

2019/2020

# El Periodismo de calidad y su presencia en la ficción: caso The Newsroom

GRADO EN PERIODISMO  
UNIVERSIDAD DE SEVILLA



Autora: María Garrido Castilla

Tutor: Dr. José Álvarez Marcos

## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>4</b>
1.1. Presentación del tema de investigación	4
1.2. Justificación del tema elegido	6
<b>2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA</b>	<b>8</b>
2.1. Objetivos	8
2.2. Metodología	8
<b>3. MARCO TEÓRICO</b>	<b>9</b>
3.1. Periodismo de calidad vs. Pseudoperiodismo	9
3.2. Periodismo de calidad:	11
3.2.1. Ética periodística y códigos y valores de la profesión	11
3.2.2. Fuentes y documentación	12
3.2.3. Tratamiento y desarrollo de las noticias	15
3.3. Pseudoperiodismo:	17
3.3.1. ¿Quién controla la información? El Poder de la Comunicación	17
3.3.2. Audiencias y sensacionalismo	19
3.3.3. Las ‘Fake news’	20
<b>4. EL PERIODISMO EN CINE Y TELEVISIÓN</b>	<b>22</b>
4.1. Breve introducción de series y películas sobre periodismo	22
4.2. Presentación de <i>The Newsroom</i>	26
<b>5. BREVE ANÁLISIS DE LA REPRESENTACIÓN DE LA PROFESIÓN PERIODÍSTICA EN LA FICCIÓN A TRAVÉS DE LOS PERSONAJES PRINCIPALES DE <i>THE NEWSROOM</i></b>	<b>29</b>
5.1. Análisis de los personajes	30
<b>6. ANÁLISIS DE CONTENIDO</b>	<b>36</b>
6.1. Capítulo 1, primera temporada: “ <i>We just decided to</i> ”	36
6.2. Capítulo 4, primera temporada: “ <i>I’ll try to fix you</i> ”	38
6.3. Capítulo 5, primera temporada: “ <i>Amen</i> ”	40
6.4. Capítulo 7, primera temporada: “ <i>5/1</i> ”	42
6.5. Capítulo 5, segunda temporada: “ <i>News Night with Will McAvoy</i> ”	44
6.6. Capítulo 8, segunda temporada: “ <i>Election Night, Part I</i> ”	46
6.7. Capítulo 9, segunda temporada: “ <i>Election Night, Part II</i> ”	48
6.8. Capítulo 1, tercera temporada: “ <i>Boston</i> ”	51
6.9. Resumen de análisis	54
<b>7. CONCLUSIONES</b>	<b>55</b>
<b>8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>57</b>

## **RESUMEN**

El objeto central de este trabajo es el acercamiento al término “Periodismo de calidad” mediante la definición de todas sus características principales. Del mismo modo, estudiamos también las características de las que se compone el término “Pseudoperiodismo” para contraponer las ideas y facilitar la comprensión del primero. Además, a través de la serie “*The Newsroom*”, se pone en práctica lo expuesto teóricamente mediante el análisis de ocho capítulos seleccionados entre las tres temporadas de las que se compone la serie para demostrar la presencia del periodismo de calidad en ella, así como su representación en la ficción.

## **ABSTRACT**

The central object of this work is the approach to the term "Quality Journalism" by defining all its main characteristics. We also study the characteristics of the term "*Pseudoperiodismo*" to contrast ideas and facilitate understanding of the first. In addition, through the series "*The Newsroom*", the emphasis is theoretically implemented by analyzing eight chapters selected from the three seasons of which the series is composed to demonstrate the presence of quality journalism in it, as well as its representation in fiction.

## **PALABRAS CLAVES**

Periodismo de calidad, Pseudoperiodismo, *The Newsroom*, Ética periodística, Series, Ficción.

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Presentación del tema de investigación

En este análisis nos centramos en conocer todas las características del periodismo de calidad y cómo es representado en la ficción. A través de la serie de la cadena de televisión HBO, *'The Newsroom'*, tratamos de conocer los entresijos de la profesión periodística, comparándolo también con el pseudoperiodismo, para contraponer las ideas. La forma en la que los creadores de ficción ven a los periodistas determina, al fin y al cabo, la mentalidad colectiva, haciendo creer al espectador cuál debe ser el ideal perfecto de la profesión y el profesional.

Desde hace años, el periodismo ha sido representado en la ficción y ha sido usado como medio para contar diferentes historias, que han ido creando en el imaginario colectivo un ideal concreto de periodista. En el cine, el periodismo siempre ha ocupado un lugar importante y son numerosas las películas en las que se habla o se representa la profesión. Sin embargo, las series de ficción han sido más cautas, quizás debido al poder que ha tenido siempre el periodismo para hacer y deshacer, García-Martínez y Serrano-Puche (2013:2).

En los últimos años podemos observar un cambio en el paradigma audiovisual, las series de ficción ahora nos hablan de cualquier tema. Y entre esos temas, encontramos el del periodismo. Series y películas como *The Newsroom*, *Novine (The Paper)*, *Sharp Objects*, *Todos los hombres del presidente*, *The Post* o *Spotlight* son solo algunos ejemplos de narraciones audiovisuales que nos hacen seguir creyendo en la profesión y profesionalidad del periodismo, y los periodistas. Aunque la forma en la que estas series y películas tratan al periodismo difiere mucho de lo que se ve hoy día, pues, lo presentan en su forma más pura. Es decir, presentan un tipo de periodismo que parece ser una utopía.

Por ello, la serie *The Newsroom* sería un ejemplo de ese periodismo que parece perdido, y que, aunque pueda parecer utópico, es deseado por muchos. Ese que informa sin pretensiones, tratando los temas con cuidado y cumpliendo los códigos que se nos exige a los periodistas.

La serie de Aaron Sorkin representaría este tipo de periodismo a través de un recorrido ascendente a través de sus tres temporadas:

“La primera temporada es un recorrido que sitúa al espectador dentro de la profesión, para que se familiarice con ella y presenta a los protagonistas de forma en la que, cada uno cumple una función dentro de una redacción de un programa informativo de televisión; La segunda temporada, una vez se han asentado las bases, se centra más en mostrar al espectador que no todo lo que se cuenta es verdad, ya que muchos medios tienen intereses cuando informan sobre algo concreto. Y, por último, la tercera temporada culmina con la defensa de la libertad de información, el derecho del periodista a informar y de los ciudadanos a ser informados, criticando también el auge

del periodismo ciudadano y los peligros que ello conlleva en la sociedad actual” (Leal, C. 2014).

¿Qué es el periodismo de calidad? Muchos expertos de la comunicación lo han intentado definir teniendo en cuenta una serie de características y coinciden en que el periodismo de calidad está compuesto por una serie de aspectos que los periodistas deberían conocer para poder ejercerlo.

Mompart (2001:34) señala que, la sociedad actual necesita de un periodismo actualizado y adaptado a los nuevos tiempos. Un periodismo que haga buen uso de las tecnologías y que, aún así, siga cumpliendo sus funciones principales. Ya que si no nos adaptamos a la realidad en la que vivimos, difícilmente podremos comprenderla.

Por tanto, para ejercer un periodismo de calidad, debería tenerse en cuenta una serie de pautas agrupadas en cuatro apartados:

- A. Cuestiones éticas y deontológicas.
- B. Fuentes y documentación para las informaciones.
- C. Tratamiento y desarrollo de las noticias.
- D. Relación con la opinión pública (Mompart, 2001:34).

*The Newsroom* es, además, un referente no solo por su calidad audiovisual, sino también por la forma en la que está construida. Su guión no es solo ficción, muchos de los temas que trata la serie de HBO han ocurrido en la realidad. Y es por tanto, esa mezcla entre ficción y realidad, lo que justifica su éxito, pues, los espectadores son capaces de ver a través de ella, los errores y aciertos que se han cometido durante años en la sociedad norteamericana, de donde es original la obra de Sorkin.

“La honestidad es imperativa. El periodismo del futuro será honesto o no será” decía Javier Martín, corresponsal de la Agencia EFE en Túnez<sup>1</sup>

El periodismo sigue siendo relevante y lo seguirá siendo con el paso de los años. Sobre todo porque el periodismo interfiere en muchos aspectos de la sociedad y porque muestra una parte de ella desconocida que, sin la labor del periodista, sería muy difícil llegar a conocer.

Lo cierto es que hoy día el periodismo de calidad no deja de tener reivindicación por parte de muchos profesionales dentro del ámbito del periodismo y fuera de él. Y también por parte de una sociedad que ve como en este mundo de las redes sociales y de las nuevas tecnologías, cada vez prolifera más la desinformación. El director de El Mundo, Francisco Rosell, decía en 2019, en el Foro de la Nueva Comunicación celebrado en el Casino de Madrid que “el periodismo de calidad es la única defensa contra el auge de las nuevas tecnologías que estarían llevando al periodismo a su

---

<sup>1</sup> Javier Martín es corresponsal de la Agencia EFE en Túnez y recibió en 2018 el Premio Internacional de Periodismo Julio Anguita Parrado, por su forma de ejercer el periodismo y ser un referente por “su compromiso con el rigor y la veracidad, su pasión por el oficio y su capacidad de analizar realidades complejas” destacó el jurado.

declive”. Asimismo mencionaba también que “nada es gratuito” y que la pérdida de calidad de los contenidos que ofrecen los periodistas hoy día es debido a ofrecer tanto contenido gratis (El Mundo, 2019). También el periodista Iñaki Gabilondo, en la ceremonia de nombramiento donde se le proclamaba Doctor Honoris Causa por la Universidad de Sevilla hablaba del “desafío que suponen las nuevas tecnologías”, ya que de la misma manera que pueden ayudar a avanzar, también pueden suponer un “atropello” en nuestra creatividad (Cadena Ser, 2019).

