

Complejidad social y calidad informativa: hacia un periodismo “glocal”¹

Josep Lluís Gómez Mompert
Universitat de València

Recibido: 2 de octubre de 2013.
Aceptado: 27 de octubre de 2013.

Resumen

En la llamada sociedad de la información (y del conocimiento), la calidad informativa es, todavía más, un bien público imprescindible e irrenunciable para cualquier ciudadano que quiera ejercer sus derechos cívicos y políticos. Por ello, necesitamos contar con medios de comunicación solventes (rigurosos y autónomos) que difundan una información relevante y de calidad. Pero el periodismo no solo depende de cuestiones estructurales, sino también de los condicionantes y límites (como por ejemplo, la simplificación) que marcan la praxis profesional, tanto como los de tipo socioeconómico o político. La complejidad social requiere un tratamiento de la información que pueda explicar la realidad, lo que implica aprovechar los métodos de las ciencias y, al mismo tiempo, practicar un periodismo que relacione dialécticamente las esferas globales y locales.

Palabras clave: periodismo de complejidad, calidad informativa, tratamiento informativo de la complejidad, periodismo “glocal”

Social complexity and information quality: towards a “glocal” journalism

Abstract

In the so-called information (and knowledge) society, quality information is, more than ever, an indispensable and inalienable public good for any citizen who wants to exercise his or her civic and political rights. Because of this, we need to have reliable (rigorous and autonomous) communication media, which disseminate relevant and quality information. But journalism does not only depend on structural questions, but also on the conditions and limits (such as simplification, for instance) that mark professional praxis, either of the political or the socioeconomic type. Social complexity requires a treatment of information that might explain reality, which implies taking advantage of the scientific method while, at

¹ Publicado inicialmente en catalán en *Quaderns de Filologia: estudis de comunicació*, 2 (2005), p. 13-30. Al original solo se han añadido algunas actualizaciones.

the same time, practicing a kind of journalism that relates dialectically to global and local spheres.

Keywords: journalism of complexity, quality information, information treatment of complexity, “glocal” journalism.

Complexidade social e qualidade informativa: para um jornalismo “glocal”

Resumo

Na chamada sociedade da informação (e do conhecimento), a qualidade informativa é, ainda mais, um bem público imprescindível e irrenunciável para qualquer cidadão que queira exercer seus direitos cívicos e políticos. Por isso, precisamos contar com meios de comunicação bem-estabelecidos que difundam uma informação relevante e de qualidade. Mas o jornalismo não depende apenas de questões estruturais, senão também dos condicionantes e limites (como por exemplo, a simplificação) que marcam a tanto a práxis profissional, quanto os limites de tipo sociológico ou político. A complexidade social requer um tratamento da informação que possa explicar a realidade, o que implica aproveitar os métodos das ciências e, ao mesmo tempo, praticar um jornalismo no qual se relacionem dialeticamente as esferas globais e locais.

Palavras-chave: jornalismo de complexidade, qualidade informativa, tratamento informativo da complexidade, periodismo “glocal”.

Introducción

Este artículo quiere plantear una reflexión sobre la complejidad en relación con el periodismo, a pesar de que los dos conceptos pueden parecer, en principio, una contradicción. En especial, porque el periodismo que prospera —todavía más durante el siglo actual que en las épocas anteriores— domina el campo informativo: hoy resulta hegemónico lo superficial o trivial, lo sensacionalista o llamativo, lo irrelevante o fútil que preferentemente expresan o utilizan muchos informativos audiovisuales a la hora de transmitir las noticias.

Aparentemente, pues, parece un reto casi imposible querer establecer un diálogo —obviamente crítico— entre complejidad y periodismo. La necesidad de profundizar en el estudio del periodismo de calidad exige, sin embargo, reflexionar sobre ello, tal y como se está haciendo en la investigación más innovadora relacionada con diversos campos de las ciencias sociales, las humanidades y las tecnologías. El concepto se aborda de forma integral en el libro colectivo titulado *La calidad periodística*, editado en 2013 por Josep Lluís Gómez Mompарт *et alii* y dedicado tanto a la calidad entendida como producto cuanto como proceso.

El periodismo de calidad ha cumplido contemporáneamente una función social importante sin la cual las democracias modernas no hubieran podido funcionar ni desarrollarse; por eso, hoy es necesario repensar la función social o la utilidad social del buen periodismo dentro de la llamada sociedad de la información y del conocimiento. Sin calidad informativa —la cual implica concepción y producción periodísticas sustancialmente renovadas—, difícilmente la información podrá seguir siendo un auténtico bien social.

1. Hándicaps periodísticos y complejidad

Habitualmente asociamos el término *complejidad* con alguna cosa o alguna situación que incluye muchas partes diversas. Nos damos cuenta de que algo resulta *complejo* cuando vemos cómo los conocimientos acumulados sumados a la memoria de nuestra experiencia no siempre son suficientes para alcanzar aquello aparentemente incomprensible. Esta secuencia nos lleva a la duda y a la aceptación de la dificultad, tildando el caso de *complejo*. Sin embargo, sin el esfuerzo y la voluntad de comprender, no conseguimos avanzar en una mayor comprensión de nuestro objeto de interés. Como dice Edgar Morin (1994, p. 100)², la complejidad es un irse cuestionando sin dar con una respuesta definitiva; es un desafío del pensamiento y no una receta de pensamiento.

El pensamiento complejo aspira, pues, al conocimiento multidimensional. El conocimiento complejo es imposible de lograr y, consiguientemente, el pensamiento complejo se sitúa entre la aspiración de un saber no escindido o reduccionista y la aceptación de que todo conocimiento está incompleto e inacabado. Precisamente por eso, Morin (1994) propone un pensamiento multidimensional sin negar la incertidumbre y la ambigüedad. Por el contrario, el paradigma de la simplicidad quiere poner orden en el universo. De manera similar, el periodismo de poca calidad presenta el mundo como si estuviera ordenado o fuera *natural*.

Si la realidad social es compleja y como informadores queremos hablar o escribir sobre ella, hemos de afrontarla sin complejos, porque no podemos explicarla

² Edgar Morin desarrolla su planteamiento sobre el pensamiento complejo a partir de la información y de los sistemas, la cibernética y los procesos de autoorganización biológica, convencido de que el pensamiento complejo nos permitirá civilizar nuestro conocimiento. Morin propone tres principios para pensar la complejidad: 1. El *dialógico*: las dos lógicas son necesarias, orden/desorden, estabilidad/inestabilidad. 2. El de *recursividad organizacional*: todo lo que es producido vuelve a entrar en aquello que lo ha producido, lo que invalida la idea lineal de causa/efecto. 3) El *hologramático*: no solo la parte está en el todo sino que el todo está en la parte (ejemplo: cada célula contiene la información genética del organismo).

sin entenderla. Sin embargo, en la práctica cotidiana los procedimientos habituales periodísticos no permiten analizar con profundidad su objeto de análisis y eso entorpece el tratamiento periodístico de la complejidad. Cambiarlos es el reto de todo buen periodista universitario (preparado, capaz, inteligente y con talento) que ha de tener la capacidad de acercarse a la complejidad social huyendo de la simplificación a ultranza y de ciertas rutinas productivas, adoptando métodos propios de las ciencias y liberándose del formalizado corsé de la objetividad. Este periodista también tiene que ser creativo, no tanto en el sentido de inventarse la realidad o de ficcionarla, sino en el sentido de la “imaginación sociológica” (Mills, 1981) o de la imaginación metodológica utilizada por Michael Foucault, Edward P. Thompson, Pierre Bourdieu y muchos otros científicos sociales.

