Isaac López Redondo
Maritza Sobrados-León
(coordinadores)

Los peligros que acechan al Periodismo

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

SALAMANCA
2022

1ª edición: Salamanca (España), 2022.

Esta obra, tanto en su forma como en su contenido, está protegida por la Ley, que establece penas de prisión y multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaren, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización por escrito del titular de los derechos de explotación de la misma.

Diseño y producción gráfica: Pepa Peláez, Editora.

Del texto: © *by* Los Autores, 2022.

De esta edición:
Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, sello propiedad de:
© *by* Pedro J. Crespo, Editor (2022).

Contacto:
Avda. Juan Pablo II, 42, Ático A. 37008 Salamanca, España.
Taller editorial y almacén:
c/ Escuelas, 16. 49130 Manganeses de la Lampreana (Zamora, España)

info@comunicacionsocial.es
https://www.comunicacionsocial.es

ISBN: 978-84-17600-53-2
Depósito Legal: DL S 112-2022
Impreso en España. *Printed in Spain*

Sumario

Prólogo **9**

1. Sintomatología de un periodismo necesario: amenazas, carencias y oportunidades, *por Ángeles Fernández Barrero* **15**
1. Introducción *15*
2. Reducción de la inversión publicitaria *17*
3. Innovación tecnológica *19*
4. La situación sociolaboral de la profesión *21*
5. Periodismo participativo *22*
6. La noticia falsa *23*
7. Recuperar la credibilidad *25*
8. Reciclaje tecnológico *25*
9. Conclusiones *27*
Referencias bibliográficas *28*

2. Riesgos y oportunidades del periodismo en tiempos de redes: ¿Hacia la devaluación de los criterios profesionales periodísticos?,
por María José Ufarte Ruiz; Francisco J. Murcia Verdú **31**
1. Introducción *31*
2. Material y métodos *34*
3. Resultados *35*
3.1. Las redes como oportunidad para el periodismo *35*
3.2. Principales riesgos y retos para el sector *36*
3.2.1. Entre la desinformación y el número de clics *37*
3.2.2. Contraste vs inmediatez por ser los primeros *38*
3.2.3. Relatos fragmentados *40*
4. Discusión y conclusiones *42*
5. Referencias bibliográficas *44*

3. Los leedores de titulares: una generación perdida por culpa del *'clickbait'*, *por Juan Pablo Bellido-Muñoz*..... 49
1. Introducción 49
2. Metodología 51
3. Marco teórico 52
4. Estudio de caso 57
5. Conclusiones 61
Referencias bibliográficas 63

4. El Periodismo Inmersivo. Apuesta, riesgos y condicionantes de la Tecnología Transmedia en el Periodismo en España. El caso RTVE Lab, *por Inés Méndez Majuelos*..... 65
1. Introducción y estado de la cuestión 65
2. Material y Método 69
3. Análisis 70
4. Resultados y Discusión 73
5. Conclusiones 76
Referencias bibliográficas 77

5. Consecuencias de la aplicación del muro de pago en los medios digitales, *por Francisco J. Olivares-García*..... 81
1. Introducción 81
2. Evolución de la comercialización del Periodismo Digital 84
2.1. Ingresos basados en la publicidad 85
2.2. Ingresos basados en el pago por suscripción 86
3. El caso de los muros de El País y El Mundo 89
4. Conclusiones 93
Referencias bibliográficas 94

6. Alternativas en la prensa especializada en videojuegos ante un medio de financiación en declive: el caso de IGN.com, *por Ricardo Martínez Cantudo*..... 97
1. Introducción 97
2. Metodología 98
3. La prensa digital en España 99
4. IGN.com, pionera en su especialidad 101
5. El papel de la prensa especializada española 103
6. Conclusiones 109
Referencias bibliográficas 111

7. Oportunidades y amenazas para la crítica de videojuegos, un género periodístico imprescindible en la prensa especializada,
por Isaac López Redondo; Maritza Sobrados-León **..... 113**
1. Introducción 113
2. Metodología y objetivos 115
3. La crítica como género periodístico..... 117
4. Una aproximación a la crítica de videojuegos 119
4.1. Por qué lo llaman análisis cuando quieren decir crítica..... 121
4.2. La crítica, ¿una herramienta comercial?..... 122
4.3. Usuarios empoderados y críticos extenuados 125
5. Conclusiones 127
Referencias bibliográficas..... 129

8. Prescriptores de noticias: La distribución de la información en la era digital, *por Luisa Graciela Aramburú-Moncada* **..... 131**
1. Introducción..... 132
2. Objetivo y metodología..... 135
3. La constante transformación del periodismo y s u búsqueda de las audiencias 136
4. ¿Qué hacemos? A la gente también le gusta contar historias 141
5. Los medios y el reto de la Agenda Setting dentro del nuevo escenario comunicacional 144
6. ¿Qué pasa con el gatekeeper*? 148*
7. Los nuevos prescriptores de las noticias y la infoxicación ... 151
8. Conclusiones. El reto de los nuevos tiempos: periodismo de calidad 157
Referencias bibliográficas 158

