

**ÁGUILAS Y COLIBRÍES**  
PERIODISTAS  
INNOVADORES EN  
EUROPA

*José Alberto García Avilés*

Águilas y colibrís: periodistas innovadores en Europa

Ilustración de portada: Daniela García Salazar  
Maquetación y composición de portada: Javi Padilla  
Corrección y edición: Amparo Baca Páez

1ª edición: marzo de 2025

© José Alberto García Avilés  
© Playhacks

ISBN: 978-84-09-69630-7

Producción editorial: Playhacks  
Miguel Manaute Humanes s/n. Edificio Ciudad del Conocimiento. Sala 3

Impreso en España - *Printed in Spain*

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright.

# ÍNDICE

<b>Las águilas y los colibríes del periodismo.....</b>	<b>11</b>
La energía de las águilas y los colibríes .....	12
Un viaje en busca de soluciones.....	16
El Titanic se hunde .....	18
El periodismo vuelve a sus raíces.....	23
<b>Periodistas que construyen nuevos medios de comunicación .....</b>	<b>27</b>
El periodismo sube al escenario.....	28
Embarcarse en una aventura apasionante .....	34
El nacimiento de un diario en plena guerra de Ucrania .....	37
Un emprendedor eslovaco al que le cuadran los números .....	43
«Sólo nuestros lectores pueden comprarnos».....	46
El mensaje de Mensagem Lisboa.....	49
Estar cerca de los problemas reales de la gente .....	52
Todo un hombre del Renacimiento .....	55
<b>Los robots fabrican las noticias.....</b>	<b>71</b>
Así transforma la Inteligencia Artificial los medios de comunicación.....	72
Conversamos con David Caswell, experto en IA y periodismo .....	76
Una voz generada mediante IA te ofrece las noticias.....	80
Un gemelo virtual suena igual que tu locutor de radio favorito .....	83
No te fíes de los presentadores de televisión generados con IA .....	86
Cómo los medios de comunicación le están sacando partido a la IA.....	88
Conversamos con Agnes Stenbom, directora de estrategia de IA (Schibsted, Suecia).....	91
Cinco escenarios y el futuro impacto de la IA en el ecosistema informativo.....	95

**Innovación: su lado oscuro y su potencial transformador ..... 101**

No te dejes embaucar por los caballeros oscuros..... 102

El exceso de innovación produce fatiga ..... 106

Los innovadores no son superhéroes ..... 108

Innovar consiste en comprender, crear y desarrollar (Mario Tascón, Prodigioso Volcán) ..... 112

Innovar es diseñar un plan y aplicarlo sin desfallecer (Marie Hédin-Christophe, La Lettre du Musicien)..... 116

Innovar es lanzar un proyecto y arremangarse con tu equipo (Serge Michel, Heidi.news)..... 119

Innovar es crear productos que mejoran la sociedad (Ezra Eeman, NPO) ..... 123

Conversamos con Ezra Eeman, director de innovación de NPO (Países Bajos) ..... 124

Innovar es romper con lo establecido y volver a las raíces (Luca Sofri, Il Post) ..... 126

Conversamos con Luca Sofri, director y fundador de Il Post (Italia) ..... 129

Águilas y colibríes innovadores..... 131

**Líderes que cuidan y confían..... 133**

El liderazgo de las águilas en las redacciones..... 134

La maravillosa contribución de los colibríes ..... 135

Cómo un diario sueco superó una crisis y salió reforzado..... 136

Conversamos con Lena K. Samuelsson, ex directora de Aftonbladet (Suecia)..... 140

Líderes para un tiempo nuevo ..... 144

Conversamos con Alison Gow, consultora de medios (Reino Unido)... 149

Cuando los periodistas se rompen: la salud mental en las redacciones..... 152

Claves del liderazgo en los medios de comunicación .....	156
Consejos a tu yo del pasado.....	159