Los métodos periodísticos mayoritarios resultan limitados para pensar o tratar la complejidad porque, a menudo, no prestan atención al funcionamiento de las cosas sino a la mecánica, haciendo de la anécdota un tipo de paradigma, cuando esta suele ser tan solo un ejemplo que no permite ninguna extrapolación. Afortunadamente no siempre es así, ni ahora con el trabajo de ciertos periodismos de profundidad que se apropian de algunas técnicas de las ciencias sociales, como Ryszard Kapuściński al relatar el África poscolonial, ni antes, cuando algunos excelentes reporteros como Émile Zola y Günter Wallraff narraban, respectivamente, la vida de los obreros franceses y alemanes de los siglos XIX y XX, o cuando brillantes cronistas como *Gaziel* (Agustí Calvet) y James Reston interpretaban la Primera o la Segunda guerras mundiales, o cuando lúcidos analistas como Hubert Bêuve-Mery y Manuel Vázquez Montalbán explicaban la mundialización y la globalización económicas.

1.1. Los siete pecados capitales del periodismo

Los principales hándicaps periodísticos frente a la complejidad son: a) la prisa (apalabrar o registrar la realidad de manera rápida y con garra); 2) la escasez de fuentes (pocas y no siempre verificadas y contrastadas); 3) la síntesis (decir las cosas y contar los casos con las menos palabras posibles y pocas ideas); 4) el lenguaje (simplista, tópico, estereotipado); 5) la dependencia (de poderes, de teorías, de conceptos); 6) la simplificación (falta de contextualización, relato escueto, anecdótico y sobre todo divertido); y 7) el poco tiempo (el rápido trabajo productivo desde el hecho hasta la noticia). Todos ellos, evidentemente, son enemigos de la tranquilidad necesaria para pensar los hechos, la extensión adecuada para explicar

los acontecimientos con el enfoque y el léxico adecuados, la profundidad conveniente —con la documentación complementaria y la consulta de especialistas solventes— para averiguar el funcionamiento de las cosas, y el tiempo imprescindible para elaborar una narración comprensible y responsable de la realidad social y no un relato artificioso más o menos seductor.

Un fundamento del periodismo es el hecho noticiable que implica trabajar con certezas, todo lo contrario al hecho de enfrentarse a la complejidad que suele conllevar la incertidumbre. En consecuencia, tendríamos que deducir que periodismo y complejidad parecen un tándem imposible. Lo incierto no se explica por leyes generales sino que demanda de algo imprevisible; por eso hay que hacer frente a la incertidumbre dado que no tiene ningún sentido ni ignorarla ni esconderla. Pero frecuentemente el periodismo tiene miedo de no poder ser afirmativo, aunque todavía es peor cuando quiere ser resolutivo (ya que no es su función dar respuestas). Eso lo empuja a buscar la apariencia de certeza con el objetivo de no cuestionarse ni ser cuestionado. Esta especie de obsesión comporta montar, a veces, simulacros de seguridad para ocultar la propia ignorancia o las deficiencias y las dificultades.

Por ejemplo, en la televisión casi nunca se muestran las bambalinas del plató donde se hace el informativo, sobre todo mientras este está en directo. De esta manera, la puesta en escena del noticiero se convierte en una especie de misa en la que los oficiantes, gracias al *teleprompter*, hablan con una seguridad similar a la de los actores; al fin y al cabo, los conductores o presentadores de los informativos también interpretan un papel. El despliegue de todo tipo de artefactos tecnológicos (vídeos que surgen de la nada, gráficos vistosamente animados, rótulos fantásticos, simultaneidad de corresponsales desde las antípodas, infografías en tres dimensiones, etc.) acaba de consagrar la representación de la realidad casi como un espectáculo mágico. Todo está dirigido hacia una aparente perfección —solo agrietada cuando se produce algún fallo técnico o cuando el periodista queda en evidencia— con el objetivo de ocultar que aquello no es real, sino un simulacro cuidadosamente preparado donde la verosimilitud reina majestuosamente.

Otra manera de disimular algunos de los hándicaps del periodismo audiovisual es hacer creer a los receptores que algunos corresponsales o enviados especiales, en particular en zonas de conflicto, están al corriente de cualquier acontecimiento local y saben más cosas que el grueso de la redacción del medio informativo para el que trabajan. Muchas veces no es cierto en absoluto, porque los reporteros desplazados, pese a estar *in situ* o próximos a los lugares de los hechos, acostumbran a

trabajar solos o en pareja y no tienen a mano —o no los pueden utilizar— todos los medios (móviles, internet, agencias de noticias, emisoras fiables, cadenas de TV 24 horas todo noticias, etc.) con los que cuenta la redacción central. En estos casos, desde el centro del medio, se les pasa la información más completa de última hora para que inmediatamente el corresponsal parcialmente "ciego" y "sordo" (falta de algunas noticias y datos importantes) la reproduzca y explique en exclusiva con tono de estar al corriente y perfectamente enterado de todo.

Es bien curioso que el periodismo televisivo intente afianzar su credibilidad más en la verosimilitud del acto enunciativo y representativo que en la solvencia y calidad del trabajo periodístico³. Seguramente está convencido de que aquello que enseña tiene el estatuto de verdad por el único hecho de mostrarlo con imágenes, a pesar de que los vídeos de las noticias sean relatos contruidos, editados y habitualmente posproducidos con todo tipo de elementos y efectos. Si se mostrara y explicara, de tanto en tanto, el trasfondo de todo el proceso productivo, la información de la televisión, de la radio o de la prensa perderían buena parte de su hechizo; al mismo tiempo, comenzaría a desmitificarse, por una parte, el hecho (productivo) de las noticias y, por otra, su certeza y su seguridad. Cualquiera podrá pensar que eso iría en perjuicio del periodismo, pero solo del más envejecido y encorsetado, del rutinario y objetivamente falaz.

