

(Re)sentimiento periodístico en tiempos de mudanzas

Journalistic (re)sentment in times of moving

Xosé López-García; José Casás

López-García, Xosé; Casás, José (2025). "(Re)sentimiento periodístico en tiempos de mudanzas". *Anuario ThinkEPI*, v. 19, e19a03.

<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2025.e19a03>

Publicado en *IweTel* el 13 de febrero de 2025

Xosé López-García

<https://www.directorioexit.info/ficha1667>

<https://orcid.org/0000-0002-1873-8260>

Universidade de Santiago de Compostela

xose.lopez.garcia@usc.gal

José Casás

<https://www.directorioexit.info/ficha6982>

<https://orcid.org/0000-0002-3004-5205>

Universidade de Santiago de Compostela

j.casas@usc.es



Resumen: El periodismo encuentra pocos defensores y son muy pocos los actores sociales que realmente lo apoyan. Es el precio que debe pagar por resultar incómodo para aquellos que, por distintos motivos, no les resulta grato que existan profesionales de la información que le cuenten a la gente lo que le pasa a la gente. Desde distintos ámbitos institucionales y sociales se han dado pasos para colocar a los periodistas y a las organizaciones de noticias en el punto de mira de la crítica, no siempre razonable ni justificable, con el objetivo de erosionar su reputación. La actual fase de la transformación digital, marcada por el ruido, la

liquidez, la alta tecnología disruptiva, la desinformación y la polarización que alimentan el ecosistema de mudanzas, incentiva el cultivo de resentimiento mediático y desdibuja las aportaciones que la información de calidad aporta a la construcción no solo de sociedades más democráticas, sino a modelos sociales más sostenibles y saludables. En este trabajo analizamos los desafíos que afronta el periodismo digital justo cuando cumple treinta años de una travesía en la que ha mostrado su capacidad de adaptación para cumplir su cometido esencial para la democracia, la rendición de cuentas y la participación cívica. Se observa un progresivo incremento de las descalificaciones del periodismo y los periodistas. A partir del panorama actual, que se construye a partir de datos de 2024, se plantean retos para las organizaciones de noticias, los periodistas y la investigación en el campo periodístico. Se sugiere una revisión de alianzas en el campo mientras se integra la inteligencia artificial como apoyo a la labor profesional de los periodistas.

Palabras clave: Periodismo digital; Periodistas; Alta tecnología e información de calidad.

Abstract: Journalism finds few defenders and very few social actors –the social agents who develop social action– who really support it. This is the price it has to pay for being uncomfortable for those who, for various reasons, do not like the fact that there are information professionals who tell people what happens to people. From various institutional and social quarters, steps have been taken to place journalists and news organisations in the spotlight of criticism, not always reasonable or justifiable, with the aim of eroding their reputation. The current phase of digital transformation, marked by noise, liquidity, disruptive high-tech, disinformation and polarisation that feed the moving ecosystem, encourages the cultivation of media resentment and blurs the contributions that quality information makes to building not only more democratic

societies, but also more sustainable and healthy social models. In this paper we analyse the challenges facing digital journalism as it marks thirty years of a journey in which it has shown its ability to adapt to fulfil its essential role in democracy, accountability and civic participation. There has been a progressive increase in the disqualification of journalism and journalists. Based on the current picture, which is built on data from 2024, challenges for news organisations, journalists and journalism research are posed. A review of partnerships in the field is suggested while integrating artificial intelligence to support the professional work of journalists.

Keywords: Digital journalism; Journalists; High-tech and quality information.

1. Introducción

El periodismo precisa asumir que, después de treinta años de las primeras iniciativas de periodismo digital en la sociedad red, ya nada volverá a ser como en el siglo XIX, el siglo del Periodismo para muchos, o el siglo XX, el siglo de la consolidación de una gran industria periodística, la multiplicación de soportes y la convivencia-competencia de tres grandes medios: prensa, radio y televisión. Esa edad de oro ha dejado una fructífera herencia, pero no ha aportado garantías para conquistar el futuro. La llegada de Internet, la Web y el desarrollo de la sociedad red ha abierto un renovado escenario para la comunicación mediada tecnológicamente, con nuevos paradigmas comunicativos, numerosas demandas de una ciudadanía que alimenta con sus mensajes las redes sociales y desafíos profesionales para cumplir el papel que la sociedad ha depositado en la autoridad periodística. En apenas dos décadas, en un escenario dominado por los medios híbridos (Chadwick, 2013) y una sociedad plataformizada (Van-Dijck; Poell; De-Waal, 2018), las principales plataformas de redes sociales se han vuelto omnipresentes en el comportamiento cotidiano de consumo de medios de comunicación y de los mensajes periodísticos (Hendrickx; Ogenhaffen, 2024).