Prólogo

El periodismo atraviesa momentos difíciles. A los problemas que siempre ha tenido que hacer frente esta profesión, se suman ahora todos aquellos derivados de la profunda crisis sanitaria, económica y social que ha desatado el coronavirus. Las ventas y la difusión de diarios impresos han alcanzado mínimos históricos. La publicidad se ha desplomado. Las redacciones, esos lugares de trabajo bullentes y caóticos que antaño despertaban cierto romanticismo, se quedan vacíos: cada vez son menos los periodistas que desarrollan su labor *in situ* debido a un cambio de modelo basado en el teletrabajo. Un modelo que puede ahondar en la precariedad laboral y en una pérdida de calidad para el periodismo, donde muchos de los profesionales ya no forman parte de la plantilla de un medio de comunicación, sino que se han convertido en autónomos o que son, sencillamente, falsos autónomos.

La crisis desatada por la covid-19 ha introducido también cambios en la manera de consumir información por parte de la ciudadanía, donde las redes sociales ocupan cada vez un lugar más destacado y donde la desinformación y las noticias falsas son el pan de cada día. Las suscripciones a los medios digitales se han convertido en un modelo de presente y futuro, pero su implantación es lenta…

Bien es cierto que muchos de los problemas o peligros que amenazan al periodismo no han surgido a raíz de esta pandemia, sino que estaban latentes en el seno de esta profesión y en el corazón del sistema de medios de comunicación. Tal vez esta crisis se ha limitado a hacer más visibles algunos problemas

endémicos que ya arrastraba el periodismo, pero también ha activado determinados botones de una maquinaria que puede ser destructiva. Como escribe Enrique Alpañés (2020) en *El País*, la tecnología que utilizan los *bots,* tanto los que difunden información falsa como los que la desmienten, «es una carrera armamentística de la inteligencia artificial, una guerra fría de la desinformación. Y el resultado, en un mundo en que la verdad puede pasar de rebatida a relativa en cuatro tuits, puede ser determinante para el futuro de las sociedades democráticas».

Este contexto de dificultades convierte al periodismo en un antídoto más necesario que nunca para los males que aquejan a la sociedad. Por ello, urge que nos detengamos a reflexionar sobre los peligros que acechan al periodismo. Y ese es precisamente el propósito de este libro, donde una docena de investigadores ofrecen una visión caleidoscópica sobre el estado de la profesión periodística, con estudios dirigidos a diferentes ámbitos y temáticas. El objetivo no es solo obtener un diagnóstico, sino ofrecer un abanico de propuestas que sirvan para hacer frente a los peligros que aún están por llegar.

El capítulo que abre la presente obra ofrece precisamente un diagnóstico del precario estado de salud que atraviesa el periodismo. Ángeles Fernández Barrero parte de la premisa de que muchos de los males que acechan a la profesión «son dolencias estructurales que llevan décadas dañando la salud del periodismo». Su análisis muestra un crecimiento en el consumo informativo durante el primer mes de confinamiento en 2020, pero también un desplome de más del 50% de la inversión publicitaria en el segundo trimestre del mismo año. Ante este panorama, muchos medios buscan la sostenibilidad a través de sistemas de pago convencionales, pero también con nuevas fórmulas que giran en torno al micromecenazgo o las aportaciones de lectores. En el ámbito laboral, las malas retribuciones son el principal problema para la profesión, a juicio de los propios periodistas. La participación de los lectores en la producción de información sigue siendo objeto de debate académico en un momento en el que más del 80% de la población de España ha recibido algún tipo de bulo sobre el coronavirus,

sobre todo a través de redes sociales y Whatsapp. Todo ello ha contribuido a que crezca la desconfianza de los ciudadanos hacia el periodismo, que ha de recuperar la credibilidad perdida. La tecnología puede ayudar, precisamente, a que el periodismo recupere su prestigio. El periodismo de datos, los sistemas verificadores de hechos o los portales especializados contra los bulos pueden servir, en este sentido, como herramientas idóneas contra la desinformación.

A partir de este planteamiento general, el segundo capítulo profundiza en el impacto que las redes sociales han provocado en la profesión periodística. María José Ufarte Ruiz y Francisco José Murcia Verdú sostienen que el periodista ya no puede vivir al margen de las redes, a las que todo el mundo puede acceder de una manera sencilla y que ofrecen un abanico de posibilidades interesantes para el ejercicio del periodismo. Sin embargo, no es oro todo lo que reluce, y las redes sociales llevan aparejados una serie de problemas relacionados con el exceso de información, la dispersión o la ruptura entre el lector y el medio. Los citados investigadores reivindican el establecimiento de nuevos códigos periodísticos para que el periodista trabaje con estas herramientas sin renunciar a los valores que siempre han formado parte del buen periodismo.

