

## *Prólogo*

El periodismo no atraviesa por su mejor momento. La crisis económica iniciada a finales de 2008 agudizó los problemas de una técnica de comunicación social que reinó en el siglo XX y que algunos consideran en peligro de extinción en el siglo XXI. El anuncio ha suscitado un gran revuelo, aunque mucho menos que los estragos de la recesión económica en la economía de los medios de comunicación. Varios han cerrado sus puertas, muchos han emprendido procesos de reorganización y dolorosas políticas de recortes, lo que se ha traducido en la pérdida de centenares de puestos de trabajo.

Unos intermediarios llamados periodistas, encargados de explicar lo que sucede en el mundo (local y global) y analizar sus consecuencias, asisten atónitos a una evolución de la industria que, fruto de su desconcierto, busca salidas en todas las direcciones. El sombrío panorama de los medios coloca en la línea de peligro buena parte de los puestos de trabajos de los periodistas que trabajan en la industria tradicional. Y mientras esto ocurre en las grandes corporaciones, la ausencia de modelos claros de negocio para los medios nativos digitales coloca también en dificultades a muchas de las iniciativas innovadoras que consiguen usuarios pero apenas logran retornos económicos para pagar las nóminas. El resultado es una encrucijada de la que muy pocos parecen conocer la salida.

En los años de bonanza económica, el periodismo caminó de la mano de un capitalismo voraz (que disfrutaba propiciando innumerables concentraciones para mejorar posiciones en el mercado) y, en ocasiones, bajó la guardia en la proverbial defensa de las esencias de los fundamentos periodísticos que deben desarrollarse mediante una diligencia profesional coherente. Muchos medios aprovecharon los días de vino y rosas para invertir sólo lo justo en información y así comenzó un declive anunciado en

los múltiples flecos de la crisis que acecha al periodismo desde mediados del siglo XX. Ahora todos se lamentan y muy pocos consiguen responder acertadamente a los desafíos a los que se enfrentan en la actualidad.

Este libro reflexiona sobre el momento por el que atraviesa el periodismo, lo sitúa con perspectiva histórica desde su nacimiento hasta hoy. E intenta explicar y aprehender las numerosas recetas que se escuchan para recuperar el tiempo perdido y vencer los desafíos vigentes. Las circunstancias no son buenas, porque el periodismo tiene muchos enemigos en su casa y en otros territorios, pero aportamos datos que consideramos suficientes para augurar mejores tiempos en un futuro cercano. Los motivos los encontramos en las fortalezas cosechadas en estos años, en las aportaciones renovadoras de muchos de los movimientos periodísticos y en los principios básicos de esta técnica de comunicación social, que los principales actores sociales consideran básica para el buen funcionamiento de las sociedades actuales y para conseguir unos ciudadanos que dispongan de información plural y libre.

En momentos tan convulsos como los que vivimos, el mundo de la comunicación mediada tecnológicamente necesita aprovechar las experiencias de éxito para reforzar las estrategias que refuercen el periodismo. No hay duda de que una teoría del periodismo más sólida (uno de los desafíos capitales para los investigadores de la disciplina) constituye un pilar básico para conquistar el futuro. A éste habrá que añadir otros relacionados con la práctica profesional, que van desde marcos de regulación más precisos hasta pasos adelante en la autorregulación y en los organismos de seguimiento de la actividad o el establecimiento de mecanismos que garanticen una mayor transparencia en el sector y en las actividades de los propios profesionales.

La metamorfosis ha comenzado. Ya no sirve lamentarse de los peligros externos, que ciertamente son muchos, sino que ha llegado la hora de mostrar con buenas prácticas que otro periodismo es posible para construir una sociedad más plural, más equitativa y donde el interés público de la información se respete. Es la hora de salvar el periodismo con muestras de buen periodismo en todos los soportes. Es, sin duda, un reto para las empresas de la comunicación, ciudadanos activos, periodistas y, sobre todo, para todos los sectores que luchan por una sociedad más justa y mejor informada.