La concienciación es fundamental para comprender la importancia que tiene el periodismo en nuestras vidas y cómo este es capaz de cambiar el mundo. De ahí la importancia de que el mundo audiovisual retrate a la profesión periodística como debería ser. Concienciar, a aquellos que desconocen, es tan sencillo a veces como mostrar la realidad en una pantalla de televisión. Aunque la realidad se esconda tras unos personajes ficticios.

## **1.2. Justificación del tema elegido**

Actualmente las plataformas digitales como Netflix, HBO, Amazon Prime o Disney + están en auge. Es una realidad que el mundo audiovisual ahora tiene más fuerza que nunca y es, sin duda alguna, de interés para la sociedad. Aunque la mayor parte del éxito en la ficción viene de series norteamericanas, este contenido se reproduce en plataformas digitales como las mencionadas, que están disponibles en la mayoría de países del mundo, a las que cualquier persona puede acceder y suscribirse como y cuando lo desee.

Estas plataformas digitales crecen a un ritmo desenfrenado con el paso de los años. Según un artículo de la Revista GQ (2020):

- El gigante Netflix, que continúa siendo el mayor en número de suscriptores alcanzaba en febrero de 2020 la cifra de 182 millones de suscriptores. Cabe destacar que 60 de estos 182 millones de suscriptores viven en Estados Unidos.
- Le sigue, no mucho más lejos, Amazon Prime que tiene 150 millones de suscriptores y es, por números, la plataforma que compete directamente con Netflix.
- Con menos suscriptores y aunque no menos importante, la plataforma HBO cuenta con 140 millones, 35 de ellos estadounidenses.
- Disney + ha sido la última en aparecer, sin embargo ya cuenta con 50 millones de suscriptores superando todas las expectativas.
- Por otro lado, Apple TV+ cuenta con 33 millones de suscriptores. (Revista GQ, 2020).

El análisis de la representación del periodismo de calidad en las series de televisión es un tema que se ha tratado en muy pocas ocasiones. Como señalan García Martínez y Serrano (2013:2), “la presencia del periodismo en la ficción televisiva no es un

fenómeno reciente”, son muchas las series que hablan de la profesión. McNair (2010), citado por García Martínez y Serrano-Puche, (2013, p.3) aclara que estas series han puesto al periodismo como tema central en la obra, lo que él llama “*Primary representations*”. Sin embargo, no ha sido hasta los últimos años cuando estas series lo han representado desde un punto de vista más crítico y profesional teniendo en cuenta todos los aspectos que definen al buen periodismo.

El análisis del periodismo de calidad es hoy más necesario que nunca, en una sociedad donde muchos creen poder hacer periodismo sin ser periodistas. El periodismo ciudadano está haciendo que perdamos la credibilidad y da paso a la desinformación y con ello, cada vez más, da paso también a la pérdida de la confianza que tiene la sociedad en el periodismo. Las cuestiones que plantea la serie, son cuestiones que se plantean también los expertos de la comunicación. El futuro de la profesión es una de esas cuestiones, llegar a hacer un buen periodismo donde no tenga cabida los intereses ni las manipulaciones se conseguiría ejerciendo un periodismo con rigurosidad, profesionalidad y responsabilidad.

*The Newsroom* sería un ejemplo de ficción televisiva donde se refleja este buen periodismo. La serie de HBO fue creada en 2012 por Aaron Sorkin, uno de los autores más aclamados de nuestros días. Sorkin, ha sido criticado en numerosas ocasiones por los diálogos de sus series y películas. En una crítica para el periódico El País, Rocío Ayuso señalaba que “en el mejor de los casos los hay que hablan de una serie que no está mal [...] En el peor, los insultos se vuelven personales”, refiriéndose a las críticas que recibió el director tras el estreno, que no fueron pocas. Al parecer los profesionales no recibieron bien las lecciones por parte del director y eso fue motivo para encender una llama que no se apagaría hasta que la serie se dio por finalizada (Rocío Ayuso, 2012).

Por ello y porque la serie muestra a la profesión periodística desde un punto de vista diferente, hemos escogido este tema, el análisis del periodismo de calidad y su representación a través de la serie de ficción ‘*The Newsroom*’.

Además, la serie de Sorkin trata temas que han sucedido en la realidad, como la muerte de Bin Laden, el ascenso del Tea Party o la caída de Gadafi y eso ayuda a que el espectador conozca el contexto e incremente su espíritu crítico. A través de esta ficción con tintes de realidad, la sociedad puede volver a reconciliarse con el periodismo y los periodistas volver a creer en sí mismos, recordando los puntos claves que definen la labor periodística y recordando también que el periodismo siempre ha tenido un lugar indispensable en la sociedad, siendo referente para cambiar el mundo y mover conciencias.

## 2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

### 2.1. Objetivos

Nuestro objetivo principal es analizar en profundidad el periodismo de calidad y cómo se representa y se manifiesta en la ficción, concretamente a través de la serie *The Newsroom*.

Los objetivos específicos son:

- Realizar un acercamiento al concepto de periodismo de calidad mediante la definición de sus características principales.
- Esclarecer la diferencia entre lo que es calidad periodística y lo que no es.
- Demostrar la presencia del periodismo de calidad en la serie de televisión *The Newsroom*.

### 2.2. Metodología

La forma en la que nos planteamos la elaboración de este trabajo es mediante el estudio de un caso. Yin, (1998, citado en Álvarez Marcos, Capelo Hernández y Álvarez Ortiz) define el estudio de caso como:

Una investigación empírica que investiga un fenómeno contemporáneo en su contexto real, donde los límites entre el fenómeno y el contexto no se muestran de forma precisa, y en el que múltiples fuentes de evidencia son usadas. (2019:502)

En primer lugar, se ha recabado toda la documentación necesaria: libros, artículos y trabajos académicos, para analizar las diferentes definiciones que se plantean los expertos del término ‘periodismo de calidad’ y poder obtener así, una definición más concreta. El uso de la bibliografía ha sido fundamental pues, sin la misma, habría sido imposible el desarrollo del análisis. En segundo lugar, se ha desengranado todas y cada una de las características que conforman dicho término y se ha procedido a definir las para arrojar luz al objeto de estudio.

Las técnicas han sido el análisis de contenidos de ocho episodios de la serie *The Newsroom* y la consulta con los siguientes expertos: Javier Zurro, Rosalba Mancina, Alberto Nahum, Simón Peña y Juan Carlos Gil. Se ha seleccionado ocho episodios porque consideramos que es una cifra correcta para mostrar uno de nuestros objetivos principales, demostrar cómo se representa el periodismo de calidad en la ficción y así mismo poner en práctica lo expuesto teóricamente.

Para realizar esta selección nos hemos basado en la idea de que las series de televisión suelen tener numerosos episodios divididos en diferentes temporadas y consideramos que, teniendo en cuenta este aspecto, un análisis cualitativo no sería posible escogiendo solo una temporada del contenido de la serie, ya que no sería representativo y no quedaría demostrada la presencia del periodismo de calidad en sus tres temporadas.

### 3. MARCO TEÓRICO

#### 3.1. Periodismo de calidad vs. Pseudoperiodismo

Definir estos dos conceptos es una tarea complicada, ambos se componen de una serie de características que los conforman. De la unión de todas esas características, nacen estos dos términos, para describir tanto lo que se considera una buena forma de ejercer la profesión periodística, como por el contrario, lo que de ninguna forma, puede llamarse periodismo. Como dijo Ryszard Kapuscinski (2002:58):

El buen y el mal periodismo se diferencian fácilmente: en el buen periodismo, además de la descripción de un acontecimiento, tenéis también la explicación de por qué ha sucedido; en el mal periodismo, en cambio, encontramos solo la descripción, sin ninguna conexión o referencia al contexto histórico. Encontramos el relato del mero hecho, pero no conocemos las causas ni los precedentes. La historia responde simplemente a la pregunta: ¿por qué?

Para definir estos dos términos, primero debemos conocer qué es el ‘Periodismo’, Lacy y Rosenstiel (2015:6) lo definen así: Journalism is the serial presentation of information and conversation about public events, trends and issues distributed through various media with the primary purpose of informing, entertaining and connecting citizens in communities [El periodismo es la presentación en serie de información y conversación sobre eventos públicos, tendencias y temas distribuidos a través de diversos medios de comunicación con el objetivo principal de informar, entretener y conectar a los ciudadanos en las comunidades]. Una vez conocemos la definición de este término, podemos diferenciar qué forma de ejercer el periodismo puede ser de calidad y qué no.

El término ‘Periodismo de calidad’ es de los dos, el más difícil de definir. Lacy y Rosenstiel (2015:10) hablan en su investigación sobre la dificultad que tiene definir este concepto, debido a que la forma de ponerlo en funcionamiento no es igual para todas las personas y/o grupos. Por ejemplo, para una redacción de periodistas de televisión, ejercer el periodismo de calidad puede ser distinto a lo que significaría ejercerlo para una redacción en prensa. Lo mismo sucede en otros ámbitos, por lo tanto, nos encontramos ante un término que no significa lo mismo para todos. Observamos que su definición es distinta para profesionales y académicos y que ambos tienen puntos de vista diferentes, aunque algunos académicos trabajan como periodistas y algunos profesionales investigan, aún no han llegado a un acuerdo entre ellos.