**Una relación especial con sus audiencias ..... 167**

Periodistas que saben escuchar .....	168
Periodismo a velocidad de “Tortuga” (Tortoise, Reino Unido).....	171
Unir fuerzas con los lectores hizo triunfar una investigación (De Correspondent, Países Bajos).....	174
Una relación directa de los periodistas con su público.....	177
Ocho medios que enamoran a sus audiencias .....	182
Escuchar con los cinco sentidos.....	191

**La máquina del tiempo ..... 195**

El poder de las historias.....	196
Los secretos de Maja Luna en Instagram (DR, Dinamarca).....	199
Un juego para concienciar sobre el cambio climático (Financial Times, Reino Unido) .....	202
Conversamos con Sam Joiner, director de historias visuales, Financial Times.....	204
Jóvenes que sueñan con ser futbolistas profesionales (Divergente, Portugal).....	207
Conversamos con Sofia da Palma, periodista visual, (Divergente, Portugal).....	210
Vivir aislado durante años (Yle, Finlandia).....	213
Destapando al estafador de Tinder (VG, Noruega).....	216
Un «plan maestro» que pone en riesgo la democracia alemana (Correctiv, Alemania).....	221
Podcasts con historias que atrapan (Chora News, Italia).....	227
Periodismo en directo desde el escenario (Live Magazine, Francia).....	230
No es el qué, sino el cómo lo cuentas .....	234

<b>Vuela alto y abraza la tormenta .....</b>	<b>235</b>
La tormenta perfecta .....	236
En busca del Santo Grial.....	239
Hacia un periodismo sostenible: el valor de la estrategia .....	243
Conversamos con Daryna Shevchenko, CEO, The Kyiv Independent (Ucrania).....	250
Conversamos con Inga Sprinģe, periodista de investigación, Re:Baltica (Letonia) .....	255
Cómo superar los tiempos turbulentos .....	260
El imbatible liderazgo de las águilas y los colibríes .....	268
<b>Epílogo para quienes amamos el periodismo .....</b>	<b>274</b>
<b>Agradecimientos.....</b>	<b>279</b>

*A María José, mi colibrí, mi águila, mi todo*



INTRODUCCIÓN:  
LAS ÁGUILAS Y  
LOS COLIBRÍES DEL  
PERIODISMO

*«Para ser periodista, ante todo, hay que ser buena persona»*

Ryszard Kapuscinski

## La energía de las águilas y los colibríes

En el periodismo actual encontramos una fauna alada muy diversa. Ásperas, provocadoras, insolentes... muchas de estas aves representan a los profesionales de la información<sup>1</sup>.

Charlatanas por antonomasia, las cotorras pronuncian monólogos con insaciable verborrea, ya que les encanta escucharse a sí mismas. Las madrugadoras alondras despliegan su energía desde primera hora y se acuestan pronto vencidas por el sueño. Los búhos, en cambio, trabajan de noche y les encanta compartir su sabiduría. Los buitres rebuscan entre la basura, atacan si huelen sangre y usan el insulto como arma arrojada. Los cuervos presagian tiempos oscuros y malas noticias; conviene mantenerse alejado de ellos. Las urracas son amantes de lo ajeno: si ven algo que les gusta, lo copian sin ningún miramiento.

Los gallos, individualistas y chulos, andan con la cabeza alta pavoneándose como dueños del corral. Sus primos hermanos los pavos reales, aún más engreídos, asumen un protagonismo desmesurado. Las gallinas miden sus palabras por miedo a contristar; en cuanto detectan algún peligro, ahuecan el ala. Los tortolitos intercambian ostentosamente sus mensajes de amor en público. Los ruiseñores nos alegran la vida con sus cantos y su colorido plumaje. El cuco, camuflado entre el follaje, espera su oportunidad para flirtear o gastar una broma.

Es conocida la hipocresía de la paloma que, con esa farsa de que simboliza la paz, vierte sus detritos en cualquier lugar. El pájaro carpintero taladra todo lo que encuentra hasta destruirlo por completo. El halcón planea en las alturas; sólo desciende a los asuntos mundanos cuando se abalanza, implacable, sobre su presa. La gaviota so-

---

1. *Esta clasificación de periodistas se inspira en el Aviario de Mario Tascón y Fernando Tascón (2016). Ed. Catarata.*

brevuela los vertederos, donde busca sacar tajada y venderse al mejor postor. El loro repite una y otra vez las consignas de sus jefes con un sonoro retintín. El tucán luce sus mejores galas y comenta los chismorreos, acaparando el protagonismo a toda costa.