## *Alrededor del periodismo en cambio*

Los movimientos periodísticos que existieron a lo largo de la historia y la metamorfosis periodística actual ocupan muchas de nuestras reflexiones como académicos y suscitan preguntas para las que algunos —yo, por lo menos— no encontramos respuestas categóricas. Construimos argumentaciones que nos explican muchas cosas de las que pasan y de las que pueden pasar, aunque siempre nos quedan dudas, aspectos en los que nos gustaría ahondar más, cuestiones que no entendemos muy bien o perspectivas que nos animan a nuevas exploraciones en la búsqueda de nuevas respuestas.

En esta fase de cambios y transformaciones que vive el ámbito de la Comunicación mediada tecnológicamente en el siglo XXI, cualquier reflexión precisa miradas históricas (desde un punto de vista comparado) y un análisis de múltiples aportaciones de investigadores y profesionales. Y por eso tan pronto como intentamos analizar qué acontece en el periodismo, qué caracteriza la fase actual de crisis y cambios o hacia dónde camina, descubrimos un territorio apasionante para el debate académico y científico, que siempre debe intentar avanzar y esclarecer un poco más la complejidad de los cambios vividos, de aquéllos que nos afectan en la actualidad y de aquéllos que llaman a la puerta.

En estos procesos es cuando constatamos, una vez más, que el periodismo es de la sociedad y, por lo tanto, va cambiando con la sociedad, sin perder la esencia, pero con viejos y nuevos cometidos, con viejas y nuevas formas, en viejos y nuevos soportes, con viejas y nuevas técnicas y con viejos y nuevos desafíos. Así entendemos el actual panorama de este periodismo en cambio, que se reinventa cada vez que precisa dar respuesta a viejas y nuevas cuestiones que tienen que ver con la infor-

mación que se genera y se difunde en las sociedades actuales. El objetivo fue, es y deberá ser el mismo: alcanzar sociedades —ciudadanos, por lo tanto— mejor informadas. Tenemos un periodismo, con múltiples tendencias y movimientos que han puesto en marcha proyectos transformadores, y sabemos que otro periodismo es posible, que hay espacio para un periodismo que muestre bien los datos, que indague e investigue, que explique y analice bien las historias, y que construya piezas que informen de tal forma que los usuarios de la información consigan una comprensión cabal de los hechos relevantes. Sólo queda, pues, intentar reflexionar cómo hacerlo y establecer las estrategias adecuadas para conseguirlo.

### *1.1. Los primeros pasos*

Los usos de la información en las interacciones comienzan con los primeros receptores que le encontraron algún significado a los comportamientos de otros agentes emisores. Se iniciaron cuando en el mundo los emisores sólo eran fuentes de información. Los usos comunicativos de la información llegaron más tarde, cuando algunos de esos agentes adquieren la capacidad de intercambiar indicaciones con otros agentes (Martín Serrano, 2007: 39). Y este fenómeno de la comunicación y de la información evolucionó desde las primeras sociedades humanas organizadas y conocidas. Estos cambios se manifestaron directamente ligados a la toma de decisiones y al poder, y se hicieron explícitos en medios y técnicas multiplicadoras de mensajes (la palabra y el discurso, la escritura, los correos, escribas, organizaciones sacerdotales...). Este fenómeno resultó imprescindible para la supervivencia de las sociedades en cuanto organizadas política, religiosa, económica, y militarmente, y en sus orígenes costaba disociarlo de otros fenómenos similares como el religioso, económico, político... (Timoteo, 1992: 46).

La invención de la imprenta marcó el fin de un largo aprendizaje de la escritura en Occidente. Las invasiones bárbaras que se iniciaron en el siglo V paralizaron el comercio en el oeste de Europa y trajeron una vuelta a la cultura oral en lugar de la cultura literaria del mundo romano. En los siglos X y XI el comercio experimentó un nuevo desarrollo, las ciudades empezaron a crecer de nuevo, la peregrinación acercó

las proporciones de la migración temporal y comenzaron las Cruzadas. Europa se encontraba en estado de permanente agitación. A partir de este momento, Occidente empezó a adquirir nuevos recursos de capital intelectual y se fundaron universidades (Martín, 1992: 13). Desde el siglo X, la Iglesia se convirtió en la fuerza predominante en la sociedad occidental. Desde ese predominio, y a pesar del inmediato renacer de la cultura urbana, construirá, en los siglos inmediatos, un complejo y eficaz sistema de comunicación de masas, con capacidad casi monopolista de acción, especialmente sobre los denominados grupos iletrados (Timoteo, 1991: 36).