Eduardo Rodríguez y Claudia Favaretto (2017:214) lo definen, siguiendo las aportaciones que han dado otros autores, en una serie de puntos entre lo que destaca: la exposición de datos que sirve para la mejora de la sociedad en general; la correcta verificación de las informaciones; el no estar ligado a ningún partido político ni organismo y ser independiente de cualquier empresa u organismo; la información que

se organiza de una manera eficaz, demostrando así el valor de los periodistas para transmitirla con veracidad y, por último, el periodismo de calidad, que es un tipo de periodismo abierto, donde no existen barreras.

Para el profesor de Información y Comunicación de la Universidad Abierta de Cataluña, Víctor Cavaller (2019), su definición está ligada al “compromiso con la verdad informativa”, es decir, para ejercerlo, debe tenerse en cuenta los principios de la profesión, entre los que se encuentra la verificación de las informaciones, que deben ser debidamente contrastadas y no deben estar sujeta a intereses.

Hay una coincidencia entre todos los académicos que lo estudian y todos los profesionales que ejercen el periodismo, y es que para definir el término, todos hablan de la consecución de unos principios, cuantos más principios se cumplan, más cerca estaremos de la excelencia periodística y, por tanto, de ejercer el periodismo de calidad.

Por otra parte, el ‘Pseudoperiodismo’ es un término mucho más fácil de definir. Si el periodismo de calidad consta de una serie de principios que mencionamos anteriormente, entendemos que el pseudoperiodismo, al ser lo contrapuesto, rompe con todos ellos y crea una nueva forma de ejercer la profesión.

El pseudoperiodismo es aquella forma de ejercer el periodismo donde se priorizan los intereses por encima de la verdad, un tipo de periodismo que busca la atención del público sin intención de informarlo, más bien de entretenerlo. “El pseudoperiodismo siempre aborda temas morbosos, sensacionalistas” señala el profesor Ramón Reig. Este tipo de periodismo nació como consecuencia de esa necesidad de la población de conocer los temas más candentes y se da, sobre todo, en el Periodismo de Investigación. (Reig, 2000:25). Para hacer buen periodismo de investigación se deben tener en cuenta todos los principios del periodismo de calidad, pero esa necesidad que tiene la población ha hecho que muchas empresas lo olviden y prefieran satisfacer la curiosidad de lo que demanda la sociedad.

En su nombramiento como Doctor Honoris Causa por la Universidad de Sevilla, el periodista Iñaki Gabilondo hablaba de ‘paraperiodismo’, un elemento de este pseudoperiodismo que utiliza las técnicas del periodismo pero teniendo en cuenta el interés privado.

Como ocurre con el periodismo de calidad, el pseudoperiodismo también se conforma de un conjunto de características, entre ellas, las que más destacan son: las audiencias y el sensacionalismo y los intereses y miedos de los periodistas y las empresas para las que trabajan (el control de la comunicación). Asimismo, es importante hablar, cuando nos referimos al pseudoperiodismo, de las *‘fake news’*, que son noticias falsas que se difunden con un objetivo concreto. En definitiva, para hablar tanto del periodismo de calidad como del pseudoperiodismo, debemos definir todos los conceptos de los que se componen, siendo esta la única forma en la que se puede llegar a comprender ambos términos en su totalidad.

## 3.2. PERIODISMO DE CALIDAD:

### 3.2.1. Ética periodística y códigos y valores de la profesión

¿Qué es la ética? Según la Real Academia de la Lengua Española<sup>2</sup>, la *ética* se define como el “Conjunto de normas morales que rigen la conducta de la persona en cualquier ámbito de la vida”. Por tanto, la ética periodística es el conjunto de normas que rigen la conducta de los periodistas para ejercer su profesión. En el libro *Ética para periodistas*, Herrán (2005, p.41) señala que:

La naturaleza de esta profesión hace que técnica y ética sean una misma cosa, de modo que es imposible ser un periodista de altas calidades técnicas si al mismo tiempo no se tienen las mejores calidades éticas [...] una falla en los principios éticos repercute necesariamente en las calidades técnicas del periodismo.

El periodismo ha sido a lo largo de la historia una profesión con una importancia fundamental para el desarrollo de la sociedad en general. Tanto los periodistas como los medios de comunicación, son agentes que influyen directamente en estas sociedades y que tienen en su poder la capacidad de transmitir. La forma en la que se transmite, es lo que diferencia a un periodista de otro. Para comprender qué es la ética periodística cabría preguntarse antes, qué es ser buen periodista. Y aquí nos referimos a esa forma de ejercer la profesión donde no tiene cabida el interés personal o ajeno.

Los periodistas tienen una responsabilidad con los ciudadanos que reciben la información. Chillón (2011:163) habla de una “dimensión moral” y de la responsabilidad que deben tener los profesionales a la hora de transmitir la información, ya que estas tienen una repercusión muy grande en la sociedad. De esa responsabilidad nacen los códigos y valores de la profesión periodística, que rigen la conducta de los periodistas y abogan por el cumplimiento de las normas para hacer un buen uso de la profesión.

Según Juan Carlos Gil (Comunicación personal, 2020) el deber de los periodistas en este ámbito de la ética es:

Ser honesto con los ciudadanos. Comprometerse con su medio y con los receptores en hacer su trabajo utilizando criterios profesionales y explicando que su trabajo, aunque es una opción entre otras posibilidades, es honesta. Lo que implicaría que ha cumplido con las exigencias deontológicas del Código de la FAPE y por tanto sería también muy profesional.

En Europa, estos códigos quedan recogidos en el *Código Europeo de Deontología del Periodismo*, aprobado en 1993. Y concretamente en España, esos códigos y valores quedan recogidos en el *Código Deontológico de la profesión periodística de la*

---

<sup>2</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23.<sup>a</sup> ed., [versión 23.3 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [Consultado el 10 de abril de 2020].

*Federación de Asociaciones de Periodistas de España*<sup>3</sup>. El documento de la FAPE, divide los artículos en tres secciones, entre las que se encuentran los principios generales, los estatutos y los principios de actuación.

Cada país y/o continente cuenta con su propio código deontológico, pero todos tienen en común los mismos principios para ejercer el periodismo.

En definitiva, el periodismo cuenta con unas normas que han de ser cumplidas, ya que el incumplimiento de las mismas puede conllevar repercusiones legales. La ética periodística por tanto es fundamental para ejercer un periodismo de calidad, ya que las normas recogidas en los códigos deontológicos aseguran la calidad informativa y, por ende, la calidad de los profesionales.

### **3.2.2. Fuentes y documentación**

Cuando el periodista va a dar una información, este debe antes documentarse. La documentación es un proceso por el que el periodista busca, analiza y verifica la información antes de publicarla. Durante la documentación, el periodista buscará las fuentes de información que le ayuden en la investigación de lo que quiere publicar. Las fuentes pueden ser orales o escritas. Es decir, puede provenir de documentos escritos; ya sean libros, artículos, revistas o cualquier otro impreso o electrónico, o bien, pueden ser orales, mediante la búsqueda de personas expertas o implicadas en la información que, mediante entrevistas, darán las claves para que el periodista una las piezas y elabore la noticia.

Este proceso es fundamental para ejercer el periodismo de calidad. Cuando un periodista no se documenta bien y no verifica las noticias, las informaciones que publica pueden ser falsas y esto no solo incumple el código deontológico, sino que rompe con el derecho de los ciudadanos a estar debidamente informados. Como dice Galdón (2011:68):

[...] para cumplir los requisitos naturales de la información periodística respecto al conocimiento cabal de la realidad y a su comunicación pública discursivo-textual-contextual apropiada, es menester disponer de una documentación adecuada y recurrir permanentemente a ella, ya que la documentación es un factor fundamental e imprescindible del saber informativo.

Para Gil (Comunicación personal, 2020):

La calidad del periodismo ahora está en verificar hechos puesto que abundan los bulos, las medias verdades, las falsedades con apariencia de verdad. Para hacer un buen periodismo se necesitan recursos materiales, personas bien formadas y algo de tiempo.

---

<sup>3</sup> “La Federación de Asociaciones de Periodistas de España es una organización profesional española. Integra 49 asociaciones federadas y 19 vinculadas, que suman cerca de 19.000 personas asociadas, lo que la convierte en la mayor organización profesional de periodistas de España”. (Wikipedia).

Y se carece de casi todo eso, por tanto, la calidad brilla por su ausencia más de las veces deseadas.

Ramón Reig asegura que la documentación “facilita credibilidad de cara a nuestros jefes y al trabajo que vamos a presentar al público” (Reig, 2000:44), pues como dice también Galdón (2011:68) “[...] es particularmente necesaria si no queremos sucumbir ante la infopolución de informaciones, desinformaciones y manipulaciones”.

Disponer de buenas fuentes asegura el valor de la información y da credibilidad al periodista. Las fuentes de información pueden ser personales o documentales.