Por supuesto, también encontramos mirlos blancos, cabezas de chorlito, avestruces y pollos sin cabeza. E incluso si buceamos en la mitología: el ave fénix, el pájaro de fuego, el búho de Atenea o el rara avis. ¡Los periodistas son una fauna verdaderamente variopinta!

Las águilas y los colibríes, en cambio, son muy especiales.

Hace poco tuve la fortuna de viajar a Costa Rica con María José, mi mujer. La primera etapa del recorrido nos llevó al Parque Nacional de Tortuguero, al noreste del país, conocido internacionalmente por proteger la playa de anidación de tortugas verdes más importante del planeta.

El segundo día transcurrió cargado de emociones. Habíamos salido en una lancha temprano, a las 5.30 de la mañana, para avistar el despertar del bosque lluvioso. Ya íbamos de regreso cuando Alan, nuestro joven guía, nos pidió que guardáramos silencio. Alan señaló la copa de un cedro a unos 15 metros. Enfoqué mis binoculares y, para mi sorpresa, la distinguí con total claridad: era un águila crestada. Cuando te enseñan a mirar, a fijarte en los detalles en las copas de los árboles y entre la maleza, descubres mucho más de lo que veías antes.

Los avistamientos de esta especie son rarísimos. Con unos 80 centímetros de envergadura, el águila crestada destaca por sus alas anchas y redondeadas y un penacho puntiagudo. Su cuello, pecho y cabeza son de color gris oscuro, mientras que en su vientre predominan los tonos café y blanco. Se alimenta de mamíferos, sobre todo de monos y perezosos, así como de iguanas y lagartos. En cuanto advirtió nuestra presencia, emprendió el vuelo y desapareció.

Fue muy emocionante. Me sentí un privilegiado por haber contemplado esta preciosa rapaz.

Cinco días después, cruzando el lago a los pies del volcán Arenal, llegamos al Parque Nacional Monteverde, conocido como “el bosque de nubes”. De todas las variedades de bosque en Costa Rica, los nubosos mantienen una capa de humedad constante. Monteverde alberga una exuberante diversidad de orquídeas y alrededor de ellas pululan los colibríes. Alan nos explicó que en Costa Rica habitan más de 50 especies diferentes. Caminamos hasta un hermoso jardín donde más de cien ejemplares revoloteaban sin cesar. Nunca había visto tantos a la vez. Allí pasé casi dos horas, totalmente embelesado por el ir y venir de los colibríes. El espectáculo no te deja indiferente. Esas preciosas aves volarán para siempre en mi memoria.

Cuando pienso en los protagonistas de este libro, me acuerdo del águila y de los colibríes.

Majestuosas, veloces, sigilosas e inteligentes: la hegemonía de los cielos es de las águilas. Estas rapaces imponentes ascienden hasta donde ningún otro ser vivo alcanza. Con sus potentes músculos, pueden superar los 7.000 metros de altura y volar durante horas. En plena tormenta, las águilas usan el viento para elevarse por encima del horizonte. Su agudeza visual está muy desarrollada; les permite identificar a sus presas a cientos de metros.

El periodista águila denota poderío y posee un carácter luchador. Nunca da una batalla por perdida. Inspira a sus compañeros y subordinados. No es vanidoso ni se recrea en sus logros. Despierta admiración por su agilidad y su sabiduría. Personifica la energía y la nobleza.

