia y el bien público”, al tiempo que añaden que “hay un desacuerdo feroz”.

Como se ha comentado anteriormente, las tendencias actuales de la praxis se dirigen hacia el periodismo instantáneo, *low cost*, de transcripción, *churnalism*, o como quiera llamársele, no cabe duda de que el buen periodismo existe, y no marcado por el protagonismo individual, sino con vocación de servicio público. En este sentido, Víctor Sampedro (2014, p. 61) afirmaba que: “El buen periodismo, como la buena medicina, es ajena a los personalismos. No importa quién redacta una información. Igual que resulta irrelevante el médico que prescribe una receta, si se le presuponen conocimientos y deontología. (...) necesitamos periodistas que permanezcan a la cabecera del público”. Palabras éstas pronunciadas recientemente, que no se alejan en absoluto de otras que dijera Walter Lippmann (2011, p. 39) hace ya algunas décadas: “La puesta en orden de

las noticias no la hace un hombre solo sino una multitud, que a la postre resulta curiosamente unánime tanto en su selección como en su énfasis. Una vez que conoces el partido y las afiliaciones sociales de un periódico, puedes predecir con bastante certeza la perspectiva bajo la cual va a presentar las informaciones. Una perspectiva que no es en absoluto completamente deliberada”.

Han de conocerse los hechos para que las opiniones cristalicen y se consoliden: “Las opiniones verdaderas pueden prevalecer tan solo si los hechos a los que se refieren son conocidos; si no se conocen, las ideas falsas resultan tan efectivas –sino incluso más– que las verdaderas” (Lippmann, 2011, p. 58), lo que nos encomienda tanto informar debidamente, para lo que previamente habrá que haber formado adecuadamente a los futuros periodistas. De ahí surge la conveniencia y hasta la necesidad de reflexionar sobre la función de las universidades, como fábricas de periodistas.

Como ya dijera en otro momento (Gómez y Patiño, 2013) sería deseable que el buen profesional del periodismo convencional, vaya a serlo también tras la mutación o el transformismo a “lo digital”, y que el hecho de ser un periodista “neo-nato” o “nativo” tampoco garantiza la calidad del trabajo periodístico en lo relativo a la vocación de servicio público, espíritu crítico y de responsabilidad social. Dicho lo cual, sería deseable que la mutación o la transformación periodística, propiciada o impulsada por las nuevas tecnologías, afecten exclusivamente a las herramientas profesionales y al estilo de redacción periodística “digitalizada”, pero nunca debería transformar la esencia del “ser un buen profesional”. El buen profesional deberá serlo en todos los cuerpos: tierra, mar y aire: deberá ser un periodista *anfíbio*, término acuñado o al menos dado a conocer por Arianna Huffington, establece que: La industria de los medios atraviesa su *Era Amphibia*, donde conviven modelos y prácticas del ‘viejo’ y ‘nuevo’ orden. Ésta declara que: “cuando contratamos a periodistas tradicionales en Estados Unidos, nos aseguramos de que sean lo que llamamos anfibios, que pueden andar en tierra y nadar en el mar. Necesitamos ese tipo de periodistas anfibios para el futuro, porque queremos que abracen por un lado las grandes tradiciones del periodismo clásico, en cuanto a precisión, comprobación, ecuanimidad, búsqueda de la verdad o impacto informativo, y al mismo tiempo nos sentimos muy cómodos con las nuevas reglas del camino, el tiempo real, la tecnología que nos permite interactuar o la participación de los lectores. Y no todo el mundo está preparado para ambas facetas” (Mancini, 2011, 2011a). En resumen, han de ser capaces de trabajar en condiciones de tierra o mar, como su nombre sugiere, que exige una adaptación al medio y la habilidad para combinar las técnicas y usos periodísticos tradicionales junto con lo más avanzado de la era digital: es decir la *Era Amphibia*. (Gómez y Patiño, 2012).