Señala Hernández (1995:225) que “las fuentes orales no son suficientes y deberán ser contrastadas con documentos” porque si nos quedamos solo con las fuentes orales estaríamos haciendo un periodismo de testimonio. Además, el uso de las fuentes documentales nos permiten documentarnos más sobre el tema y conocerlo en profundidad, algo que ayuda a la hora de elaborar la noticia. Por tanto, las fuentes documentales pueden ser:

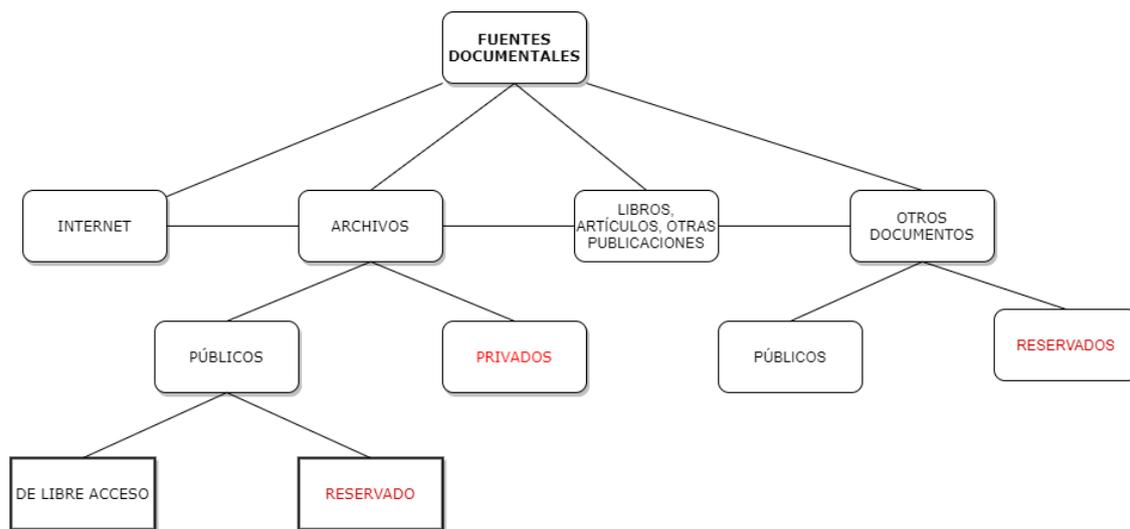


Figura 1. Diagrama de tipos de fuentes documentales. Adaptado de Caminos Marcet (1998). Elaboración propia.

Como se observa en el diagrama, las fuentes documentales son diversas. Actualmente internet es la principal fuente documental, ya que su uso permite tener acceso a numerosos documentos sin tener que desplazarnos. Existen también bancos de datos, que almacenan libros, artículos y otras publicaciones de forma online y a la que los periodistas pueden acceder como y cuando quieran. Aunque internet es una herramienta de trabajo fundamental hoy día, el periodista corre peligro de obtener datos falsos si no verifica la información que obtiene a través de él, por lo que es

recomendable que también se complemente dicha documentación con otra obtenida por otros medios, ya sean archivos, libros, artículos u otros documentos.

Uno de los problemas a los que se enfrentan los periodistas a la hora de buscar documentación es la privacidad de la misma. Algunos documentos son públicos, en cambio acceder a otros es mucho más complicado. Para acceder a algunos documentos hace falta autorización por parte de diferentes organismos que los custodian, pero esa autorización no siempre existe. En *Fuentes orales y documentales en la Investigación Social*, Hernández (1995:225) habla del “claro nexo entre las fuentes documentales y el poder”, refiriéndose a que acceder a esas fuentes documentales privadas que mencionamos, es complicado, si estas están en manos de quienes ostentan el poder y creen que, de ser publicadas, puede perjudicarles.

Un buen periodista debe documentarse de todas las formas que le sea posible, porque ese es el único medio de obtener toda la información.

Una vez obtenida toda esa información, debe ser verificada. La verificación de las fuentes documentales es un proceso fundamental, a través de la verificación comprobamos que los datos que hemos obtenido son reales y podemos continuar la elaboración de la noticia o investigación. Tan importante es la verificación, que incluso en el cine se hace referencia a ella. En la película *Todos los hombres del presidente* que relata la historia del famoso caso Watergate<sup>4</sup>, se hizo famosa una frase: “Lo has confirmado por tres fuentes” (J. Pakula, 1976).

Para complementar toda esta documentación previa, se usan las fuentes orales. Aunque estas también son usadas en algunas ocasiones como único medio de documentación por parte del periodista.

Las fuentes orales pueden clasificarse, según Caminos Marcet (1998), de esta forma:

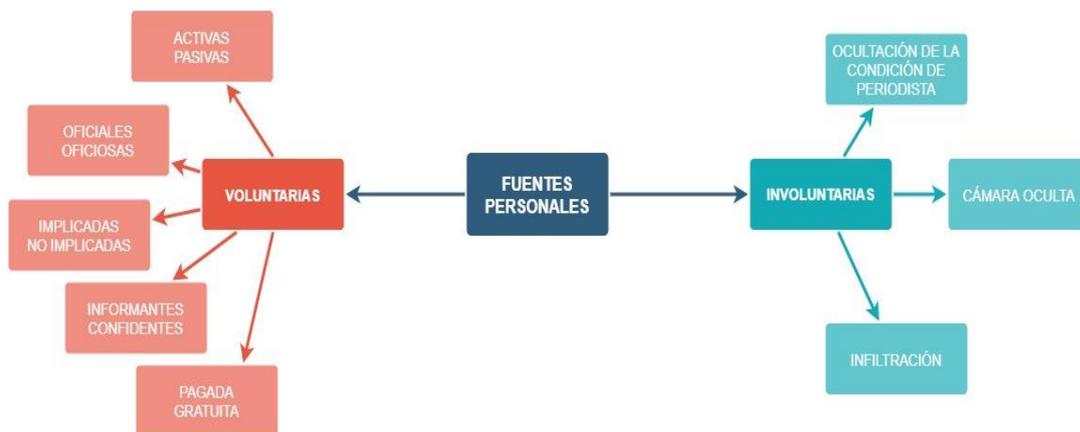


Figura 2. Diagrama de tipos de fuentes orales. Adaptado de Caminos Marcet (1998). Elaboración propia.

<sup>4</sup> (CNN) – “Hace más de cuatro décadas, cinco hombres irrumpieron en el cuartel general del Comité Nacional Demócrata en Washington, desencadenando una serie de acciones que tumbaron al presidente republicano Richard Nixon”. [Recuperado de: <https://cnnespanol.cnn.com/2017/05/17/watergate-el-escandalo-que-cambio-la-politica-estadounidense/>]

La fuentes voluntarias son aquellas a las que las personas, como su nombre indica, han accedido voluntariamente a transmitir la información, ya sea mediante entrevista personal, llamada telefónica u otro medio de contacto. Mientras que las fuentes involuntarias son aquellas a las que el periodista ha accedido sin que estas lo sepan. En este último caso, el periodista debe respetar el código deontológico y aunque está permitido obtener información de esta forma, no está considerada como la más adecuada, ya que son los medios que usan los pseudoperiodistas para generar la información.

Para ejercer el periodismo de calidad es indispensable que las fuentes, tanto documentales como personales, aporten información relevante. La búsqueda de fuentes tiene un objetivo prioritario, y es que la información sea contrastada con la mayor veracidad posible.

### **3.2.3. Tratamiento y desarrollo de las noticias**

En *‘Los cínicos no sirven para este oficio’* Kapunscinski (2002:38) dice: “Existimos solamente como individuos que existen para los demás, que comparten con ellos sus problemas e intentan resolverlos, o al menos describirlos.” En el periodismo, cuando se va a transmitir una información, esta debe ser de interés para las personas que la van a recibir. Precisamente a lo que Kapuscinski se refiere es a la empatía que debe tener el periodista con el público, porque de esa forma, entendiéndolo, puede saber qué tipo de informaciones son de interés general.

En este aspecto, entendemos que las noticias son diferentes dependiendo en qué parte del mundo nos encontremos.

Para desarrollar una noticia hay que tener en cuenta varios factores, como pueden ser: la cultura, la religión, la economía, la política, etc. Mompert (2001:26) señala que: “los procesos de comprensión e interpretación de los temas que transmiten los medios de comunicación se inscriben dentro de contextos sociales y culturales”, lo que quiere decir que, si transmitimos una información en nuestro país fuera de nuestro contexto cultural, no sería bien recibida por el público al que va dirigida, ya que no la entenderían.

Por tanto, para transmitir una noticia, hay que tener en cuenta nuestro contexto socio-cultural y también, como refería Kapuncinski, tener empatía con el público. Eso significa que el periodista debe conocer qué preocupa o interesa al público en todo momento porque es este quien recibirá la información. Conocer qué preocupa a la audiencia permite reducir la cantidad de datos que un periodista puede llegar a manejar, consiguiendo así un “*enfoque adecuado*”, explica Mompert (2001:34), de la información.

El periodista debe, en primer lugar, preguntarse “¿qué está pasando ahora mismo?” conociendo esa respuesta puede empezar a buscar datos para elaborar la información,

pero si no se conoce la respuesta a esa pregunta, difícilmente puede llegar a lograr algo. El periodista debe ajustarse en un tiempo y espacio concreto, porque de esa forma nos acercamos al público y a su contexto socio-cultural. Mientras más nos ajustemos a ese espacio, más se identificarán con la noticia. Lo mismo ocurre con el tiempo, mientras más actual sea la información, mejor la entenderá el público que la recibe. Sin embargo, cabe mencionar que en algunas ocasiones para dar una noticia es necesario conocer el contexto histórico y, por tanto, se debe abordar la noticia desde diferentes perspectivas.

¿Cómo se construye una noticia? Alsina (1989:10) explica que “la construcción de la noticia es un proceso de tres fases: la producción, la circulación y el consumo”. Sin embargo, dice también que para los medios de comunicación “la autoimagen que pretenden transmitir de su trabajo es la de recolectores y transmisores de la información” o lo que es lo mismo, que el periodista es un mero transmisor de noticias y que no las produce. Debemos tener en cuenta que, aunque las noticias también pueden ser producidas por el propio periodista, aquellas que no son cosecha propia también han sido elaboradas para su entendimiento. Es decir, aquellas noticias en las que el periodista solo es un mero transmisor de la información, también han pasado por un proceso de producción.