Para contrarrestar los efectos de una realidad mediática o de "segunda mano" (Cayrol, 1997) el periodismo tendría que buscar la complicidad con los receptores a partir de un tratamiento noticiable mejor elaborado y más honesto, en el que la incertidumbre no fuera una catástrofe ni la complejidad un horizonte inimaginable. Un replanteo del periodismo, una vez que su crisis comience a ser aceptada por destacados sectores profesionales y ciudadanos, significará repensar los métodos y las técnicas habituales del proceso productivo con el objetivo de evaluar las limitaciones de los hándicaps más frecuentes o los siete pecados capitales explicados anteriormente (prisa, fuentes, síntesis, lenguaje vulgar, dependencia, simplificación y poco tiempo) y proponer alternativas (Rousseaux, 1996).

³ Uno de los mayores golpes a la credibilidad recibido por un informativo consolidado de televisión fue el que tuvo que asumir la CBS por su presentador más prestigioso, el veterano periodista Dan Rather, en septiembre de 2004. A causa de una fuente que falsificó un documento, este importante canal norteamericano denunció, dentro del reputado programa *Sixty minutes*, que el presidente George W. Bush, aspirante a la reelección, se había aprovechado de ciertas influencias durante el servicio militar. Pocos días después, se destapó el escándalo tras conocerse que los documentos y algunos datos que la CBS había presentado como pruebas eran fuentes que no habían sido ni comprobadas ni contrastadas con expertos, lo que obligó a la cadena y a Rather a disculparse.

La praxis periodística basada en la simplicidad (en algunas ocasiones hasta el extremo de la idiotez) ya hace años que ha tocado fondo en términos de eficacia social (no, en cambio, como negocio) y ha dado evidencias de que no puede explicar la realidad compleja, poco clara, imprevisible, paradójica, etc. No obstante, la entronización de los medios de comunicación, insertos en la sociedad del espectáculo, ha sido un éxito desde hace medio siglo, ya que sus rutinas han entrado de manera simbiótica con la lógica productiva socialmente hegemónica de lo que Pier Paolo Pasolini denominaba el “hedonismo de masas” (1983, p. 41).

1.2. Realidad espectacular y espectáculo mediático

Si el espectáculo constituye el modelo presente de la vida socialmente dominante, hasta el punto de tener una presencia permanente, la realidad —según Guy Debord (1976)— surge en el espectáculo y el espectáculo es real. Prácticamente ya no existe ningún acontecimiento sin espectáculo⁴ y los medios de comunicación son también espectáculo. La evidencia más clara la tenemos en buena parte de la información televisiva. Dado que el directo en televisión se ha convertido en sinónimo de verdad, y ya que el directo es cada vez más espectacular, finalmente se ha impuesto la ecuación “espectáculo = realidad”. Eso implica que el tratamiento de la realidad —la información sobre esta— esté sujeto o sea prisionero de la lógica de la espectacularización.

Culpar de todo a la comunicación de los medios, a los *mass-media*, es una simplificación, una falta de comprensión de la complejidad del tema; ya hace años que el estado económicamente avanzado se ha transformado en empresa de espectáculo, en productor de espectáculo (Schwartzberg, 1977, p. 7). Puesto que el poder económico, al globalizarse, se ha escapado de los gobiernos, la política se ha agarrado al espectáculo como una manera de mantener viva la ilusión de los que persisten (Ramoneda, 2004, p. 14). Además, en estos momentos nos encontramos dentro del llamado capitalismo de ficción, que privilegia la teatralidad de las personas y la realidad del espectáculo (Verdú, 2003, p. 10-11). Marc Augé dice que “hoy en día, es el mundo en su conjunto el que se ha convertido en imágenes y en espectáculo” (2001, p. 92). Sin embargo, la comunicación es uno de los principales

⁴ Ejemplos: los atentados terroristas contra las Torres Gemelas el 11 de septiembre de 2001 en Nueva York; las campañas electorales o las convenciones políticas, sobre todo las norteamericanas; el deporte; la cultura; los viajes oficiales de Juan Pablo II; las grandes exposiciones universales —o similares, como el Fórum 2004 de Barcelona—, etc. Incluso la guerra está planificada como un espectáculo mediático.

lugares de lectura de las contradicciones de la sociedad actual (Wolton, 1999) ya que los *mass-media*, además de poder ser utilizados como una herramienta de análisis de la realidad comunicativa, también son, he aquí la paradoja, expresiones de la realidad social contemporánea. La comunicación muestra simplicidad y complejidad mediática y social. Tal vez, en un proceso de simplificaciones, el encadenamiento de estas comunica bastante complejidad⁵.

A menudo, algunos asuntos de los medios de comunicación se presentan desde la vertiente de la simplicidad, a pesar de tratarse de temas complejos. Por ejemplo, el tema de las llamadas "vacas locas" casi nunca se encara desde diferentes ángulos; el "dopaje" suele reducirse al ámbito deportivo, la denominada "crisis" de la vivienda es tratada como si fuera un hecho estrictamente económico, y la corrupción parece que solo afecta al mundo de la política (Waine, 1997, p. 18). Reducir estos y otros temas a simples noticias y comunicarlas de manera breve y anecdótica contribuye a la desinformación de los temas tratados y, en realidad, no informa suficientemente bien de la realidad social. Parafraseando a Morin, un periodismo mutilado presentará una realidad social mutilada.

Una alternativa operativa sería discernir entre los flashes de noticias (seleccionadas por el dato o el hecho comprobado), los informativos (que tendrían que centrarse en pocos temas, relevantes y explicados pluriangularmente) y los monográficos o informes en profundidad que se acercan a los diferentes temas intentando aproximarse a la complejidad. Estos informativos y monográficos podrían completarse con investigaciones, encuestas, análisis y otras tareas que ha explotado el conocido como periodismo cívico o público⁶, preferentemente en los Estados Unidos (Gómez Mompert, 2001, p. 30-31). Hecho de este modo, el periodismo podría volver a cumplir una función socialmente bastante útil; estaría en condiciones de hacer llegar a la ciudadanía un saber condensado de calidad y convertirse en una herramienta de divulgación del conocimiento que propiciara una opinión pública favorecedora de la democracia deliberativa. Así lo constata Mónica Parreño (2013, p. 107):

Desde un enfoque social, el crecimiento de las opciones de acceso a la información influye directamente en los procesos democráticos que, a su vez, dependen de la población con un mínimo de educación y capacidad tecnológica, y no de la tecnología en sí misma, para ser eficaces en su servicio a la ciudadanía [...] La evaluación de la calidad periodística en un contexto social determinado, entonces, puede funcionar

⁵ En este sentido, los medios informativos parecen responder de alguna manera a los principios que Morin relaciona con la complejidad y que hemos explicado en la nota 2.

⁶ Para una buena antología sobre el tema véase Glasser, T. L. (ed.) (1999). *The idea of public journalism*. New York: Guilford Press.

como indicador de la salud de la democracia de ese contexto y también como indicador de la autonomía del campo periodístico.