## 6. LA FUNCIÓN DE LAS UNIVERSIDADES

Dado que estamos trabajando con los últimos datos del *Informe Anual de la Profesión Periodística*, 2014 y atendiendo al 16,8% de los encuestados denuncian la mala formación de los periodistas. Convendrá al menos reflexionar ante esta situación que afecta por

igual a docente como a discentes, y por ende a toda la sociedad. Javier Fernández del Moral (2015, p. 170) en el capítulo dedicado a las facultades de periodismo en el *Libro Blanco de la Prensa*, 2014 afirma que: “Una vez que el modo que e modo de gestionar el pensamiento humano ha logrado definir la institución universitaria, esta evolucionará de manera continua, aparecerán y desaparecen universidades, pero lo más lógico es pensar en su permanencia como institución. Es cierto que con la perspectiva de milenios, las diferentes universidades son efímeras, del mismo modo que son efímeras las estrellas con la perspectiva de los años luz, pero en ningún caso parece sensato penar que la humanidad podrá prescindir de las universidades”.

Estas palabras posibilistas y llenas de esperanza, deben ser complementadas con las palabras de Giovanni di Lorenzo, cuando recogió el premio que la *Fundación Diario Madrid* le había concedido este año. Este periodista del semanario *Die Zeit*, representa un notable caso de éxito profesional, sobrepasando el medio millón de ejemplares con un producto de calidad y rigor. Su intervención puede ser resumida en:

- 1) No desacreditarnos, ni desacreditar nuestros propios productos.
- 2) valorar de forma realista nuestras fortalezas
- 3) es necesario ofrecer orientación y apoyo a nuestros receptores
- 4) se hace cada vez más necesaria la cooperación entre nuestros diferentes productos, no primando unos y dejando morir otros
- 5) hay que aprovechar los tiempos de cambio para probar nuevos contenidos
- 6) hay que cambiar con calma, evitando perder lectores por la obsesión de ganar otros
- 7) los medios tenemos que organizar e discurso público
- 8) tenemos que ser políticamente relevantes y diferenciadores sin recurrir a los titulares fáciles y engañosos
- 9) no es necesario, ni resulta conveniente, inventarse un nuevo escándalo para sacar en cada número, basta con que nuestros periodistas sean valientes e independientes
- 10) tenemos que luchar permanentemente por la libertad (Fernández del Moral, 2015).

Antes de presentar algunas conclusiones, conviene preguntarse, como se pregunta García Avilés (2007) si el periodismo, o al menos, el periodismo tradicional ha muerto o va a morir...

## 7. A MODO DE CONCLUSIÓN

Los planteamientos y valoraciones presentados, permiten concluir que el periodismo no ha muerto, especialmente porque no conviene que así sea, sobre todo porque: 1) sin periodismo (bueno) no hay democracia (real); 2) sin democracia (real) no hay

periodismo (bueno), 3) sin ellos no hay opinión pública (crítica), pero además no tendríamos ninguna excusa para dejarlo morir.

Estas valoraciones nos permiten concluir que un nuevo paradigma de periodismo es absolutamente necesario. En esencia, es fácilmente constatable que existen grandes cambios tecnológicos, tanto en las rutinas profesionales y en la producción que aligeran y facilitan la tarea. Por ello cabe preguntarse si, además de facilitar la tarea aligeran también la calidad diferenciadora de los medios. Cada vez existen más fuentes, también democratizadas por el uso de las nuevas tecnologías, que unifican el producto periodístico final, al tiempo que lo aligeran, en todos los sentidos.

Con relación estrictamente al nivel o a la calidad periodística de los estudiantes de Periodismo, desde la *ethical witnessing* profesional, desde el que se puede mirar la formación periodística en las distintas universidades españolas, públicas o privadas. Si según las valoraciones contempladas, se considera que, de acuerdo con el 16,8% de los encuestados los periodistas no están bien formados, habrá que reflexionar sobre ello e implementar algunas medidas correctoras que permitan subsanar esas deficiencias que han sido apuntadas en forma de decálogo en el apartado anterior. Estas recomendaciones incluyen la necesidad de revisar la calidad y la cantidad de la formación que se está ofreciendo en las correspondientes Facultades de Periodismo, tarea que merecería un próximo trabajo. El futuro del periodismo, tanto en su fase de formación como en el de desarrollo profesional está abierto y ofrece una amplia panoplia de opciones formativas.