Cuando el periodista busca o recibe una información, debe elaborar la noticia, verificar los datos y llevar a cabo una serie de procesos hasta tener la noticia final que será publicada. Ese proceso también forma parte de la construcción de la realidad.

La siguiente fase que menciona Alsina (1989:25), es la circulación de la noticia. En esta fase habla de los diferentes grupos que intervienen tanto en la producción como en la circulación de la noticia. Estos pueden ser: productores, políticos y/o grupos económicos, los cuáles controlan la información.

Hay que tener en cuenta que la circulación de la información no es igual en todos los países. Hay lugares donde la prensa está totalmente controlada por el poder político y, por tanto, se rompe una vez más con la calidad informativa. En cambio, en los países en los que se goza de una mayor libertad de prensa, también interfieren los grupos económicos (empresas).

En cuanto a la última fase, Alsina (1989:40) habla del consumo de la noticia y aquí hay que tener en cuenta los diferentes medios a través de los cuales la noticia puede llegar al público; televisión, prensa, radio, etc. Además hay que tener en cuenta también el efecto que la noticia provoca en el espectador.

Anteriormente hablábamos del poder que tienen algunos grupos en las informaciones, esto influye directamente en cómo se desarrolla la noticia, pero será el periodista quien tiene el poder de construirla para que cause el efecto que quiere en el público.

Para hacer periodismo de calidad, tanto en el tratamiento informativo como en el desarrollo de la noticia debe haber pluralidad, objetividad y veracidad.

Estos aspectos son fundamentales para que haya calidad informativa, sin embargo en la práctica la realidad es distinta, ya que como se ha explicado anteriormente, en el desarrollo de la noticia influyen muchos factores e intereses que inciden directamente en la forma en la que se producen.

### **3.3. PSEUDOPERIODISMO:**

#### **3.3.1. ¿Quién controla la información? El Poder de la Comunicación**

Debido a que nuestro análisis se centra en mostrar el periodismo de calidad en la práctica a través de la serie estadounidense *'The Newsroom'*, es menester conocer el poder de la comunicación centrándonos en la tríada EE.UU-Europa-Japón, la cual ostenta la mayor parte del poder de los medios de comunicación en el mundo.

Un 'conglomerado mediático' es, en palabras del catedrático Ramón Reig (2011:11) "aquella gran empresa que además de hacer actividades en el mundo de la comunicación, está relacionada con otros sectores de la producción". Actualmente, son siete los grandes conglomerados mediáticos que poseen medios de comunicación.

La tríada EE.UU-Europa-Japón, es el mayor de los conglomerados y aúna grandes empresas como: The Walt Disney Company, Comcast, WarnerMedia, ViacomCBS, News Corporation, Sony, Bertelsmann, General Electric, entre otras. Podría decirse que estas empresas son el motor económico del mundo debido al capital que mueven cada año. Ahora, el poder de los medios de comunicación se centra en satisfacer a estas grandes empresas.

En el libro *Dioses y diablos mediáticos: cómo manipula el poder a través de los medios de comunicación*, Reig asegura que estas grandes empresas tienen intereses y que intentan conseguir sus propósitos usando a los medios de comunicación. Una realidad cada vez más evidente, sobre todo, por las empresas de publicidad que según Reig "invierten mucho dinero, lo que abarata el coste del periódico (...) pero condiciona al periodismo, éste pierde su independencia" (Mentiras y medios, 2004).

Hablamos de empresas que controlan la información y, por tanto, todo lo que se publica. Esto nos lleva a reflexionar sobre el significado de 'libertad de prensa' y sobre si se sigue cumpliendo en la actualidad o no. Como señala Mompert (2001:32): "Parece pues evidente que la práctica periodística de las últimas décadas ha tocado techo", debido al control y al cambio de los nuevos medios con el paso de los años.

Es una realidad que estas empresas actúan en favor de sus propios intereses y que para ello usarán todos los medios que tengan a su disposición. El periodismo, ha sido a lo largo de la historia una herramienta muy importante para lograr objetivos, algo que es fundamental para estas empresas. Los medios de comunicación están en contacto directo con los ciudadanos, que son quienes compran el producto.

Los medios de comunicación están inmersos en una crisis de libertad informativa al servicio de la libertad de empresa. Reig (2011:2) afirma también que:

El periodismo está en crisis porque ha abandonado sus principios más esenciales (y por lo tanto ha provocado el rechazo de los receptores) y porque el Poder se ha metido dentro de sus límites dando lugar, entre otras cosas, a la aparición de nuevas censuras y autocensuras.

En cuanto a la sentencia del periodismo como “cuarto poder”, profesores como Juan Carlos Gil de la Universidad de Sevilla (Comunicación personal, 2020) dicen:

Es una frase que debería dar prestigio al periodismo. El sentido inicial que se le dio era el de vigilante de los otros tres poderes constituidos (Ejecutivo, Legislativo y Judicial). Sin embargo, si el periodismo se utiliza como mecanismo de influencia para los intereses ajenos a la información, se desvirtúa la profesión y con ello, el derecho de los ciudadanos a disponer de una información veraz, lo que implicaría tener una sociedad más crítica, abierta y democrática.

Por otro lado, para Avella y Rincón (2018:166) *los medios* “son parte clave de la estrategia de incidencia en la toma de decisiones políticas”. Esto quiere decir que no solo son las grandes empresas las que influyen en los medios de comunicación, sino también el poder político. Estos grupos políticos usan los medios de comunicación para favorecer su imagen. Según aclara Andreu Casero en *El control político de la información periodística* (2009:354-366):

El control político de la información televisiva combina dos vertientes diferenciadas pero complementarias: la ofensiva y la defensiva. La primera está ligada a la búsqueda activa de visibilidad pública para que sus actividades y sujetos alcancen presencia en la esfera pública central gracias a la acción difusora de los medios, especialmente de la televisión.

En España, algunos de los grandes grupos empresariales son: Grupo Planeta, Vocento, Atresmedia, Mediaset España, Unidad Editorial, Prisa, etc. A estos grupos pertenecen las principales cadenas de televisión y periódicos del país. Sin embargo, los grandes grupos se encuentran en Estados Unidos. La cadena HBO, a la que pertenece nuestra serie, forma parte del grupo Warner Media, del que también forman parte empresas como Turner, Warner Bros o DC Comics.

Como observamos, los medios de comunicación están controlados por grandes empresas que tienen sus propios intereses y también por grupos políticos. Según Gil (Comunicación personal, 2020): “si los grupos de comunicación se dedican a medrar con los políticos y a hacer de altavoces de las instituciones de los otros tres poderes constituidos pierden su verdadero sentido.”

Estas empresas son numerosas y muy difíciles de desestructurar, pero sigue siendo esa la única forma de conseguir que el periodismo goce de la libertad informativa que tuvo alguna vez.

Para Reig, que el periodismo vuelva a ser libre es posible de tres formas; la primera sería conocer a la perfección la profesión a la que nos dedicamos, así como actualizarse a los constantes cambios a los que se somete con el paso de los años, sobre todo en lo académico; la segunda sería que los medios de comunicación así como los propios periodistas, no se dejaran llevar por los intereses de las empresas a las que pertenecen y que los empresarios les den libertad para informar y, por último, tendría que haber un cambio en la forma de enseñar de todos los niveles académicos. Para Reig los medios de comunicación deben estar presentes cada día, siendo esta la única forma en la que se gozaría de una verdadera libertad de información (Mentiras y medios, 2004).

Por otro lado, para Álvarez Marcos (2020:151-175), la vida de los medios de información depende de “encontrar la fórmula que permita rentabilizar los proyectos empresariales incrementado, al mismo tiempo, la calidad del producto ofrecido”.

En el cine la mayoría de las películas giran en torno al problema del poder, en palabras de Rosalba Mancinas (Comunicación personal, 2020):

El poder es un elemento que nos seduce a todas las áreas de conocimiento, es un motor esencial en el desarrollo de la historia de los humanos y es un buen argumento para las películas y las series. Casi todo lo que nos mueve como humanos es la búsqueda de poder de todo tipo. Y cuando hablamos de periodismo solo tiene sentido si se enfrenta al poder, si obedece y hace lo que al poder conviene, cambia de nombre, se llama propaganda, relaciones públicas, comunicación institucional.

### **3.3.2. Audiencias y sensacionalismo**

La Real Academia de la Lengua Española define ‘sensacionalismo’ como: “Tendencia a producir sensación, emoción o impresión, con noticias, sucesos, etc.” En la actualidad, existen numerosos programas que dedican todo su contenido a, precisamente, causar impresión en el público. El sensacionalismo se da, en la mayoría de las ocasiones, en televisión, ya que es el medio más sencillo para causar esa impresión en el espectador. Y concretamente, se da, en mayor medida, en los programas de investigación.

Disfrazados de reportajes periodísticos, estos programas buscan tener el mayor número de espectadores para sus canales de televisión. Algo que puede llegar a ser muy peligroso, ya que la audiencia no puede diferenciar entre realidad y ficción. La mayoría de estos programas no siguen las normas, ni contrastan las fuentes, incumpliendo así los primeros pasos que debe dar un periodista para elaborar una investigación.