Muchos de estos valores quedan también en entredicho en muchos de los titulares que pueden leerse en los medios digitales y que sacrifican la calidad periodística para favorecer los ingresos publicitarios. El trabajo que Juan Pablo Bellido presenta dentro de este volumen aborda la práctica del *clickbait* o *linkbait,* y pone de relieve la necesidad de que los periodistas renueven su compromiso con la verdad, con la realidad y con la propia sociedad, huyendo del titular-anzuelo que poco o nada tiene que aportar al lector, salvo generar dudas.

El periodismo inmersivo centra el interés del capítulo elaborado por Inés Méndez Majuelos. La tecnología permite hoy día la elaboración y presentación de contenidos de modo que el espectador sea partícipe de los acontecimientos que se narran, pero existe el riesgo de que esta narración quede supeditada a la tecnología o de que la experiencia de inmersión se plantee

mayoritariamente para tratar temas de contenido cultural o entretenimiento, dejando a un lado otros hechos noticiosos de importancia. En este trabajo, la autora plantea una redefinición del propio concepto de periodismo inmersivo, así como de algunos de los productos de inmersión elaborados en España.

Por su parte, Francisco J. Olivares-García plantea un recorrido por los modelos de negocio que los diarios digitales han mantenido a lo largo del último cuarto de siglo. Centrado en los casos de *El Mundo* y *El País*, este trabajo analiza específicamente el modo en que el llamado muro de pago afecta a la presentación de los contenidos para el lector, ahora que los medios impresos buscan nuevas fuentes de financiación para garantizar la rentabilidad. Y, sobre todo, pone sobre la mesa las consecuencias que puede traer consigo la decisión de limitar el acceso de la población a los medios.

La prensa especializada busca también nuevas vías de financiación para sobrevivir. Es el caso del portal IGN, dedicado a informar sobre videojuegos y pionero en esta materia al plantear un sistema de suscripción como alternativa a la publicidad en sus cabeceras de habla inglesa. Ricardo Martínez Cantudo investiga la viabilidad de este modelo de negocio en España, dentro de un sector que ha cambiado de forma vertiginosa en los últimos años, en el que sobreviven medios con audiencias masivas financiados a través de grandes campañas de publicidad procedentes casi exclusivamente de las grandes compañías de videojuegos.

Isaac López Redondo y Maritza Sobrados-León dirigen también su mirada hacia la prensa del videojuego, concretamente hacia la crítica, un género periodístico imprescindible dentro de este tipo de publicaciones que, a pesar de vivir una etapa de madurez, ha de enfrentarse a las presiones implícitas de las empresas de videojuegos, de cuya publicidad dependen para subsistir. El estudio analiza los rasgos particulares de este género periodístico en este tipo de prensa, también los peligros y limitaciones que encuentra el crítico a la hora de escribir, como el uso de notas numéricas como elemento valorativo de cada videojuego.

Como cierre de este volumen, Luisa Graciela Aramburú-Moncada estudia el cambio de rol de las audiencias propiciado por las nuevas tecnologías, cómo han pasado de ser meras receptoras a distribuir y generar informaciones, poniendo en entredicho la labor de *gatekeeper* del periodista. La tarea de estos nuevos prescriptores de noticias genera diversos interrogantes en torno a la manera en que pueden incidir en la opinión pública, la preservación de la labor del profesional de la información o la posibilidad de que la sociedad esté más desinformada.

En definitiva, la presente obra pretende ahondar en los problemas a los que se tiene que enfrentar el periodismo. Son muchos y de diferente naturaleza, al igual que son muchas las posibles respuestas a los interrogantes que se plantean. El mundo cambia, el periodismo también. La reflexión y la investigación resultan necesarias, especialmente en estos momentos de incertidumbre. De ahí la modesta pero valiosa contribución de este libro. El periodismo también ha de estar al acecho de los peligros que surjan, porque no tendremos futuro si no evaluamos en toda su dimensión el impacto de las nuevas tecnologías en la reputación de la profesión y dejamos de lado lo que debe ser nuestro objetivo final, que los ciudadanos sigan siendo el único centro de la historia.

Isaac López Redondo
Maritza Sobrados-León
Sevilla, diciembre de 2021

Referencias bibliográficas

Alpañes, E. (25 de septiembre de 2020). Así se descubre a un 'bot': algoritmos que cazan mentiras. *El País*. https://elpais.com/tecnologia/2020-09-24/asi-se-descubre-a-un-bot-algoritmos-que-cazan-mentiras.html