## 8. REFERENCIAS

- AEDE (2015). *Libro Blanco de la Prensa, 2014*. Madrid: Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE).
- AEDE (2016). *Libro Blanco de la Prensa, 2015*. Madrid: Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE).
- Ayala, F. (1985). *La retórica del periodismo y otras retóricas*. Madrid: Austral
- Borrat, H. (1989). *El periódico, actor político*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Caminos Marcet, J. M. (1997a). *Periodismo de investigación. Teoría y práctica*. Madrid: Síntesis.
- Caminos Marcet, J. M. (1997b). Periodismo de filtración, periodismo de investigación. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 2, Recuperado de <http://www.ehu.es/zer/zer2/9artcami.html>
- Bustos, R. de (2012). El Gabinete de prensa ante el nuevo ecosistema informativo digital. *adComunica, Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 4, 223-227. doi:<http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2012.4.14>.
- Casasus, J.M. (2006). Tendencias en la investigación en periodística. *Comunicación y Pluralismo*, 0, 61-68.
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet*. Barcelona: Plaza y Janés

- Colombo, F. (1997). *Últimas noticias sobre el periodismo. Manual de periodismo internacional*. Barcelona: Anagrama.
- Corral, D. (2015). Informe Profesión. Periodismo y sociedad en los informes APM 2012-2014. *Periodistas*, 37, 38-41.
- Dader, J.L. (1997). *Periodismo de precisión. Vía socioinformática de descubrir noticias*. Madrid: Síntesis.
- Diezhandino, M. P. (Coord.) (2012). *El periodista en la encrucijada*, Barcelona: Ariel.
- Huey, J., Nisenholtz, M. y Sagan, P. (2014). Resaca. ¿Qué fue del negocio del periodismo? *Congreso de Periodismo Digital/APA*: Huesca.
- Lozano Bartolozzi, P. (2013): *El rapto del periodismo*. Pamplona: Eunsa.
- Febrer, R. (2011). *Churnalism.com, el periodismo "de corta y pega"*. Recuperado de <http://comunicacion.blogs.grupobpmo.es/archive/2011/05/09/churnalism-com-el-periodismo-de-corta-y-pega.html>
- Fernández del Moral, J. (2015). La formación académica de los periodistas. En AEDE. *Libro Blanco de la prensa. 2014* (pp. 168-177). Madrid: AEDE.
- Flores Vivar, J. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*, 33, 73-81. Doi: 10.3916/c33-2009-02-007.
- Fontcuberta, M. (1993). *La Noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós.
- García Avilés, J.A. (2007): "Las convergencias: luces y sombras del nuevo periodismo", en AAVV. *Los secretos del nuevo periodismo. ¿Está muriendo la información tradicional?* (pp. 20-25). Valencia: Generalitat Valenciana.
- Gómez y Patiño, M. (2012). El (re)cambio generacional: del periodista anfibio al comunicador de la Era Amphibia. En Miguel Túñez (Coor.), *Viejo periodismo, nuevos periodistas* (pp. 27-49). La Laguna: Ed. CAL, Cuadernos Artesanos de Latina  
Recuperado de [http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/25\\_Viejo%20periodismo.pdf](http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/25_Viejo%20periodismo.pdf)
- Gómez y Patiño, M. (2013). El periodista mutante. La innovación en las rutinas profesionales. En Carmen Marta & Nerea Vadillo (Coords.) *Evaluación de la implantación del EEES en los estudios de Comunicación* (pp. 79-102). La Laguna: Colección Cuadernos Artesanos de Latina. Recuperado de [http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/34\\_Nerea.pdf](http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/34_Nerea.pdf)
- Gould, T. (2010): *Matar a un periodista. El peligroso oficio de informar*. Barcelona: Los libros del lince.
- IPP (2015). Informe de la Profesión Periodística. Recuperado de <http://www.apmadrid.es/noticias/generales/informe-de-la-profesion-periodistica-2014-se-detiene-la-destruccion-de-empleo-pero-aumenta-la-precariedad-laboral-y-profesional>
- Lippmann, W. (2011). *Libertad y Prensa*. Madrid: Tecnos
- Mancini, P. (2011). *Hackear el Periodismo. Manual de Laboratorio*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones
- Mancini, P. (2011a). *Los 'Anfibios' del Huffington Post*. Recuperado de <http://www.amphibia.com.ar/los-anfibios-del-huffington-post/>