2. Información de actualidad y cambio social

El primado mediático y la condición masiva de las teorías y prácticas que rigen el acontecer de nuestras sociedades se traducen en la hipersimplificación de la información y en la banalización de sus contenidos, incompatibles con la complejidad propia de la realidad contemporánea [...] Ganar la difícil batalla de la información ilustrada solo puede intentarse desde la escuela y de la mano de los medios de comunicación. De aquí la función capital que a estos compete (Vidal-Beneyto, 2004, p. 9).

Durante gran parte del siglo XX, los periodistas más competentes y los medios de información más serios han usado unas formas de explicar el mundo contemporáneo que hoy son insuficientes. Muchos términos y expresiones del lenguaje periodístico en la actualidad no comunican e incluso esconden y enmascaran la realidad y los hechos, y muchas veces no tienen ni la intención de manipularlos. Las rutinas productivas han llegado a ser tan burocráticamente protocolarias que a menudo pesa más la agenda de los hechos y actos previstos de las esferas potentes del espectáculo (política, deportes, audiovisuales...) que la información relevante de actualidad. Habitualmente se olvida que la noticia es precisamente la novedad, pero ahora, frente al alud de informaciones, solo prevalece la que tiene gran interés o vislumbra algún cambio social, porque el resto estorba o distrae. Sin embargo, para reconocer y tratar la noticia significativa es necesario seguir un proceso complejo: indagar, comprobar, investigar, contrastar y explicar de manera correcta.

Paralelamente, la realidad social se ha vuelto cada vez más compleja y los expertos en comunicación al servicio de gobiernos, grupos empresariales e instituciones —como también de otros actores y organizaciones sociales, incluidas las ONG— conocen bastante bien el funcionamiento mediático y las rutinas productivas de los medios y de los periodistas. Todos estos especialistas en comunicación compiten con los profesionales de la información para influir, reorientar e, incluso, manipular su trabajo y de esta manera conseguir colocar dentro de la agenda periodística los temas y personajes que ellos patrocinan y de los cuales cobran. A este panorama complejo hemos de sumarles las estrategias de la publicidad y de la propaganda relativamente encubiertas. Todo ello ocupa espacio y tiempo de la información, la llena de *ruido* y la satura, provocando desde una cada vez mayor

desinformación (Fraguas, 1985; Jowett & O'Donnell, 1999; Volkoff, 1999) hasta la falsedad pura y dura (MacArthur, 1992; Borjesson, 2002)⁷.

Frente a este panorama, doblemente enrevesado (socioeconómico y político-mediático), hace falta un periodismo capaz de explicar conjuntamente el mundo real y el mundo comunicativo, que trate y relate la información de forma más sutil y más interdisciplinaria, capaz de usar de manera inteligente y práctica las ventajas de las TIC (tecnologías de la información y de la comunicación) (Brooks, 1997; Garrison, 1995). Es necesario, pues, un periodista que explique seriamente los acontecimientos y los temas relevantes, familiarizado con documentación cuantitativa (como las buenas bases de datos y el análisis estadístico) y cualitativa, derivada del diálogo con científicos y de la consulta de textos especializados que le permitan conocer, comparar y contrastar datos e interpretaciones para aproximarse de manera solvente a la realidad social⁸.

En este sentido, los periodistas de profundización —interesados por la complejidad social— tienen que utilizar algunos métodos y técnicas de los investigadores (Iorio, 2004), como preguntarse sobre los criterios que han de usar en los diferentes temas y, en consecuencia, plantearse cuáles han de ser las selecciones convenientes o la recopilación de casos más adecuada; también han de preguntarse sobre la jerarquía de las cuestiones que tratarán y sobre su validez o no, en función de un planteamiento consecuente con los derechos humanos y dentro de un marco de democracia real. No puede haber periodismo de calidad sin el uso del método científico (lectura de libros y dossiers, confrontación de fuentes, cuestionamiento de teorías y léxico, independencia de los poderes, autonomía de criterios) (Cayrol, 1997, p. 94), lo que obliga a valorar estas herramientas por encima de los tópicos del periodista autodidacta (olfato por la noticia, espontaneidad, rapidez, habilidad para relatar, capacidad de reacción).

Pese a que parezca que el hecho de saber reaccionar frente a un acontecimiento y la facilidad para trabajar con rapidez, necesarios para el buen profesional de la información, sean *a priori* incompatibles con aquellos procedimientos mencio-

⁷ Kristine Borjesson (2002) recoge la historia de una quincena de casos en los que los profesionales de la información fueron forzados a silenciar noticias destacadas, mientras John R. MacArthur (2002) explica las falsedades inducidas por el gobierno de los Estados Unidos a raíz de la primera guerra del Golfo.

⁸ Algunas de estas maneras de trabajar hace años que varios buenos periodistas (de profundización, de investigación o de precisión) las practican, parcial o totalmente. El periodismo de calidad de estos profesionales lo hemos podido encontrar durante el último medio siglo, entre otros, en los siguientes medios: *The New York Times*, BBC, *Le Monde*, *The Guardian*, *The Observer*, *Le Monde Diplomatique*, *The Washington Post*, *Le Nouvel Observateur*, *Der Spiegel*, *Die Zeit*, Channel Four, PBS, *The Economist*, *Newsday*, *La Opinión*, *Libération*, *El Viejo Topo*, *La Repubblica*, *El País*, TV3, *The Independent*.

nados característicos del intelectual o del científico, no es así en absoluto. Buena parte de los hechos de la actualidad que se les presentan a los periodistas no son del todo nuevos ni siempre son imprevisibles. Por tanto, los informadores tendrían que aprender de las técnicas (incluso, copiarlas) que suelen utilizar los grupos de prevención de riesgos y de conducción de situaciones de crisis (Robert, 1997, p. 70-77), puesto que estos —de manera similar a los periodistas, pero con frecuencia con casos de emergencia de mayor gravedad— operan en caliente, de urgencia, con multiactores conflictivos, porque en definitiva trabajan con el presente inmediato.

Eso quiere decir que es preciso visualizar escenarios posibles. La estrategia ya la practican los *mass-media*, pero se ha rutinizado y tan solo persigue la menor inversión posible que le permita conseguir la apariencia de verosimilitud, en lugar de buscar una mayor eficacia informativa. Además, las previsiones están demasiado marcadas por la agenda de intereses socioeconómicos propios y de compromisos político-económicos del medio. Precisamente es en las circunstancias cruciales cuando los periodistas y los medios no pueden ocultar sus limitaciones o dificultades (productivas, comerciales o financieras) para abordar los hechos o para conseguir datos fiables, ya que es en las situaciones límite cuando la ciudadanía deposita todavía más la confianza en el intermediario, un agente cultural capacitado profesionalmente y reconocido socialmente. El contrato entre emisor y receptor, entonces, es puesto totalmente a prueba y el informador no puede defraudarlo⁹.