En este nuevo ecosistema comunicativo, las acciones para deslegitimar al periodismo se han multiplicado (Neo, 2022). Con el objetivo de alcanzar sus fines, muchos actores sociales han arremetido contra los medios, los cuales han cometido muchos errores por malas prácticas, que no siempre están a la altura del ideal democrático que se espera de ellos y que muchas veces introducen excesivos sesgos mediáticos en sus pasos (Choi, 2024). Las acciones para desacreditar al trabajo periodístico han contribuido, entre otras cosas, a una disminución de la confianza en los medios y en el trabajo periodístico (Flew, 2021; Carlson; Robinson; Lewis, 2021) y al incremento de la contaminación informativa y de los desórdenes informativos (Serrano-Puche, 2021).

El resultado, en estos últimos años, ha dado lugar a un creciente resentimiento mediático, lo que se define como un complejo mensaje que señala a los medios y a los periodistas, intencionalmente o no, como responsables de utilizar su poder simbólico de manera injusta (Jakobsson; Stiernstedt, 2024). Este resentimiento, que emerge de la ruptura de confianza por el convencimiento de sectores ciudadanos a causa de la escasa información relevante y precisa que les aportan (Thorbjørnsrud; Figenschou, 2020), alcanza a los periodistas en el momento actual, cuando la inteligencia artificial anuncia una nueva ola de digitalización e importantes cambios para el periodismo digital.

2. Vientos hostiles

Los informes de referencia sobre las tendencias del Periodismo de los últimos años –en especial, los del *Reuters Institute*– y los informes sobre la evolución y situación de la profesión –*2024 World Press Freedom Index*, de Reporteros sin Fronteras; *Journalist at Work*, promovido por el *National Council for the Training of Journalists* (NCTJ), Reino Unido; el *Informe Anual de la Profesión Periodística*, de la Asociación

de la Prensa de Madrid– muestran que el periodismo digital, en un contexto de grandes cambios y desafíos, tiene que hacer frente a una tendencia progresiva de ataques de políticos hostiles, contextos económicos desfavorables, intentos de minusvalorar la propiedad intelectual de las piezas elaboradas por los periodistas y de la emergencia de creadores de contenidos que transitan por las fronteras del periodismo, con estrategias opacas y sin someterse a las exigencias que enmarcan el trabajo de los profesionales de la información. La autonomía profesional periodística, en este contexto adverso tanto económico como político, se resiente, pues todos los datos apuntan que un ejercicio profesional libre precisa de buenas condiciones laborales y marcos de funcionamiento estables (**Jastramskis; Plepytė-Davidavičienė; Kupetytė, 2024**).

El escenario creado por la marcada división política de la ciudadanía también puede crear nuevas oportunidades y desafíos para la segmentación, la focalización, la lealtad y la oferta de productos

La polarización política que caracteriza las dinámicas de las sociedades actuales, que se atribuye a la fragmentación de los medios de comunicación y a la difusión de desinformación en las redes sociales (**Kubin; Von-Sikorski, 2021**), favorece una progresiva polarización mediática, con un consumo de medios muy alineado con la identidad política (**Hagar; Wachs; Horvát, 2023**) y dificulta la búsqueda de propuestas estratégicas, especialmente en el campo de la regulación, para un cambio de tendencia en el terreno de la comunicación. El escenario creado por la marcada división política de la ciudadanía también puede crear nuevas oportunidades y desafíos para la segmentación, la focalización, la lealtad y la oferta de productos (**Weber et al., 2021**). El escenario no cambiará a corto plazo y se impone aprovechar las opciones que existen para un periodismo de calidad en una sociedad plataformizada y polarizada.

3. Algunas opciones

A pesar del contexto adverso para un periodismo digital de calidad, hay opciones y se impone, a juzgar por los casos de éxito en el actual contexto, una serie de medidas que permitan una mejor conexión con las comunidades mediante renovadas estrategias capaces de mitigar los impactos de las campañas que alimentan el resentimiento contra el periodismo, así como de alimentar un marco que permita anticiparse al futuro que llega de la mano de la reordenación que impulsa la inteligencia artificial. De todas ellas, destaca una necesaria mayor transparencia, tanto de la industria como de los periodistas, tanto en el ámbito económico como ideológico y en el profesional, con acciones de rendición de cuentas. Los datos apuntan a que, junto a estas medidas de transparencia, son necesarias iniciativas que impulsen una reconexión con las audiencias, alcanzable mediante acciones que muestren mejor qué se hace y cómo se hace, a fin de conseguir una mayor implicación social y una mejor reputación para la autoridad periodística.