“En los diarios, las primeras páginas de los tabloides abundan en noticias con titulares estrambóticos y de doble sentido que violan la dignidad de la víctima y la de sus allegados” señala Saad (2011), que culpa a los propios periodistas de haber perdido la

objetividad que debería caracterizarles. Muchos de estos diarios han mostrado imágenes a lo largo de los años para destacar por encima de los otros, imágenes crueles que rompen con toda ética periodística. Muy crítico con el interés de los medios de comunicación, Saad (2011) afirma que:

En esta loca carrera por la inmediatez, el rating, ganar más lectores y dar primero la noticia, es el ciudadano del común al que a diario se le violan derechos fundamentales y aunque las regulaciones están escritas en los Códigos de Ética de los Periodistas y con criterios existentes sentados por los tribunales de justicia en todo el continente, la mal llamada “prensa popular” sigue lucrando con el dolor ajeno.

Otro de los problemas del periodismo es el auge de internet, que hace que las noticias circulen con mayor rapidez y convierte en víctima, si no tiene en cuenta las normas deontológicas, al propio periodista que muy fácilmente puede caer en informaciones superficiales y sensacionalistas. Las redes sociales cambiaron la forma en la que vemos las noticias, la responsabilidad de la prensa estaría en ese elemento ético que hace que esas noticias sensacionalistas no lleguen a más.

En el cine también encontramos ejemplos, en 2014 se estrenaba la película *Nightcrawler* dirigida por Dan Gilroy, donde un joven desempleado se introducía en el mundo del periodismo criminal para obtener las mejores imágenes y ganar así dinero. La película de Gilroy muestra la otra cara del periodismo, el más sensacionalista e interesado.

El sensacionalismo permite tener una audiencia activa, que es lo que buscan las grandes empresas de comunicación, ser rentables. En este sentido, el interés es meramente económico, sin embargo, también existen otros tipos de intereses que afectan negativamente a la calidad periodística.

### 3.3.3. Las ‘Fake news’

Si hay algo por lo que se dice que el periodismo está muriendo eso es por las llamadas ‘Fake News’ o noticias falsas. Estas han existido desde siempre, ya que no todo lo que vemos o leemos es cierto.

El auge de internet, una vez más, ha interferido directamente en la forma en la que se publican las noticias y ha dado al público en general, la herramienta perfecta para que puedan crearse periodistas. El denominado Periodismo ciudadano<sup>5</sup> se ha ido incrementando con el paso de los años, sobre todo por las redes sociales, este le ha

---

<sup>5</sup> El periodismo ciudadano (también denominado periodismo 2.0) se caracteriza por la participación de los propios ciudadanos en el proceso de creación y difusión de la información. Es un fenómeno alentado por la democratización de internet, los medios digitales, las redes sociales y los entornos colaborativos. Gracias a todas estas herramientas los ciudadanos esquivan obstáculos e intermediarios de la industria editorial para convertirse en protagonistas de la creación y distribución de contenidos. [Recuperado de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-periodismo-ciudadana-definicion-ejemplos-caracteristicas-comunicacion-digital/>].

dado al público el poder de convertirse en transmisores de la noticia. Y cuando no eres periodista, ni conoces la profesión, ni tampoco sus normas, muy fácilmente puedes difundir *noticias falsas*. Según Gil (Comunicación personal, 2020): “no todo lo que aparece en las redes sociales es periodismo. Puede ser comunicación, información, pero no significa que sea periodismo. Éste exige verificación, rigor, responsabilidad ante lo que se publica y profesionalidad. Eso no prima en las redes sociales.”

Según los datos ofrecidos por el European Communication Monitor (2018:17): “Las principales fuentes de contenido engañoso son las redes sociales (81,3 por ciento), pero los medios de comunicación (59,6 por ciento) también desarrollan un papel importante en la difusión de noticias falsas.”

Otro de los grandes problemas que existen es “la escasa capacidad crítica” que muestran los ciudadanos. Hemos dejado de ser capaces de profundizar en las cosas y nos hemos ido alejando de la verdad (Cañadas, 2018). Como decía Reig [véase punto 2.3.1], frenar esto es posible, si se educa desde el principio a la gente y conocen las normas, para no caer en la desinformación en cuanto leen algo.

El periodista actual ahora tiene otra labor importante y es la de desmentir informaciones. El periodismo ya no solo se dedica a informar sino también a intentar paliar esta carrera viral de noticias falsas que circulan por las redes. En muchas ocasiones incluso se ha podido ver que son los mismos diarios, o incluso la televisión, los que han creído las noticias y las han publicado, dándole así más credibilidad aún.

Detrás de una *noticia falsa* o *fake news* siempre suele haber interés, ya sea de tipo ideológico, político o comercial. O incluso interés individual del propio ciudadano que la inventa, ya que internet permite monetizar la noticia, de forma que cada vez que cualquier persona entre para leerla, se estaría generando una cantidad de dinero favoreciendo así al creador.

Normalmente las noticias falsas suelen ser atractivas por muchos motivos, son temas de actualidad, que están en boca de la gente o que incluyen en ellas a personas importantes que tienen un interés general, como: políticos, actores, deportistas, músicos, etc. De esta forma generan más vistas que las noticias reales y se hacen virales con mayor rapidez.

Un estudio de la Universidad Complutense de Madrid revelaba que la mayor parte de la población a la que le llega una *fake news*, acaba creyéndola. Como ocurre con el sensacionalismo, las noticias falsas están haciendo que tanto el periodismo, como los periodistas cada vez tengan menor credibilidad y que los ciudadanos ya no confíen en ningún medio.

## 4. EL PERIODISMO EN CINE Y TELEVISIÓN

### 4.1. Breve introducción de series y películas sobre periodismo

Anteriormente mencionamos que tanto el cine como la televisión han producido una gran cantidad de contenido en los que la temática versaba sobre el periodismo. Sin embargo, la forma en la que la mayoría mostraban a la profesión difiere mucho de lo que queremos demostrar en nuestro caso de estudio. En este epígrafe nombramos películas y series que reflejan el oficio desde una perspectiva diferente.

No obstante, vemos necesario dar a conocer brevemente en primer lugar, la relevancia que tiene la proyección de series internacionales y, sobre todo, estadounidenses en España.

Fernández Ramírez y McGowan (2020) concluyen en su estudio *La programación de series internacionales en la televisión generalista española (1990 - 2010)* que: “En la televisión española de 1990 a 2010 una serie internacional era, casi con seguridad, estadounidense y producida por una *network*”. Además, en su análisis han demostrado que estas series sirven a las cadenas españolas como generador de audiencias teniendo en cuenta en qué momento se emitían y a qué tipo de público iban dirigidas. Según Fernández y McGowan (2020) la mayoría de estas series eran sitcoms<sup>6</sup> y las cadenas españolas las emitían en horario de mañana y tarde, prefiriendo el *prime time* para otras series de estreno con protagonistas que habían adquirido especial relevancia. También Cascajosa (2009:8) señala en su artículo *La nueva edad dorada de la televisión norteamericana* que:

Nadie parece discutir que la ficción televisiva norteamericana vive lo que se denomina una edad dorada, un lugar común que, sin embargo, expresa con contundencia la legitimidad crítica que ha experimentado y que se traduce en acontecimientos tan significativos como que el fin de *Los Soprano* fue resaltado en las primeras páginas de los principales periódicos de Estados Unidos.

Tanto en el cine como en las series el periodismo siempre ha ocupado una posición desfavorable. Según Javier Zurro, periodista de El Español (Comunicación personal, 2020) “suelen mostrar expectativas que no se cumplen e idealizar la profesión”. También Rosalba Mancinas, profesora en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla (Comunicación personal, 2020) opina que esta idealización de la profesión:

Afecta a la profesión porque el mundo laboral, es decir, el ejercicio del periodismo es muy distinto a lo que muestran las películas, casi con toda seguridad un egresado del Grado en Periodismo no podrá ejercer el periodismo de investigación idealizado que

---

<sup>6</sup> “Sitcom es una abreviatura de Situation Comedy (Comedia de situación), y define a un tipo de comedia con unas características determinadas, a saber: risas grabadas, bajo presupuesto, capítulos de 24 aproximadamente, con unos decorados fijos y con capítulos autoconclusivos”. Manuls (2007) [Recuperado de <https://www.espinof.com/series-de-ficcion/diccionario-telefilo-sitcom>]

se muestra en la narrativa audiovisual. Normalmente su práctica será más rutinaria y aburrida, mucho menos heroica.

Por otro lado, Juan Carlos Gil tiene un punto de vista diferente:

Yo conozco las series de Periodistas en España y la de *The Newsroom* y la verdad es que la profesión salía muy bien parada. Por tanto, desde mi particular visión, la ficción de televisión ha tratado muy bien a los medios. No obstante, está muy extendida la imagen de los periodistas como personas poco formadas, ávidas de poder y deshonestas. Tendríamos que reflexionar, porque algo debemos estar haciendo mal para transmitir esa imagen. (Comunicación personal, 2020)

Según Alberto Nahum de la Universidad de Navarra (Comunicación personal, 2020):

Para formarnos un juicio sobre tal o cual cosa entran en juego múltiples factores. Dicho de otro modo: la imagen que uno tiene del periodismo vendrá influida por *The Newsroom*, por el telediario de las nueve, por María Patiño hablando de su labor como periodista en un programa de cotilleo, por el WhatsApp de la entrevista de Matías Prats o de tal fragmento de Ferreras, por los monólogos de Alsina, por la portada de *El País* que compro el domingo y miles de etcéteras. El rechazo o admiración hacia la profesión es complejísimo y tratar de reducirlo a un factor (el imaginario que se genera desde la ficción) es imposible.