Desde la patronal de los medios se podrá alegar que trabajar con este esmero implicaría ampliar mucho las plantillas de redacción, lo que incrementaría los gastos corrientes. El punto central continúa siendo que los medios que quieran seguir apostando por la calidad periodística y la utilidad social (y, por tanto, por la rentabilidad legítima) tienen que decidir dar mucha menos información y concentrarse en algunas informaciones que estén trabajadas a fondo y de manera pluriangular. En un sector repleto de medios miméticos, muchos de los cuales no aportan de-

⁹ Probablemente el ejemplo más emblemático fue la actuación del presidente español, José María Aznar, y del gobierno del Partido Popular a raíz de los brutales atentados del 11 de marzo de 2004 en la estación de Atocha de Madrid, que ocasionaron 192 muertos y 2000 heridos. Algunos directores de medios informativos españoles, que recibieron una llamada telefónica directamente de aquel mandatario, cambiaron la atribución del atentado —ETA en lugar de Al Qaeda— sin identificar la fuente e incluso renunciando a otros datos y pistas que negaban aquella falsa atribución, políticamente interesada. Aunque se han publicado diferentes libros sobre estos hechos (Cué, 2004; Pásalo, 2004; Martínez, 2004; Rodríguez, 2004), probablemente fue el primero (abril de 2004), con edición y prólogo del periodista Eduard Voltas, el que mejor ha reflejado la trastienda de la producción periodística en las horas y días posteriores al atentado. Se trata de una conversación entre los periodistas y directores de los medios *Vilaweb* y *Berria*, respectivamente, Vicent Partal y Martxelo Otamendi (2004), en la que explican y comparan la actuación de sus medios y la de los otros.

masiado ni social ni comercialmente, apostar por la singularidad derivada de la calidad y/o de la exclusiva bien elaborada no solo es una salida empresarial, sino un servicio (público) con ciertas garantías de éxito frente a la opulencia oligopolística escasamente creativa y proclivemente homicida con la competencia innovadora.

De todas maneras, editores y periodistas acostumbran a compartir algunos referentes que son esgrimidos como indefectibles derivados de la mercantilización de la actividad informativa: la exclusiva, la conformidad ante un tema quemado y la audiencia (Watine, 1997, p. 20). Los dos primeros guardan una estrecha relación y, a veces, se presentan como una garantía del tercero. La lógica de la exclusiva, en sentido estricto, solo se justificaría plenamente cuando se trata de un verdadero *scoop* (exclusiva de altos vuelos). A pesar de que sea importante ser los primeros en dar muchas noticias, la primicia –salvo casos muy excepcionales– tiene una importancia relativa ya que las TIC permiten un acceso bastante rápido y fácil a infinidad de fuentes y medios. En el día a día, el orgullo profesional tiene más valor entre los integrantes del gremio que entre los receptores, sin que eso invalide que un medio en el que a menudo se dan buenas primicias –y que posteriormente se confirman como noticias interesantes y no erróneas– se prestigia ante el público, facilitando la ampliación de la audiencia. No obstante, cada vez más se incrementa la solvencia del medio no por el hecho de ser el primero sino por dar el tratamiento correcto a la información (fuentes comprobadas y contrastadas, explicación suficiente, relato bien construido, etc.).

El tema quemado, por aquello de haber sido otro medio el que lo ha destapado, implica muchas veces el efecto de conformidad, y provoca un abandono del asunto ya descubierto por muchos otros colegas y/o medios. Al considerar que no vale la pena ocuparse de aquel acontecimiento que ya ha sido iniciado o anunciado, se renuncia a una profundización en el asunto o a un enfoque diferente o más completo del dado en la primicia. Parece claro que un medio no puede rehuir aquellas cuestiones que le son propias por pura lógica, pero también por el compromiso adquirido con su público. Y todavía más si se trata de medios o espacios de cierta profundización periodística, porque estos no solo se han de ocupar de los hechos que ocurren y se transforman en noticia, sino que tienen que buscar aquellos temas que presentan indicios de interés público y que, por tanto, es preciso investigar.

Finalmente, hay que hablar de la ley de la audiencia que demasiado a menudo parece justificar prácticamente todo. Es legítimo que cualquier medio busque ampliar su audiencia, siempre que esta no sirva de excusa para vulnerar los principios

éticos y deontológicos que han de presidir el trabajo periodístico. Porque, como asegura Enrico Morresi (2003, p. 249), un periodismo de información —separado de la ficción, el entretenimiento y el espectáculo— todavía puede ser practicado por profesionales responsables y reconocido por el público como cultura transparente y creíble de una categoría merecedora de confianza.

Tampoco la audiencia —o la búsqueda de esta— puede justificar que se alteren sustancialmente los procedimientos y estilos que singularizan un medio, salvo que se quiera inducir a un periodismo sensacionalista e incluso amarillo; es decir, a un periodismo que exagera o que miente. En los últimos años, la lucha por la audiencia, haya sido forzada por la dirección o a iniciativa de algún presentador y reportero estrella —buscando la fama o buenas recompensas económicas o publicitarias—, ha llevado a unos y a otros a un amarillismo radical¹⁰. La purga de los responsables y las disculpas del medio sobre todo manifiestan la degradación a la que el periodismo dominante ha llegado, constatando la denuncia de los comités

¹⁰ Entre los casos más emblemáticos desde el cambio de siglo, todos ellos demostrados como auténticos fraudes, es decir, las mentiras propias del periodismo amarillo, podemos mencionar los siguientes —solamente del mundo anglosajón donde el control y la denuncia suelen ser más efectivos—, en ningún caso de medios sensacionalistas o chapuceros, sino de informativos de referencia internacional: despido en julio de 1999 de uno de los periodistas estrella de la CNN, Peter Arnett, por un informe falso, “Operación viento de cola” de 1998, según el cual las Fuerzas Armadas de los Estados Unidos utilizaron gas sarín en 1970 para eliminar a sus desertores en la guerra de Vietnam; la dimisión en junio de 2003 del director y del director adjunto de *The New York Times*, Howell Raines y Gerald Boyd, respectivamente, por el escándalo del reportero Jayson Blair, que durante cuatro años estuvo inventando, falsificando o plagiando informes sistemáticamente, lo que le obligó a dejar el diario poco antes de que sus jefes dimitieran; el suicidio en octubre de 2003 del periodista británico James Forlong, de la cadena Sky News, tras descubrirse que había falsificado un informe sobre un ataque de un submarino nuclear inglés en la guerra contra Irak, montaje por el que la cadena de televisión fue condenada a pagar una multa de 71 mil euros; despido en enero de 2004 del periodista estrella Jack Kelley del diario *USA Today* por fabricar y plagiar grandes informes durante muchos años, a consecuencia de los cuales tuvo que dimitir en abril de aquel mismo año la directora del periódico, Karen Jurgensen; Zachery Kouwe, periodista de *The New York Times*, tuvo que dejar su puesto en 2010, acusado de plagiar desde 2008 artículos de *The Wall Street Journal*; la periodista Sari Horwitz de *The Washington Post*, galardonada con dos premios Pulitzer, fue suspendida por copiar partes de otros artículos; en 2011 la reportera Kendra Marr de la web de noticias *Politico* también fue acusada de plagio de artículos de *The New York Times*, Associated Press y otras fuentes; o Fared Zakaria, periodista de *Time* y CNN fue denunciado en 2012 por plagiar un artículo de *The New Yorker*, entre otros muchos casos.

de garantías y la preocupación de las asociaciones profesionales serias y del mundo académico específico¹¹.