Los colibríes son tan increíbles y rápidos que la primera vez que veas uno... ¡Probablemente no estarás seguro de lo que viste! Poseen cuerpos cortos y rechonchos, con alas largas y un plumaje muy colorido. Obtienen el néctar de las flores con sus largos picos. Su vuelo se parece más al de un insecto que al de los demás pájaros. Una vez que has visto volar a un colibrí, las otras aves te parecen torpes. Se

mueven hacia atrás, hacia adelante y flotan en el aire. Puedes distinguir sus cabezas inmóviles, mientras sus alas laten tan rápido que a duras penas distingues un borrón en el aire. Asombra que un ave tan diminuta pueda ser tan rápida: alcanza los 95 km/h. Su corazón oscila entre los 600 latidos por minuto en reposo y los 1.000 latidos si está excitado.

El periodista colibrí destaca por su versatilidad. No le asustan las dificultades. Representa la inteligencia, la adaptabilidad al cambio y el optimismo. En Costa Rica te explican que cuando ves un colibrí es que alguien te envía una señal de amor.

Los periodistas que he conocido comparten la energía de las águilas y los colibríes. Inspiran a sus colegas y ejercen un papel transformador en sus organizaciones.

Como suelo decir, hay personas que suman ( $1+1=2$ ), y hay otras que multiplican ( $1+1=10$ ).

Admiro su capacidad de trabajo, de adaptación al cambio y versatilidad. Son capaces de otear el horizonte, identificar los obstáculos, arremangarse y trabajar codo con codo con sus equipos. Se crecen ante cualquier dificultad. Y abrazan la tormenta.

Cuando los medios atraviesan una profunda crisis económica, de audiencia y de credibilidad, y son cada vez más cuestionados, estos profesionales afrontan los retos e insuflan aire fresco. Por eso me gusta llamarlos las águilas y los colibríes del periodismo.

Son auténticos líderes.

He tenido la suerte de aprender muchísimo de ellos, en conversaciones muy enriquecedoras que compartiré contigo. A través de su mirada, de sus obras y sus ideas, nos adentraremos en el periodismo innovador que florece por toda Europa.

Te invito a que me acompañes.

## Un viaje en busca de soluciones

En abril de 2024 inicié un recorrido por 16 países con objeto de conocer de primera mano a una treintena de profesionales que está transformando el periodismo en Europa. Seleccioné a cada uno tras un arduo proceso de investigación en el que profundicé en su trayectoria, en su visión y en sus logros.

Decidí dejar de lado los medios de comunicación en nuestro país porque anhelaba aire fresco. Por ese motivo, obvié a los periodistas españoles —salvo dos excepciones— y puse el foco en otros países europeos. Tampoco abordé los medios en Estados Unidos, donde sin duda surgen innovaciones de gran alcance, ni el fascinante periodismo que se lleva a cabo en buena parte de Latinoamérica. Ambos escenarios podrían ser objeto de futuras exploraciones.

A lo largo de seis meses he recorrido medios de comunicación nuevos y tradicionales, públicos y privados, grandes y pequeñas redacciones desde Ucrania, Eslovaquia, Estonia y Polonia hasta Francia, Italia, Portugal y Reino Unido, pasando por Finlandia, Dinamarca, Suecia, Alemania, Austria, Suiza y Países Bajos.

Ha sido una experiencia inolvidable.

He conversado con periodistas en sus redacciones, en las cocinas y despachos de sus casas, o en oficinas improvisadas en una cafetería o en la sala de espera de un aeropuerto. Mediante videoconferencia, he charlado con gente curiosa, inteligente y profundamente enamorada del periodismo, trabajadores incansables que buscan soluciones a los problemas de la profesión.

He conocido a muchas buenas personas —como dice Kapuscinski— que me han inspirado.

En una época de tanta incertidumbre y cuando todo cambia tan rápido, el liderazgo de estos periodistas me llena de esperanza.

Me emociona la magnanimidad y fortaleza de Daryna Shevchenko

y de los periodistas del diario ucraniano *The Kyiv Independent*, que trabajan sometidos a un continuo estrés por la guerra que pone en riesgo su salud y, en ocasiones, su vida.

Me conmueve la tenacidad de Serge Michel, director del medio digital *Heidi.news*, cuyas investigaciones han revelado escándalos que afectan a personas e instituciones muy poderosas en Suiza. Aunque algunos los han llevado a los tribunales, hasta ahora los periodistas de *Heidi.news* han ganado todos los litigios.