Mientras que Simón Peña, profesor de la Universidad del País Vasco (Comunicación personal, 2020) cree que:

El cine ha contribuido paralelamente a generar los grandes iconos del ideal del comportamiento periodístico y, a su vez, ha mostrado algunos de sus grandes peligros. Pero no hay que olvidar que el cine de ficción no aspira a la veracidad sino a la verosimilitud, a crear representaciones que resulten creíbles en el contexto del relato. Por todo ello, se pueden encontrar obras inspiradoras en uno u otro sentido, pero la credibilidad de los medios siempre va a depender de sus propias acciones y no de sus representaciones de ficción.

Existen películas que han generado una buena crítica entre los profesionales del periodismo. En nuestro caso, mencionamos alguna de ellas desde el panorama norteamericano.

Un ejemplo es la película de Alan J. Pakula, *Todos los hombres del presidente*. La película protagonizada por Robert Redford y Dustin Hoffman (interpretando a Bod Woodward y Carl Bernstein) es una de esas obras del séptimo arte que generó en la opinión pública una imagen del periodismo muy favorable. La película de Pakula narra, basándose en el libro de los dos protagonistas Carl Bernstein y Bod Woodward, el famoso caso Watergate. Señala Fernández (2008:510) en *La imagen de la profesión periodística a través del cine* que: “*Todos los hombres del presidente* es el ejemplo más claro del buen periodismo” porque los periodistas trabajan como deberían hacerlo, comprueban las fuentes, contrastan la información y no se someten a intereses, sino que luchan por conseguir un fin.

Refiriéndonos a películas más actuales mencionamos una de las últimas obras de Steven Spielberg, *The Post (Los archivos del Pentágono)* del año 2017. La película de Spielberg protagonizada por actores de renombre como Meryl Streep, Tom Hanks o Sarah Paulson, versa sobre el encubrimiento de secretos en forma de documentos por parte de diferentes gobiernos estadounidenses, que recogían información sobre la Guerra de Vietnam.

Uno de los grandes problemas a los que se enfrentan los periodistas a la hora de publicar una información es la implicación que hay de los grandes poderes y el control que hacen en los diferentes medios. En *The Post*, los periodistas se enfrentan a esta cuestión, debiendo elegir entre si callar o informar aun habiendo consecuencias si eligen la segunda y nos deja una importante reflexión: “La prensa está para servir a los gobernados y no a los gobernantes”.

La película *Spotlight* de Thomas McCarthy tocó en 2015 un tema complejo, el de los casos de pederastia dentro de la Iglesia Católica. El periodismo de investigación es actualmente el más perjudicado en la nueva forma de hacer periodismo. Podemos verlo en la ficción, pero también en numerosos programas de cadenas generalistas españolas e internacionales. Su repercusión tiene especial relevancia porque genera mucha audiencia y por tanto fácilmente se somete a intereses, lo que llamamos sensacionalismo [véase punto 3.3.2]. Sin embargo, en *Spotlight* no se dejan llevar por ese sensacionalismo y hacen una investigación brillante, brillante no solo porque consigan el fin mismo, que es destapar la verdad, sino porque en su desarrollo usan todas las técnicas que debe usar un periodista a la hora de hacer una investigación.

Zurro (Comunicación personal, 2020) opina que la película:

Es cero glamourosa, se muestra cómo es realmente la vida de esos profesionales, y es cero emocionante, y normalmente hasta aburrida, pero en un momento determinado tuvieron en sus manos un tema importante y supieron abordarlo.

Por otro lado, algunas series también han basado su temática en torno al periodismo. Pero a diferencia del cine, donde encontramos más películas estadounidenses que reflejan el buen periodismo, las series donde se aprecia la calidad de la profesión no son en su mayoría originarias del país norteamericano, sino que se enmarcan en un panorama internacional.

Hemos querido mencionar en este trabajo algunas de ellas: *Novine (The Paper)*, *Periodistas*, *Borgen* y por supuesto la serie sobre la que se centra nuestro caso de estudio, *The Newsroom*, a la que dedicamos un apartado individual.

La serie *Novine* de origen croata se estrenó en el año 2016, se hizo tan popular que adquirió fama internacional, estrenándose en otros países bajo el título ‘*The Paper*’. La historia de la serie se centra en el último periódico independiente de Croacia, *Novine*, que es adquirido por un empresario debido a la gran crisis económica en la que se

encuentran los medios de comunicación. En *Novine* se aprecia ese enfrentamiento entre periodistas que quieren ejercer bien su trabajo y anteponer la ética y la moralidad y aquellos que quieren controlarlos para favorecer su imagen. Lo que muestra la serie es la lucha del periodismo por la libertad de expresión y la libertad de prensa, los periodistas de *Novine* se resisten a ser controlados y es, precisamente esa lucha, el reflejo de la actualidad a la que estarían enfrentándose los periodistas hoy día.

En 2010 Dinamarca estrenaba la serie *Borgen*, una serie que muestra los entresijos de la política danesa cuando por primera vez una mujer accede a la presidencia del país. El caso de *Borgen* nos interesa especialmente por la relación que tienen en la serie los medios de comunicación y el poder político. Una relación que difícilmente podría darse en cualquier otra parte del mundo. Sin embargo, en Dinamarca, señala Pellicer (2015) que:

Los medios de comunicación daneses cuentan con una enorme tradición y la libertad de expresión es uno de los valores democráticos más arraigados en la sociedad danesa. Es, por tanto, comprensible que la comunicación no pueda estar desligada de la política.

En cuanto al panorama nacional, hemos querido mencionar en este apartado la serie *Periodistas* que estuvo en la parrilla española durante 4 años. La serie producida por Globomedia enseñaba la redacción de un periódico ficticio *Crónica Universal*. Destacamos su importancia porque por primera vez se dio a conocer en España cómo era y cómo funcionaba la redacción de un periódico, cómo se tomaban las decisiones y cómo se llevaban a cabo. Asimismo, *Periodistas* también mostró el lado más humano de los profesionales, alejada de esa imagen que se vendía del periodista valiente y sin miedo a nada.

## 4.2. Presentación de *The Newsroom*

THE NEWSROOM	
Año	2012
Duración	50 minutos
País	
Dirección	Aaron Sorkin, Alan Poul, Greg Mottola, Lesli Linka Glatter, Jeremy Podeswa, Anthony Hemingway, Joshua Marston, Alex Graves, Carl Franklin. Paul Liberstein, Jason Ensler, Julian Farino, Daniel Minahan.
Guion	Aaron Sorkin, Brendan Fehily, Corinne Kingsbury, Ian Reichbach, David Handelman, Dana Ledoux Miller, Matthew Lopez, Camilla Blackett, Adam R. Perlman, Elizabeth Peterson, John Musero, Michael Gunn, Alena Smith.
Música	Alex Wurman, Thomas Newman.
Fotografía	Todd McMullen, Barry Ackroyd.
Reparto (Principales)	Jeff Daniels, Emily Mortimer, John Gallagher Jr, Alinson Pill, Thomas Sadoski, Dev Patel, Olivia Munn, Sam Waterson.
Productora	HBO
Género	Serie de Televisión, Drama, Periodismo.
Sinopsis	Serie que muestra los entresijos de una importante cadena de televisión por cable, centrada en la redacción y en la parte de una TV que no ven los espectadores. Los protagonistas son un veterano presentador (Jeff Daniels), la nueva productora ejecutiva (Emily Mortimer) y otros miembros del equipo. (FILMAFFINITY)

Tabla 1. Ficha Técnica de *The Newsroom*. *Elaboración propia*.

*The Newsroom* es una serie original de HBO enmarcada en el género dramático de televisión. Fue creada por Aaron Sorkin, afamado director y guionista y cuenta con tres temporadas que hacen un total de 25 episodios.

La trama se sitúa en la redacción de un programa de televisión, cuyo protagonista es el presentador Will McAvoy (Jeff Daniels). Después de un revés durante una conferencia de prensa, el presentador debe adaptarse a la nueva situación del canal de televisión para el que trabaja cuando su jefe, Charli Skinner (Sam Waterson) decide contratar como productora ejecutiva a su exnovia, Mackenzie McHale (Emily Mortimer). Juntos crean un nuevo programa de noticias a través del que se desarrolla la trama de la serie, basada principalmente en la ética periodística, en el tratamiento de las noticias y la importancia que suscitan las audiencias.

Durante el desarrollo de sus episodios, en numerosas ocasiones la serie cuenta noticias y sucesos que ocurrieron en la realidad. Destacamos las noticias más relevantes como: la muerte de Bin Laden, el vertido de petróleo tras el accidente de BP en 2011 en el Golfo de México, las revueltas árabes, el desastre de Fukushima o la Operación Génova que según Fernández (2013) describe: “un hecho ficticio pero que se inspira en el escándalo “Tailwind” que sacudió a la prestigiosa cadena de información CNN”. En

uno de esos episodios la serie también hace referencia al atentado terrorista ocurrido el 11 de septiembre de 2001 en New York.

*The Newsroom* nos acerca no solo a la noticia, sino también a la relación que tienen los personajes entre sí. En esa lucha entre vida privada y profesional, la serie ofrece al espectador las vivencias de una redacción que lucha por conseguir ejercer un periodismo serio y de calidad.

Desde el punto de vista de diferentes profesionales la serie sería una buena guía de calidad, lo que vendría a ser un libro de estilo representado en la ficción. Sin embargo, la gran mayoría es consciente de que actualmente ese periodismo aparece solo en la ficción. Es un periodismo “idealizado”. Zurro (Comunicación personal, 2020) explica que la serie representa al periodismo:

Desde un punto idealizado, casi utópico, presentándola como lo que debería ser, a lo que deberíamos aspirar. Por desgracia esas redacciones que vemos no son normales. Ni en cuanto a medios, ni en cuanto a pulcritud con los temas o las fuentes.