Se podría concluir, y algunas voces así se han expresado en los últimos tiempos, que el periodismo actual, o al menos buena parte de él, no tiene ningún interés por abordar la complejidad porque ni tan solo parece suficientemente preocupado por la seriedad informativa, por la veracidad. De todas maneras, no todos los periodistas ni todos los medios informativos son iguales y actúan o se comportan del mismo modo. Además, es preciso distinguir entre el periodismo de noticias simples (como el de los flashes de los medios audiovisuales y la prensa gratuita) y el de noticias complejas (de profundidad, de investigación, de precisión o de análisis en cualquier tipo de soporte tradicional o digital). Por desgracia, todavía no se distingue suficientemente entre la calidad y la variedad de los profesionales, cuando ya hace años que muchas de las personas que se presentan o califican de "periodistas" (como fisgones de la vida privada, *infoentretenedores*, ciertos colaboradores de magazines, opinadores de naderías, algunos comentaristas de humor, gacetilleros de la farándula, copiadores de faxes o notas de prensa, y un largo etcétera) no son de ninguna manera verdaderos periodistas (intérpretes de la realidad social).

3. Retos para superar otros mitos y coartadas

Más allá de los diferentes inconvenientes explicados hasta ahora, los cuales limitan el periodismo actual a causa de las rutinas productivas y de los hándicaps en los métodos y de los imperativos económicos, simplificándolo, devaluándolo y alejándolo de la realidad social, hemos de comentar otros aspectos que también dificultan un tratamiento periodístico de la complejidad. Fundamentalmente hay dos: el mito de la verdad y la coartada del público.

¹¹ Se podrían poner muchos ejemplos de los países democráticos, desde el prestigioso Committee on Concerned Journalism, constituido en junio de 1997 en los Estados Unidos y que colaboró estrechamente unos años con el Project for Excellence in Journalism de la Universidad de Columbia, hasta muchas de las indicaciones hechas y de los datos expuestos en el diálogo "Información, poder y ética en el siglo XXI" del Fórum de las Culturas 2004, celebrado del 19 al 21 de mayo del mismo año en Barcelona, buena parte de los cuales "reeditaron" (o actualizaron) los principales déficits que 25 años antes había denunciado el Informe McBride, impulsado por la UNESCO. Dentro de aquel contexto, se decidió crear un Observatorio Mundial sobre el Estado de la Información para seguir con atención esta cuestión. Dos años antes, en el marco del Foro Social Mundial de Porto Alegre, se creó también un Observatorio Internacional de Medios de Comunicación (*Media Global Watch*) —que ha dado paso a secciones en diferentes países (Brasil, Francia, Venezuela)— para hacer frente a la sobreabundancia de informaciones, muchas de ellas irrelevantes que se mezclan con otras importantes, y para estudiar comparativamente el tratamiento informativo de aquellos problemas derivados de los desequilibrios y de las desigualdades que la globalización ha agravado, así como para pronunciarse y sancionar moralmente las faltas de honestidad profesional mediante informes y estudios.

Una de las cuestiones de mayor peso, y que desde los inicios del periodismo ha conllevado más debates, ha sido el concepto de verdad. Kovach y Rosenstiel (2003, p. 56) explican que, a comienzos del siglo XX, realismo y realidad —o exactitud y verdad— no eran términos equivalentes para los periodistas. Hacia 1938, los manuales de periodismo dudaban del hecho de que la información periodística pudiera reflejar la verdad. Hoy, sin embargo, no dudamos del hecho de que el periodismo, al ocuparse de la realidad, aspira a comunicar la verdad de los hechos, es decir, a dar noticias ciertas, a relatar los acontecimientos con veracidad. A buen seguro, porque “la primera obligación del periodismo es la verdad” (Kovach & Rosenstiel, 2003, p. 52).

Decir la verdad representa trabajar con certezas y —como ya hemos comentado antes— la complejidad implica incertidumbre, lo que parece cuestionar la tarea habitual del periodista. No obstante, siempre es posible comprender la realidad, puesto que esta puede observarse y verificarse como hacen los historiadores, y porque —como también hacen los periodistas honestos— la construcción del relato de la noticia se realiza a partir de datos que han de ser ciertos (por supuesto, ofrecer unas declaraciones o hechos a partir de una sola fuente o voz y sin contrastarla y/o comprobarla es un fraude deontológico y una traición al principio de verdad).

A pesar de ello, la manera de relacionar los datos objetivos y de ordenarlos de una forma determinada —aun sin vulnerar la obligación profesional de la verdad— genera un sentido u otro. Y la veracidad del relato queda en entredicho, todavía más cuando se trata de temas o personajes que hacen tambalear la neutralidad. En esos casos surge inmediatamente la duda de si el tratamiento o el enfoque es justo. Pero, ¿puede haber una información “justa” sobre, por ejemplo, la inmigración o la delincuencia? (Labasse, 1997, p. 28). Probablemente no, a pesar de que los sustitutos de la búsqueda de la verdad en el periodismo de las últimas décadas hayan sido la imparcialidad y la equidad.

Aun habiendo sido dos aspiraciones nobles, los intereses empresariales y la presión ambiental, conformada por aquello que Noelle-Neumann (1995) denomina “la espiral del silencio”, han provocado que la subjetividad y el sesgo desequilibren a menudo la balanza. Parece claro, pues, que es preciso abandonar la obsesión de “decir la verdad” en un sentido purista y sustituir esta obsesión un tanto cándida por un proceso de métodos más rigurosos. Los médicos y los científicos tienen derecho a equivocarse, pero se les tolera siempre que no descuiden las buenas prácticas médicas o la experimentación en el laboratorio (Labasse, 1997, p.

28). En este sentido, el periodismo tiene que rehuir de ciertas técnicas de pretendida objetivación, que son sobre todo estrategias de apariencia más que métodos de garantía —como ha explicado bastante bien Gaye Tuchman (1983)—, y establecer protocolos de calidad que aseguren unos procedimientos suficientemente correctos. Unos principios para favorecer estos planteamientos y una alternativa a la forma dramática de la noticia es a través de una forma épica (en el sentido brechtiano de oponer el teatro del distanciamiento al teatro aristotélico), cuestión que ya explicamos en un trabajo anterior (Gómez Mompert, 2001, p. 33-34).