Me fascina la determinación de Carine Fouteau, directora del medio digital francés *Mediapart*, absolutamente implicada en defender la independencia de sus profesionales, impulsar su trabajo de investigación y estrechar lazos con los lectores y suscriptores.

Me impresiona la inteligencia y la visión de David Schraven, cofundador y director de *Correctiv*, un medio sin ánimo de lucro que promueve un periodismo al servicio de la sociedad en Alemania. Sus iniciativas fortalecen la implicación ciudadana y la democracia.

He sido testigo de la energía de Alison Gow, exdirectiva del mayor grupo regional de medios en Reino Unido; de la entereza de Luca Sofri, el veterano director italiano con vocación de pinchadiscos; de la pasión de Florence Martin-Kessler, que hace posible que los periodistas cuenten sus historias desde un teatro en París; del empuje de Gerold Riedmann, editor de un prestigioso diario austríaco; del entusiasmo de Anna Górnicka, cofundadora de una iniciativa que está revolucionando el periodismo en Polonia; de la vitalidad creativa de la reportera portuguesa Sofia da Palma.

Y tantas otras mujeres y hombres que irán apareciendo a lo largo de estas páginas.

Les agradezco su generosidad. Por haberme dedicado su valioso tiempo. Por la amplitud de sus respuestas a mis inquietudes y ganas de aprender. Por estar disponibles para facilitarme un dato, resolver una duda o darme ánimo a lo largo del proyecto.

Hemos hablado no sólo sobre asuntos profesionales y tecnológicos sino, sobre todo, cruciales: ¿Cómo puede el periodismo recuperar su relevancia social? ¿De qué modo los medios lograrán ser económicamente sostenibles y editorialmente independientes? ¿Qué deben hacer para reconectar con los ciudadanos? ¿Qué iniciativas periodísticas destacan en Europa?

Éstas fueron algunas de las preguntas que guiaron mis conversaciones con 32 periodistas de 16 países europeos, las águilas y los colibríes de la profesión.

Sus logros y su visión muestran que el periodismo en Europa está lleno de vitalidad, con un futuro prometedor, aunque no faltan quienes se empeñan en augurar lo contrario.

## **El Titanic se hunde**

La noche del 14 al 15 de abril de 1912, mientras el transatlántico británico Royal Mail Ship Titanic se iba a pique durante su viaje inaugural con 2.225 pasajeros a bordo, los ocho integrantes de la orquesta Wallace Hartley Band siguieron interpretando su repertorio en el salón de primera clase. Intentaron que los pasajeros no entraran en pánico ni perdieran la esperanza. Poco después continuaron ininterrumpidamente su actuación en la cubierta de popa. La banda no dejó de tocar incluso cuando resultaba evidente que la situación era irreversible. A las 2.20 horas de la madrugada, apenas tres horas después de chocar con un enorme iceberg, el Titanic se hundió en las gélidas aguas al norte del océano Atlántico, a 740 kilómetros de las costas de Terranova.

Los ocho profesionales de la Wallace Hartley Band perdieron la vida. Sólo se recuperaron los cuerpos de tres de ellos. A los políticos y a los medios de comunicación les faltó tiempo para alabar su heroísmo y erigir monumentos en su memoria. Por todo ello, los músicos

del Titanic se consideran un símbolo del estoicismo y del sacrificio ante la tragedia<sup>2</sup>.

Pienso en esta escena, inmortalizada en el Titanic de James Cameron y en otras películas, cuando asisto a los congresos donde de forma recurrente se habla de «salvar» el periodismo y reinventar la profesión. Tarde o temprano, académicos y profesionales abordan la crisis que afrontan los medios de comunicación y debaten cómo salir a flote. A menudo escucho frases como «Hay que renovar el modelo de negocio», «Pongamos al usuario en el centro del proceso» o «Implementemos estrategias de crecimiento». En ese momento me imagino a una orquesta que interpreta sin cesar la melodía *Salvemos el periodismo*, mientras muchos medios de comunicación intentan taponar las vías de agua, se inundan y se van a pique.