La innovación, tanto en formatos como en productos, siempre resulta positiva para contar mejor las historias factuales y para atender las demandas de los usuarios. Esta cultura innovadora, que ahora debe acompañarse de las dimensiones que potencia la inteligencia artificial, precisa, a juzgar por las tendencias y las demandas ciudadanas, de más compromiso con el interés público y con las necesidades de las comunidades a las que se informa y con las que se informa. En la mayor parte de los informes citados se apunta cómo la desconfianza en los medios y los periodistas se alimenta, en buena medida, de la mano de intereses particulares no declarados o la prevalencia de estos sobre el interés público y el servicio de interés público, que debe primar en el periodismo.

El colofón a las cinco medidas que se contemplan como opciones aconsejables –transparencia, reconexión con las audiencias, innovación, interés público y reformulación de la conexión entre profesión y academia– la situamos en una renovada relación entre las organizaciones profesionales

y los investigadores en el campo de la comunicación a fin de un mejor aprovechamiento de las acciones dirigidas a la creación de conocimiento y su transferencia a la actividad profesional. De poco sirve que los académicos digamos por donde debe caminar el periodismo si desde la profesión no se aplican las propuestas o se desconfía de su eficacia por considerarlas “muy teóricas”. El periodismo necesita de la academia si quiere aportar valor en sus piezas y afrontar los desafíos con conocimiento, pero la academia también necesita de la perspectiva de los periodistas para conocer sus inquietudes, sus puntos de vista y sus propuestas.

No cabe duda que, si la academia y la profesión cierran brechas existentes, el impulso al combate del resentimiento mediático resultará más efectivo

La masiva entrada de tecnologías disruptivas en los medios de comunicación, en el marco de la irrupción de la alta tecnología en los procesos sociales, aconseja una mayor colaboración entre académicos y organizaciones de noticias (Jones; Jones, 2025). Los datos apuntan a la conveniencia de cerrar la brecha entre la investigación y la práctica periodística a fin de introducir más ciencia aplicada en el periodismo y alimentar la reflexión crítica sobre lo que hacemos y cómo lo hacemos en el campo periodístico.

La masiva entrada de tecnologías disruptivas en los medios de comunicación, en el marco de la irrupción de la alta tecnología en los procesos sociales, aconseja una mayor colaboración entre académicos y organizaciones de noticias (Jones; Jones, 2025). Los datos apuntan a la conveniencia de cerrar la brecha entre la investigación y la práctica periodística a fin de introducir más ciencia aplicada en el periodismo y alimentar la reflexión crítica sobre lo que hacemos y cómo lo hacemos en el campo periodístico.

4. A modo de conclusión

En estos tiempos de cambios acelerados, cuando hay muchas evidencias de errores cometidos desde la profesión y disponemos de datos que aportan los informes de tendencias sobre los desafíos para el periodismo, es conveniente analizar las opciones que existen para una reinvencción periodística que, a partir de la rica herencia recibida, construya bases sólidas que impulsen el futuro, que está lleno de desafíos. Esa construcción exige un refuerzo de la colaboración entre los actores sociales que consideran que el periodismo desempeña un papel central en el buen funcionamiento de las sociedades democráticas actuales y una estrategia que combata las iniciativas que alimentan el resentimiento mediático y periodístico. Resulta evidente que los medios y los periodistas precisan realizar autocrítica e introducir cambios en sus actitudes y actuaciones, pero, sobre todo, necesitan aliados que impulsen un cambio en el ecosistema comunicativo y establezcan condiciones para que el buen periodismo pueda crecer sin renunciar a sus principios y sin transformarse en propaganda, marketing u otra técnica comunicativa, muy respetables y necesarias, pero diferentes del periodismo.

El resentimiento mediático y periodístico, que tiene múltiples causas, no desaparecerá, pero todos los actores sociales del campo periodístico deben contribuir a situarlo en “su justo término”. En los actuales tiempos de mudanzas, sólo las alianzas entre los actores sociales que defienden el periodismo de calidad pueden contribuir a cambios de tendencias en el panorama existente. De ahí la necesidad de que organizaciones periodísticas y organizaciones de investigación en comunicación den pasos adelante a fin de corregir errores del pasado y con la pretensión de diseñar estrategias para el futuro. La entrada con fuerza de la inteligencia artificial en el sector puede ser un buen momento para una revisión de estrategias con el objetivo de afrontar el desafío que implica el actual resentimiento mediático y periodístico. No cabe duda de que, si la academia y la profesión cierran brechas existentes, el impulso al combate del resentimiento mediático resultará más efectivo.