En el nuevo siglo, la necesidad de verdad es aun superior, porque la probabilidad de que circulen más y más grandes mentiras¹², según Kovach y Rosenstiel (2003, p. 67), es mucho mayor:

A medida que los ciudadanos se encuentran con una afluencia de datos cada vez más grande, tienen mayor —no menor— necesidad de fuentes identificables dedicadas a verificar esa información, destacando lo relevante y desechando lo que no lo es. Más que dedicar más tiempo a expurgar la información en persona —una tarea cada vez más costosa teniendo en cuenta la proliferación de medios informativos—, los ciudadanos necesitan fuentes a las que puedan recurrir para que les digan lo que es cierto y relevante [...] En esta nueva época, el papel de la prensa, por tanto, consiste en responder a la cuestión: "¿Dónde está la mejor información?" [...] La verificación y la síntesis se han convertido en la espina dorsal del nuevo papel guardián del periodista [...].

Estas lúcidas afirmaciones refutan los presagios alarmistas de que, en la sociedad de la información y gracias a internet —que ha enriquecido de manera extraordinaria el número de fuentes y de informadores, contribuyendo a una mayor democratización de la información—, los periodistas profesionales ya no tienen sentido. Precisamente ocurre lo contrario: los periodistas de verificación y de síntesis tienen que ser —según John Seeley Brown, exdirector de Xerox PARC, legendario *think tank* de Silicon Valley— los verdaderos "creadores de sentido" (Kovach & Rosenstiel, 2003, p. 67) o tal vez los nuevos "guardianes de la verdad informativa".

Ante la crisis del periodismo —que en la última década ha llevado a diferentes autores a hablar incluso de su muerte (Gómez Mompert, 2003, p. 256-258)— y en

¹² Uno de los ejemplos más curiosos del nuevo siglo ha sido la campaña orquestada, particularmente en Francia y Alemania aunque con repercusiones mundiales sobre todo en los países de mayoría islámica, según la cual los atentados del 11-S en los Estados Unidos fueron una conspiración tramada por el Pentágono, con la connivencia del Mosad (servicio secreto israelí), para después poder desplegar la guerra vengativa contra Afganistán y la guerra preventiva contra Irak; a partir de diferentes libros (de los que no hacemos referencia para no contribuir al invento y al gran negocio, con ediciones en tres docenas de idiomas), contruidos sin pruebas y a partir de "datos" extraídos por internet. Esta "teoría" ha sido amplificada mundialmente por múltiples sitios de la red y aparentemente legitimada gracias a algunos destacados magacines de la televisión.

un mundo más complejo en el que se necesita una información socialmente útil que evite la superficialidad y la trivialización, precisamos periodistas mejor preparados y periódicamente reciclados. Porque estos han de convertirse en auténticos intermediarios entre la realidad social y la ciudadanía, para orientarla (no moral ni ideológicamente) ante el alud de circulación de datos y hechos dentro y fuera de la red mundial, y para evaluar la calidad y la credibilidad informativas. Al fin y al cabo, la mediación periodística rigurosa y honesta se ha manifestado contemporáneamente como un servicio público necesario, pese a que represente una reducción de la complejidad (pensemos, por ejemplo, en la divulgación científica).

Si el periodismo implica intermediación, eso significa que el profesional y el medio de la información tienen que ofrecer garantías contra la desinformación y la subinformación, porque como informadores públicos tienen una responsabilidad social concreta con la ciudadanía, con los receptores. Ahora bien, la desinformación es un problema moral o ético, y político, porque supone una voluntad de no tratar algunos asuntos, es decir, de esconderlos y, al mismo tiempo, de desviar la atención hablando de otras cosas a menudo irrelevantes. Esta estrategia no tiene nada que ver con la subinformación, que es fundamentalmente un problema de carácter técnico y, por tanto, resoluble. No nos referimos a la falta de información importante, sino a una información incompleta o poco profundizada: no siempre se puede dar toda la información y en forma completa, porque en algunos temas es difícil hacerlo, precisamente como consecuencia de su complejidad.

En el ámbito de la enseñanza —de manera similar a la divulgación científica— ya hace tiempo que se han encontrado ciertas soluciones a los problemas derivados de la complejidad. Aprovecharse de la vulgarización no equivale a realizar una operación de trivialización. En buena medida, la vulgarización es la base del periodismo e, incluso, de alguna manera aquello que lo legitima, dado que escribir o relatar comprensiblemente y de forma amena para sus lectores y receptores no tiene que devaluar necesariamente el sentido básico de las cosas. La agilidad y la gracia estilísticas en el periodismo y en la enseñanza no llevan forzosamente al esquematismo simple o a la simplificación para memos.

Es evidente que el periodismo está al servicio del público y que también puede llevar a cabo una función didáctica. Recordemos la tarea educativa que realizaron las radios y las televisiones públicas en Europa durante las primeras décadas de la puesta en marcha, respectivamente, de estos medios, los cuales fueron durante más de medio siglo unas herramientas excelentes de educación cultural de las ma-

sas en música, teatro, literatura, divulgación científica o conocimiento del mundo. Sin duda desempeñaron un trabajo meritorio de mejora del gusto o de democratización cultural, como también lo hicieron en otras esferas como la social, la política o la económica.

En los últimos tiempos, sin embargo, se tiende a crear un vacío de conocimientos entre el público instruido y el resto de la sociedad, que puede agravarse con el uso de la interactividad digital. Un buen número de periódicos de calidad o de élite se han vulgarizado parcialmente y muchos medios de radio y de televisión se han degradado hasta el extremo de convertirse en *radiobasura* o *telebasura*, como ha explicado Mariola Cubells (2003) en relación con la producción televisiva; a pesar de que esta está estrechamente emparentada con la sociedad que la acoge y que la provoca, como ha argumentado Gustavo Bueno (2002). Parece que la alienación que diferentes autores tan bien razonaban en los años sesenta del siglo pasado, como Herbert Marcuse con su espléndida obra *El hombre unidimensional* (1969), ha sido barrida después de la posmodernidad o con la expansión del llamado pensamiento único.

A pesar de ello, el triunfo del hedonismo de masas no ha de generalizar el mal gusto y, todavía menos, en una sociedad que, además de la información, aspira a ser del conocimiento. Añadamos que la gravedad inquietante del fenómeno de la *radiobasura* o la *telebasura* —de manera similar a como ya hemos explicado en el caso del amarillismo en la prensa escrita— no radica en los programas “rosa” o del “corazón”, como suele pensarse, sino en el tratamiento de la realidad social con estos parámetros en los formatos de *infoentretenimiento* o en algunas tertulias, entre otras modalidades de la espectacularización social o de la demagogia mercenaria mediáticas.