Las edades Media y Moderna vieron desarrollar complejas fórmulas de comunicación e información social. En esos tiempos se asentaron sistemas muy perfeccionados de comunicación por la palabra, que encontraron en la predicación y sus modos análogos las vías dominantes. También se contaba con fórmulas de comunicación visual, a través del arte y de otros abundantes instrumentos. Estaba floreciendo un creciente mercado y un prestigio en aumento de la información escrita, que encuentra en los avisos, gacetas, relaciones ocasionales y en otros varios tipos de medios los instrumentos preferentes, en una periodicidad cada vez más estable (Timoteo, 1992: 47). Hay numerosas formas de comunicación «pre-periodísticas» que, en la Baja Edad Media, demuestran la pujanza de un nuevo fenómeno, la información (Timoteo, 1991: 41-46). Fue un proceso lento que condujo a una nueva fase cuando aparecieron las publicaciones impresas, de la mano de la imprenta, que marcó el inicio de una auténtica revolución.

La imprenta no resultó fruto de la improvisación o de la casualidad, sino que fue la respuesta adecuada a una cultura que admiraba el documento escrito (Braojos, 1999: 17). A finales del siglo XV, la reproducción de materiales escritos empezó a desplazarse desde el pupitre del copista al taller del impresor (Eisenstein, 1994: 15). Del siglo XV en adelante, aparecieron panfletos con descripciones de victorias militares, festivales, progresos reales y funerales. De forma gradual, la imprenta empezó a utilizarse para decretos oficiales, proclamaciones y avisos. La controversia política y religiosa dio paso a una producción especialmente nutrida que iba de la propaganda común a tratados exquisitos. Algunos de los productos de la prensa tendían a ser publicaciones periódicas, como almanaques y calendarios. Éstas se hicieron cada vez más numero-

sas en el siglo XVII y especialmente en el XVIII. A medida que aumentaba la demanda de noticias financieras y políticas de actualidad, fueron apareciendo hojas informativas mensuales, quincenales y semanales. La honra de inaugurar un servicio regular de noticias pertenece a Holanda y Alemania, donde se editaban varios panfletos de noticias quincenales y semanales a principios del siglo XVII (Martín, 1992: 33-35). En las principales ciudades europeas empezaron a circular gacetas semanales en esas fechas.

El periodismo dio los primeros pasos de la mano del desarrollo de la invención tipográfica de Gutenberg —alrededor de 1456—, de la era industrial y de las sociedades que lucharon por la libertad y por la igualdad. Los orígenes del periodismo se remontan a comienzos del siglo XVII, cuando aparecieron en Alemania las primeras publicaciones periódicas semanales conocidas: *Relation*, en Estrasburgo, y *Aviso*, en Wolfenbüttel (Guillamet, 2004: 43). Desde 1600 circulaban por los mercados numerosos «avisos», «ocasionales», «relaciones», «mercúrios»... Éstos se consolidarían, en el transcurso del siglo, como medios de comunicación con la consiguiente generalización de la actividad periodística. En este aspecto, tienen gran importancia las gacetas, los primeros documentos auténticamente periodísticos de la historia. El periodismo de las gacetas, informativo, triunfó en el siglo XVII (Braojos, 1999: 23-25) y marcó caminos para el periodismo moderno.

Alrededor de 1800 se produce, en la evolución informativa, un salto tan evidente que significará el paso a una fase superior (propia del siglo XX), de modo que la información, la comunicación social y la propaganda de nuestros días nacen y se desarrollan a partir de los ochenta del pasado siglo. Se consolidan los sistemas informativos nacionales en la práctica totalidad de los países occidentales y la información se estructura bajo la teoría informativa liberal, caracterizada por la libertad de expresión, la libertad de empresa y la libre circulación informativa (Timoteo, 1991: 169-170). La victoria liberal en las revoluciones atlánticas y el fundamental papel que en ella desempeñaron los medios escritos fue precisamente lo que convirtió a este específico camino de comunicación-información pública en la más conocida y dominante punta de lanza del complejo comunicativo. Éste, por supuesto, continuó su evolución incluyendo fórmulas paralelas no escritas, habladas y visuales. Los periódicos son históricamente la forma comunicativa característica