5. Notas

Esta publicación forma parte de los resultados de las actividades de investigación es parte del proyecto de I+D+i Medios nativos digitales en España: estrategias, competencias, implicación social y (re)definición de prácticas de producción y difusión periodísticas (PID2021-1225340B-C21), financiado por MICIU/AEI/10.13039/501100011033 y “FEDER/UE”.

6. Referencias

- Carlson, Matt; Robinson, Sue; Lewis, Seth C.** (2021) "Digital press criticism: The symbolic dimensions of Donald Trump's assault on U.S. journalists as the 'enemy of the people'". *Digital journalism*, v. 9, n. 6, pp. 737-754.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1836981>
- Chadwick, Andrew** (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford, UK: Oxford University Press. ISBN: 978 01 9069 676 4
<https://doi.org/10.1093/oso/9780190696726.001.0001>
- Choi, Heesook** (2024). "Exploring public perception of news and citizenship and its relationship with news use". *Journalism practice*.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2024.2407359>
- Flew, Terry** (2021) "The global trust deficit disorder: A communications perspective on trust in the time of global pandemics". *The journal of communication*, v. 71, n. 2, pp. 163-186.
<https://doi.org/10.1093/joc/jqab006>
- Hagar, Nick; Wachs, Johannes; Horvát, Emöke-Ágnes** (2023). "Writer movements between news outlets reflect political polarization in media". *New media & society*, v. 25, n. 8, pp. 2034-2056.
<https://doi.org/10.1177/14614448211027173>
- Hendrickx, Jonathan; Opgenhaffen, Michaël** (2024). "Introduction: Understanding social media journalism". *Journalism studies*, v. 25, n. 9, pp. 919-930.
<https://doi.org/10.1080/1461670x.2024.2368861>
- Jakobsson, Peter; Stiernstedt, Fredrik** (2024). "Media resentment". *European journal of communication*, v. 39, n. 3, pp. 245-258.
<https://doi.org/10.1177/02673231241228961>
- Jastramskis, Deimantas; Plepytė-Davidavičienė, Giedrė; Kupetytė, Rūta** (2024). "The role of organisational factors and working conditions for the autonomy of journalists in an unstable economy". *Journalism studies*, v. 26, n. 2, pp. 258-277.
<https://doi.org/10.1080/1461670x.2024.2420204>
- Jones, Bronwyn; Jones, Rhianne** (2025). "Action research at the BBC: Interrogating artificial intelligence with journalists to generate actionable insights for the newsroom". *Journalism* [Preprint].
<https://doi.org/10.1177/14648849251317150>
- Kubin, Emily; Von-Sikorski, Christian** (2021). "The role of (social) media in political polarization: a systematic review". *Annals of the International Communication Association*, v. 45, n. 3, pp. 188-206.
<https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1976070>
- Neo, Ric** (2022). "Fighting fire with fire? Relegitimizing strategies for media institutions faced with unwarranted 'fake news' accusations". *Social media + society*, v. 8, n. 1.
<https://doi.org/10.1177/20563051221077014>
- Serrano-Puche, Javier** (2021). "Digital disinformation and emotions: exploring the social risks of affective polarization". *International review of sociology*, v. 31, n. 2, pp. 231-245.
<https://doi.org/10.1080/03906701.2021.1947953>
- Thorbjørnsrud, Kjersti; Figenschou, Tine-Ustad** (2020). "The alarmed citizen: Fear, mistrust, and alternative media". *Journalism practice*, v. 16, n. 5, pp. 1018-1035.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1825113>
- Van-Dijck, José; Poell, Thomas; De-Wall, Martijn** (2018). *The platform society. Public values in a connective world*. Oxford, UK: Oxford University Press. ISBN: 978 01 9088 977 7
<https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001>
- Weber, T. J.; Hydock, Chris; Ding, William; Gardner, Meryl; Jacob, Pradeep; Mandel, Naomi; Sprott, David E.; Van-Steenburg, Eric** (2021). "Political polarization: Challenges, opportunities, and hope for consumer welfare, marketers, and public policy". *Journal of public policy & marketing*, v. 40, n. 2, pp. 184-205.
<https://doi.org/10.1177/0743915621991103>