Dados los atenuantes en relación con las dificultades para encarar la complejidad en el tratamiento informativo, muchos son los indicadores que apuntan que el periodismo socialmente útil en los temas públicamente relevantes del siglo actual ha de procurar combinar lo local con lo global, es decir, ha de aspirar a convertirse en un periodismo “glocal” (es decir, global y local a la vez). Porque la gran mayoría de temas y cuestiones locales, regionales o nacionales en la actualidad están atravesados por conexiones globales, lo que hace que, si no buscamos todas las implicaciones en las escalas correspondientes e interconectadas, estemos informando de manera deficiente y contribuyamos a la subinformación y a la desinformación.

Conclusión

Un periodismo “glocal” es un periodismo de la complejidad o, dicho con otras palabras, es imprescindible un tratamiento informativo de la complejidad si aquello que se quiere es tratar los temas “glocalmente”. Dadas las circunstancias del periodismo en general, sus hándicaps habituales y los inconvenientes de los últimos tiempos, el terreno más fértil a medio plazo del periodismo de calidad apunta más allá de un periodismo de simples noticias que, sin renunciar a ellas, aborde noticias complejas, informaciones en profundidad, temas “glocales”. Y esta práctica periodística difícilmente se puede hacer individualmente; tiene que ser el resultado del trabajo en equipo de periodistas preparados (con buena formación y/o reciclaje periódico). Estos profesionales han de escoger unos hechos importantes socialmente y aplicarles métodos rigurosos en la selección y en el tratamiento de las fuentes y de los datos, complementados o reforzados cuando sea preciso con los conocimientos y avances de los expertos, para exponerlos o relatarlos con la eficacia comunicativa de un periodismo cívico, que sobre todo se centre en temas “glocales” y en la orientación y evaluación de las informaciones dominantes dentro y fuera de la red mundial.

Traducción del catalán de Adolfo Carratalá

Referencias

- Augé, M. (2001). *Ficciones de fin de siglo*. Barcelona: Gedisa.
- Borjesson, K. (2002). *Into the Buzzsaw: leading journalists explore the myth of a free press*. Amherst: Prometheus Books.
- Brooks, B. S. (1997). *Journalism in the information age: a guide to computers for reporters and editors*. Boston: Allyn and Bacon.
- Bueno, G. (2002). *Telebasura y democracia*. Barcelona: Ediciones B.
- Cayrol, R. (1997). *Médias et démocratie: la dérive*. Paris: La Bibliothèque du Citoyen, Presses de Sciences Po.
- Cubells, M. (2003). *¡Mírame, tonto!* Barcelona: Robinbook.
- Cué, C. E. (2004). *Pásalo*. Madrid: Península.
- Debord, G. (1976). *La sociedad del espectáculo*. Madrid: Castellote.
- Fraguas de Pablo, M. (1985). *Teoría de la desinformación*. Madrid: Alhambra.
- Garrison, B. (1995). *Computer-assisted reporting*. Hillsdale: LEA.
- Glasser, T. L. (ed.) (1999). *The idea of public journalism*. Nova York: The Guilford Press.
- Gómez Mompert, J. L. (2001). Periodismo de calidad para una sociedad global. *Pasajes* 7, p. 25-35.
- Gómez Mompert, J. L. (2003). “El periodismo después del fin del periodismo”. En: Company, A. et al. (eds.). *Aportacions de la comunicació a la comprensió de la història del segle XX: la comunicació audiovisual en la història* (p. 255- 267). Palma: Universitat de les Illes Balears.
- Gómez Mompert, J. L. et al. (eds.). (2013). *La calidad periodística: teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I; Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Pompeu Fabra; València: Universitat de València.

- Iorio, S. H. (ed.) (2004). *Qualitative research in journalism: taking it to the streets*. Mahwah (NJ), London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Jowett, G. S. & O'Donnell, V. (1999). *Propaganda and persuasion*. London: Sage.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid: Santillana.
- Labasse, B. (1997). Repenser la information?: vieux schémas et nouveaux enjeux. *Les Cahiers du Journalism 3*, p. 26-35.
- MacArthur, J. R. (2002). *El segundo frente: censura y propaganda en la Guerra del Golfo*. Madrid: C. de Langre.
- Marcuse, H. (1969). *El hombre unidimensional: ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Barcelona: Seix Barral.
- Martínez, G. (2004). *Pásalo*. Barcelona: Debolsillo.
- Mills, C. W. (1981). *La imaginación sociológica*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Morin, E. (1994). *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Gedisa.
- Morresi, E. (2003). *Etica della notizia: fondazione e critica della morale giornalistica*. Bellinzona: Casasgrande-Saggi.
- Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio: opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
- Partal, V. & Otamendi, M. (2004). *11-M: el periodisme en crisi*. Barcelona: Ara Llibres.
- Parreño Rabadán, M. (2013). "La argumentación de los periodistas sobre la calidad del periodismo". En: Gómez Mompert, J. L. et al. (eds.). *La calidad periodística: teorías, investigaciones y sugerencias profesionales* (p. 105-118). Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I; Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Pompeu Fabra; València: Universitat de València.
- Pásalo* (2004). Madrid: Traficante de los Sueños.
- Pasolini, P. P. (1983). *Escritos corsarios*. Barcelona: Planeta.
- Ramonedá, J. (2004). "El poder está en otra parte", *El País*, Madrid, 5 de septiembre.
- Robert, B. (1997). Médias et situations de crise: invitation à un partage d'expérience. *Les Cahiers du Journalism 3*, p. 70-77.
- Rodríguez, P. (2004). *El 11-M, mentira de Estado*. Barcelona: Ediciones B.
- Rousseaux, N. (1996). Causes et solutions endogènes à la crise du journalisme écrit généraliste. *Les Cahiers du Journalism 2*, p. 166-175.
- Schwartzberg, R.-G. (1977). *L'État spectacle: essai sur et contre le star system en politique*. Paris: Flammarion.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*. México D.F.: Gustavo Gili.
- Verdú, V. (2003). *El estilo del mundo: la vida en el capitalismo de ficción*. Barcelona: Anagrama.
- Vidal-Beneyto, J. (2004). "Cultura, saber social y pedagogía ciudadana". *El País*, Madrid, 31 de julio.
- Volkoff, V. (1999). *Petite histoire de la désinformation: du cheval de Troie à internet*. Mónaco: Editions du Rocher.
- Watine, T. (1997). Journalism et complexité. *Les Cahiers du Journalism 3*, p. 14-25.
- Wolton, D. (1999). *Sobre la comunicación: una reflexión sus luces y sus sombras*. Madrid: Acento.

Contacto

Josep Lluís Gómez Mompert

Josep.Ll.Gomez@uv.es