«Salvemos el periodismo» ha sido la banda sonora de la profesión durante décadas.

Muchos gurús aseguraron que internet, Facebook, Google, las redes sociales o la Inteligencia Artificial son los que salvarán el periodismo. La obsesión por conseguir audiencias a toda costa ha sido tremendamente perjudicial. El impacto de las métricas para aumentar el volumen de usuarios y los titulares engañosos (*clickbait*) han deteriorado el prestigio de infinidad de medios.

La credibilidad también está tocada. Hay demasiados intereses e ideologías en juego. Muchos ciudadanos se muestran hartos del periodismo de trinchera, de la polarización, el negativismo y la descalificación generalizada. Según un Informe del Instituto Reuters, el 40% de los españoles no confía en la información periodística y el 44% no sigue las noticias porque los medios no los representan, no se sienten escuchados o están saturados<sup>3</sup>.

---

2. Este episodio se relata en Tad Fitch, J. K. Layton y Bill Wormstedt (2012). *On a Sea of Glass: The Life & Loss of the RMS Titanic*. Amberley Publishing.

3. Datos recogidos en el informe Digital News Report (2024). Oxford Reuters Ins-

El COVID-19 fue la puntilla que agravó la devastadora situación económica de los medios. En la actualidad, su nivel de financiación en la mayoría de los casos es preocupante: la inversión publicitaria y las ventas en quioscos se desploman, las suscripciones se estancan y los eventos pierden fuelle. La tarta de los ingresos publicitarios se la reparten entre las grandes tecnológicas: Tik Tok, Meta, Microsoft, Google... Los medios apenas reciben migajas.

No hace falta que insista. Las empresas informativas atraviesan tiempos difíciles: precariedad, recortes, contratos-basura, ERES, cierres, deterioro del clima laboral... Muchos periodistas no llegan a fin de mes, y quienes sí lo consiguen afrontan largas y estresantes jornadas laborales con sueldos más bien modestos.

El periodismo cuesta mucho y parece que vale poco.

Es algo que damos por supuesto, como si el derecho a la información lo tuviéramos garantizado a coste cero. Pero no es así. La actividad de informar conlleva un desembolso elevado. Sustener redacciones nutridas de periodistas independientes es caro. El trabajo de los corresponsales, las exclusivas, las coberturas... El periodismo de calidad cuesta mucho tiempo y dinero.

Durante muchos años se extendió la idea de que “las noticias en internet son gratis”. Hoy la gran mayoría no quiere pagar ni un euro por la información. Y prefiere suscribirse a Netflix o Spotify antes que a un diario.

La crisis del sector ha sido objeto de infinidad de libros<sup>4</sup>. Los tí-

---

*tute for the Study of Journalism*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2024>

4. Robert W McChesney y John Nichols (2010). *The Death and Life of American Journalism*; Mikel Ayestarán y otros (2012). *Cómo y por qué la crisis del periodismo nos afecta a todos*; Jeffrey C. Alexander y otros (eds.) (2016). *The Crisis of Journalism Reconsidered*; Marvin Olasky (2019). *Reforming Journalism*; Andrey Mir (2020). *Post Journalism and the death of newspapers*; Andrew Conte (2022). *Death of the Daily News*; Paloma Dallas y Paula Ellis (eds.) (2023). *Reinventing*

tulos son elocuentes: *Vida y muerte del periodismo*, *La muerte de las noticias*, *Postperiodismo y la muerte de los periódicos*, *Reinventar el periodismo para fortalecer la democracia*, *Periodismo en crisis*, *La crisis del periodismo reconsiderada* o *Recuperemos el periodismo*.

El panorama que describen es ciertamente sombrío.

Si leemos esos títulos de corrido, tenemos la sensación de que el periodismo es un paciente al borde del colapso, ingresado en la UCI. Algunos van más allá, sostienen que el periodismo ha pasado a mejor vida y ultiman los preparativos para su funeral. Incluso hay quien ya le rinde homenajes por los servicios prestados, como a los músicos del Titanic.