- Meso Ayerdi, K. (2002). Un nuevo tipo de profesional llama a las puertas del Periodismo: el periodista digital. *RLCS Revista Latina de Comunicación Social*, 51. Recuperado de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002mesojunio5103.htm>
- Nuñez Ladevéze, L. (1991). *Manual para periodismo*. Barcelona: Ariel.
- Oliver, K. (2004). Witnessing and Testimony. *Parallax*, 10(1), 79-88.
- Prensky, M. (2001). Nativos digitales, inmigrantes digitales. *On the Horizon*. MCB
- Reig, R. (2000). *Aproximación al periodismo de investigación en Andalucía*. Recuperado de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/y32ag/71reig.htm>
- Rodríguez, P. (1996). *Periodismo de investigación: técnicas y estrategias*. Barcelona: Paidós.
- Rodríguez, P. P. (2012). *El periodismo como misión*. La Habana: Edit. Pablo de la Torriente.
- Rodríguez, P. P. (2012a). Ojeada al periodista José Martí, en P. P. Rodríguez. *El periodismo como misión* (pp. 13-31). La Habana: Edit. Pablo de la Torriente
- Rodríguez P. P. (2012b). Definir, avisar, poner en guardia., en Rodríguez, Pedro Pablo (2012). *El periodismo como misión*. La Habana: Edit. Pablo de la Torriente, pp. 137-158.
- Sampedro, V. (2014): *El cuarto poder en Red. Por un periodismo (de código) libre*. Barcelona: Icaria
- Secanella, P.M. (1986). *Periodismo de Investigación*. Madrid: Tecnos.
- Slattey, J. (2011). *So who came up with the word churnalism?* Recuperado de <http://jonslattey.blogspot.com.es/2011/02/so-who-came-up-with-word-churnalism.html>
- Sánchez Illán, J.C. (2005). El perfil profesional del periodista español. Evolución reciente y nuevos desafíos (1990-2005). *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, nº 63, 85-92.
- Scolari, C.A.; Micó Sanz, J.L.; Navarro Guere, H.; Pardo Kublinski, H. (2008). El periodista polivalente: Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes. *ZER: Revista de estudios de comunicación = Komunikazio ikasketen aldiskaria*, nº 25, 37-60.
- Varela, J. (2011). Periodismo mutante. *Periodistas 21*. Recuperado de <http://periodistas21.blogspot.com/2011/02/periodismo-mutante.html>
- Wessels, E. (2010). *The Politics of Ethical Witnessing: The Participatory Networks of 9/11 Media Culture*. Thesis submitted to the University of Minnesota.

## AUTOR

### María Gómez y Patiño

Licenciada en Ciencias de la Información, UPV, y Doctora UCM (1996). Actualmente es la Coordinadora del Grado en Periodismo en la Universidad de Zaragoza. Trabajó como periodista y ha impartido clases en distintas Universidades (Madrid, Helsinki, Jena, Rotterdam, El Cairo, Roma, Milán) y ha recibido diversos premios. Ha publicado decenas de artículos. Destacan los libros: *Propaganda Poética en Miguel Hernández. Un análisis de su discurso periodístico y político (1936-1939)*, (1999);

Calderón: una lectura desde el siglo XXI (2000); Paz: Femenino, singular (2005); Las Huellas de la violencia invisible (2005); Escapistas de la realidad. Los intangibles del turismo (2012), y traducido el libro de Irving Crespi: El proceso de Opinión Pública (2000), y este año: Sola en Oriente Medio (2018) Es miembro de GICID (Grupo de Investigación de Comunicación e Información Digital. Los dos últimos proyectos: 1) nacional: Las estrategias de campaña online de los partidos políticos españoles: 2015-2016. Referencia: CS02013-44446-R. 2) Internacional: Proyecto de Investigación en Educación (México), ref. No. 088/SIEP-DII  
<http://scholar.google.es/citations?hl=es&user=yh3cQgQAAAAJ>  
<http://orcid.org/0000-0001-5104-8918>