En su obra *La muerte del periodismo*, el periodista y profesor Teodoro León Gross afirma que esta profesión ha pasado «de ser el cuarto poder en el siglo XX a convertirse en actor secundario en el siglo XXI, al perder potencia como contrapeso real para los gobiernos». León Gross justifica la debacle a partir del desplome del modelo de negocio basado en la publicidad, la pérdida de la independencia financiera, el impacto del sensacionalismo y «la pérdida de la verdad en toda la cadena de valor»<sup>5</sup>. Es decir, desde que los periodistas recogen y filtran la información hasta que la producen y distribuyen, la verdad sufre un deterioro que daña irreversiblemente la credibilidad de los medios.

El veterano reportero Brian J. Karem, en *Liberar la prensa: la muerte del periodismo y cómo revivirlo*<sup>6</sup>, constata el deterioro de la institución. Según Karem, los medios buscan clics y visitas a toda costa, y a menudo se olvidan de explicar los asuntos relevantes y

---

Journalism to Strengthen Democracy; Ignacio Bel (ed.) (2023) *Recuperemos el periodismo. Ideas para regenerar la profesión periodística*.

5. Teodoro León Gross (2024). *La muerte del periodismo. Cómo una política sin contrapoder degrada la democracia*. Deusto.

6 Brian J. Karem (2022). *Free the Press: The Death of American Journalism and How to Revive It*. Prometheus.

aportar el contexto. Los periodistas no han sabido contrarrestar el impacto de las redes sociales y la injerencia del poder hasta que ya fue demasiado tarde, sentencia Karem.

El profesor Ignacio Bel sostiene que las presiones políticas y el retroceso de las libertades públicas hace «que la profesión periodística esté pasando por uno de los momentos más duros de su historia»<sup>7</sup>. Bel describe un escenario apocalíptico en los medios, caracterizado por la pérdida de talento en las redacciones, los despidos masivos «y la irrupción de ejecutivos que desconocen que la información se entiende como un derecho ciudadano».

Muchas empresas periodísticas afrontan serios problemas y algunos medios andan como zombis. Yo no estoy de acuerdo con quienes certifican la muerte del periodismo, levantan su acta de defunción y se afanan en amortajar el cadáver.

Sin embargo, la crisis actual no se debe exclusivamente a los retos tecnológicos ni a los modelos de negocio fallidos. Cuando los ciudadanos dan la espalda al periodismo, dejan de seguir las noticias en prensa, radio y televisión, acusan a los periodistas de propagar bulos o expresan una creciente desconfianza hacia los medios, necesitamos plantearnos qué se está haciendo mal. Numerosos medios se hallan lastrados por la excesiva ideologización y la falta de autocrítica, por las malas decisiones de sus gestores o su manifiesta desconexión con la realidad.

A lo largo de 25 años he entrevistado a decenas de periodistas y directivos de medios en España y en otros países europeos. En conversaciones distendidas hemos hablado sobre los problemas en la profesión y los procesos de cambio e innovación.

De puertas afuera, todos te venden lo bien que funciona su organización, lo clara que tienen su hoja de ruta y lo mucho que están

---

7. Ignacio Bel (ed.) (2023). Recuperemos el periodismo. Ideas para regenerar la profesión periodística. *Gestión 2000*. p. 7.

innovando en tal o cual asunto. Te aportan algunos datos —no demasiados— y te cuentan ufanos alguna anécdota con final feliz para que compruebes que les va estupendamente. El relato predominante es que los medios funcionan y no hay motivos para que cunda el pánico.

De puertas adentro, la historia es bien distinta.

La mayoría admite, eso sí, en privado —«no me cites, por favor»—, que el periodismo está en caída libre. Les preocupa la falta de credibilidad y la popularidad de los creadores de contenido e influencers, no tienen ni idea de cómo les va a afectar el tsunami de la Inteligencia Artificial y coinciden en que la crisis del sector es tan profunda que «todo, absolutamente todo» puede estallar en cualquier momento. Hasta los medios que aparentan mayor solidez atraviesan dificultades de enorme calado.

«La crisis económica y la falta de confianza nos pasa factura a todos».

«Hemos perdido el norte. Vamos cuesta abajo y sin frenos. Nunca había visto nada igual».

«La incertidumbre es total. Nos pasamos el día corriendo como pollos sin cabeza».

La crisis del periodismo lleva anunciándose desde hace tiempo, pero la criatura está vivita y coleando.

Y es que, paradójicamente, buena parte del periodismo sí goza de buena salud.

Te voy a contar por qué.

## **El periodismo vuelve a sus raíces**

Llevamos décadas pronosticando el final del periodismo.

Muerto por internet. Por las redes sociales. Por el desplome del papel. Por la falta de ingresos. Por la pérdida de credibilidad. Muerto por la desinformación y los bulos.

Y ahora, herido de muerte por la Inteligencia Artificial (IA).

La revolución de la IA en todas sus manifestaciones, desde la automatización de los procesos, los algoritmos, la IA generativa y los buscadores inteligentes hasta los contenidos de imagen, texto, audio y vídeo generados mediante los sistemas de IA, le pueden dar la puntilla a una industria que se encuentra en crisis desde hace más de dos décadas.

La IA se implanta a velocidad vertiginosa porque es una tecnología que incide en todos los ámbitos: ciencia, cultura, política, economía, salud, derecho, comunicación y relaciones sociales. No podemos predecir con exactitud cómo la IA va a transformar el ecosistema informativo ni a qué velocidad, pero debemos prever que las máquinas superan con creces la capacidad humana para tomar decisiones en tiempo real.

En la ceremonia de confusión que nos rodea, el periodismo se ha convertido en un cajón de sastre donde caben todo tipo de realidades. A cualquier cosa se le llama hoy «periodismo».

En la jerga académica se habla de periodismo algorítmico, alternativo, aumentado, automatizado, ciudadano, cívico, computacional, constructivo, de datos, de marca, de proximidad, de soluciones, digital, explicativo, gonzo, *high tech*, hiperlocal, humano, humanitario, inmersivo, interpretativo, lento, móvil, multimedia, mutante, narrativo, *online*, robot, social y transmedia.

Estos 30 adjetivos representan 30 modalidades del periodismo. Y estoy seguro de que habré olvidado alguna.

Sin embargo, todas esas etiquetas sobran. Son «apellidos» que desnaturalizan su esencia.

Hablemos de periodismo a secas, sin edulcorantes ni conservantes o aditivos que lo adulteren. La clave es el sustantivo. Lo importante es que sea periodismo al cien por cien.

Cuando estudiaba esta carrera me explicaron que el periodismo

consiste en explicar lo que sucede de forma veraz y ecuánime, aportando el contexto y lo que necesita saber la ciudadanía. Investiga y fiscaliza a los poderosos, pues es un servicio público indispensable.

Ni más, ni menos.

Muchos periodistas han perdido el norte y avanzan sin rumbo. Se dejan llevar por los cantos de sirena de los algoritmos, la IA, las redes sociales o la última moda. Están desorientados.

Los periodistas con los que he conversado, en cambio, transmiten una energía muy potente, contagiosa. Les mueve la pasión por investigar, descubrir la verdad y contarla con rigor e independencia. Hablan con sus audiencias, las escuchan, les ofrecen la información que precisan y soluciones a sus problemas. Su trabajo cimienta la salud democrática en nuestra sociedad.

Promueven un periodismo veraz, original y valiente, capaz de seducir a las audiencias.

La tesis de este libro es que el periodismo debe volver a sus raíces y recuperar su esencia.

Por eso, estoy convencido de que sólo los periodistas enamorados salvarán su profesión.

Ni más, ni menos.

Estos líderes encuentran soluciones y las aplican con determinación. Desde hace años, están transformando los medios de comunicación.

Son las águilas y los colibríes del periodismo.