Según Alberto Nahum (Comunicación personal, 2020) el periodismo en *The Newsroom* es:

Tramposo. Como digo, es muy fácil “informar” de hechos dos años después de que hayan pasado. Así se le gana por goleada a cualquiera. Es más, lo que hace *The Newsroom* -insisto, sobre todo en su primera temporada- es perpetuar uno de los problemas del periodismo: renunciar a la complejidad. Acusa a los medios de ser partidistas y sesgados... cuando la propia serie hace lo mismo [...] En resumen, que *The Newsroom* también evidencia sus sesgos. Esto implica que, incluso en el noble afán de buscar la verdad, los principios editoriales median en el retrato de la realidad que se establece.

Profesores de comunicación como Rosalba Mancinas (Comunicación personal, 2020) opinan que ese periodismo que hoy es utópico sería posible algún día ya que:

Nunca debemos perder la esperanza, por lo menos debemos ser conscientes de lo que es realmente el periodismo y mantener viva la esperanza de ejercerlo a la más mínima oportunidad, aun sabiendo que la mayoría terminará trabajando en gabinetes de comunicación y no tendrá la opción de ejercer el periodismo.

Aun así y aunque *The Newsroom* idealice una profesión que hoy día sufre las consecuencias del intrusismo laboral, del auge de las nuevas tecnologías y, sobre todo, de internet, parece una buena forma de educar a futuros profesionales.

Nicolás, Galbán y Ortega (2017) han realizado una investigación sobre la influencia que tiene la serie en estudiantes de periodismo y cómo la misma facilita la comprensión de los conceptos relacionados con la ética periodística. En su investigación, Nicolás, Galbán y Ortega (2017:278) señalan que: “Un reto de la formación universitaria es enseñar a pensar para que el alumno aprenda a descubrir la realidad, a ser experto en

la aproximación al objeto de estudio desde la realidad social donde vive”. Es decir, que en este mundo donde proliferan las nuevas tecnologías y el uso de las plataformas digitales en edades tempranas, el mundo educativo ha de adaptarse y transmitir los conocimientos con nuevas herramientas.

Según un estudio de la Universidad Complutense de Madrid donde analizaban las edades de las personas que más usan estas plataformas: “Los usuarios mayoritarios se ajustan a una edad comprendida entre los 18 y los 25 años (41%)” rango de edad a la que pertenece la mayor parte de los alumnos de la comunidad universitaria (elEconomista.es, 2017).

Rosalba Mancinas (Comunicación personal, 2020) enseña la serie en sus clases y opina que:

La serie muestra los entresijos del periodismo, los factores que hay detrás de la pantalla, todo lo que se tiene que negociar antes de que un periodista hable, por eso la muestro en clase, porque muestra de forma amena lo que explico a través de aburridas diapositivas.

Zurro (Comunicación personal, 2020) también opina que la serie es una buena forma de educar a futuros periodistas, desde su punto de vista:

Me parece tan recomendable porque no sirve como retrato de lo que es ahora el periodismo, pero sí como mapa de a lo que debemos aspirar. A ser relevantes, a cuestionar el poder, a ser escrupulosos con las fuentes... Aaron Sorkin, su creador, es un idealista, pero pone el foco en cómo debería ser el periodismo actual (y un periodismo que existió en algún momento).

Para Simón Peña (Comunicación personal, 2020): “La serie ofrece un buen número de situaciones que afrontan los personajes que pueden servir para un debate desde la perspectiva deontológica, confrontando las decisiones de los personajes con las que deberían tomarse en un entorno real”.

## 5. BREVE ANÁLISIS DE LA REPRESENTACIÓN DE LA PROFESIÓN PERIODÍSTICA EN LA FICCIÓN A TRAVÉS DE LOS PERSONAJES PRINCIPALES DE *THE NEWSROOM*

Según describe Aparici (2013:202) en el libro *La imagen: análisis y representación de la realidad*: “Reconocer que la realidad que nos muestran los medios es una elaboración de la realidad, y no su reflejo o una ventana abierta al mundo, es la primera condición para poder diferenciar entre «realidad» y «construcción de la realidad»”. La representación de esa realidad en las series de televisión sería, por tanto, una realidad interpretada por aquellos sujetos que crean el producto y que viven en un entorno cultural. En nuestro caso, *The Newsroom* es una serie de televisión creada por Aaron Sorkin y por consiguiente debemos entender que la representación de la realidad de la profesión periodística que muestra la serie es una visión de la realidad del propio creador.

Para entender una imagen hay que tener en cuenta que se puede observar desde dos puntos de vista. Continúa Aparici (2013:203):

Desde el punto de vista del creador, una imagen se puede entender como representación y como interpretación de algo que no está presente y que va a generar una serie de sensaciones y evocaciones, mientras que desde el punto de vista del observador es éste quien le atribuye significados que pueden estar presentes o no en la obra o con la finalidad planteada por su realizador.

Por otro lado, Selva y Solà (2004:156) señalan que:

La imagen (pictórica, fotográfica, cinematográfica o televisiva) permite construir una representación del mundo basándose en la imitación verosímil de la realidad, en tanto que ordena implícitamente un discurso en torno a sí misma, es decir, que narrativiza esta realidad.

En nuestro objeto de estudio, la serie *The Newsroom*, se realiza una interpretación de la realidad de una redacción de televisión donde trabajan un grupo de periodistas. Según señalan también Selva y Solà (2004:156):

Cada época o momento histórico ha elaborado su narración imaginaria por medio de las imágenes y desde estas ha promovido la capacidad de crear expectativas, aspiraciones, nuevos imaginarios que tienen un efecto en la realidad, no sólo como evasión, sino también como referentes que orientan las acciones y los proyectos de futuro.

La visión que ofrece la serie de Sorkin del periodismo es su propia interpretación de la realidad, el director presenta al periodista como héroe y a la profesión periodística como salvadora de los problemas del mundo. Según Bezunartea et al. (2010:146), aquellas personas que no conocen el periodismo “asumen los estereotipos” que el mundo de la ficción ha ido contando a lo largo de la historia. Ya que como

comentábamos anteriormente cada producto es obra de un creador y ese creador interpreta la realidad a su manera. Por tanto, si el creador no conoce la profesión fácilmente puede caer en tópicos. No obstante, la relación de Sorkin con el periodismo siempre ha sido de respeto. En una entrevista para El País, el creador de *The Newsroom* dice: “Yo no quiero sentar cátedra. Solo entretener en un ambiente que se sienta real, donde las noticias son reales y el espectador cuenta incluso con más información que los protagonistas”.

Según Berzunarte et al. (2010:149) los espectadores tienen intereses comunes y estos se alejan de los personajes que no tienen nada aparente que contar, “las historias que nos gustan a todos son aquellas en las que sucede algo fuera de lo común: una aventura, una tragedia, un encuentro inesperado, un golpe de fortuna, un juego...”. Desde esta perspectiva, *The Newsroom* cumple todas las expectativas: el periodista héroe con una vida caótica; La mujer periodista a la que le sonríe la suerte tanto en lo profesional como en lo personal; El joven becario con problemas; El compañero nuevo que oculta cosas a los demás...

Otro aspecto a tener en cuenta en la representación de la profesión en la ficción es el papel de la mujer. Según Berzunarte et al. (2010:151) “las mujeres son sólo una de cada cinco periodistas que aparecen en pantalla. Exactamente el 20,9%, frente al 79,1% de varones.” En *The Newsroom* los personajes femeninos representan el 37,5% frente al 62,5% de hombres de la totalidad de los personajes principales de la serie.

La edad es otro aspecto importante, la mayoría de los periodistas en la serie tienen un promedio de edad de entre 30 y 50 años, el 85% de los personajes principales frente al 10% de personajes que representan el papel de nuevos periodistas y el 5% que representa el último tramo de la profesión antes de la jubilación.

## **5.1. Análisis de los personajes**

Analizar a los personajes de una película o una serie de televisión nos ayuda a identificar los conceptos abstractos que vamos aprendiendo. Los personajes son los elementos más importantes de la historia de ficción, ya que son el medio a través del cual el espectador empatiza. Según López y Nicolás (2015:32) el análisis de personajes se realiza “para entender posteriormente su toma de decisiones y el arco dramático que, en una analogía con el camino del héroe, definirá si su transformación es hacia el bien o viceversa”.

A continuación, se muestra una breve presentación del perfil de cada uno de los personajes principales de *The Newsroom* según dos tipos de arcos, el positivo y el negativo. El arco positivo es aquel en el que el personaje empieza en un punto de la historia y termina en un punto opuesto (desarrollo hacia el bien) y está relacionado con el cambio de prioridades del personaje. El arco negativo es a la inversa, empieza en un punto y acaba también en el opuesto (esta vez hacia el mal).

Los personajes principales de *The Newsroom* son: Will McAvoy, McKenzie McHale, Jim Harper, Margaret Jordan (Maggie), Don Keefer, Neal Sampat, Charlie Skinner y Sloan Sabbith<sup>7</sup>.

- Will McAvoy



Ilustración 1. Jeff Daniels como Will McAvoy. HBO.

“El primer paso para resolver cualquier problema es reconocer que hay uno. Estados Unidos ya no es el país más grande del mundo” dice el protagonista absoluto de la serie, Will McAvoy, periodista y anteriormente fiscal en la Oficina del Fiscal del Distrito de Brooklyn donde su tasa de condena era de un 94%. Will es el presentador del canal Atlantis Cable News (ACN) y conductor del programa Noticias Noche (News Night).

El personaje pertenece al arco positivo debido a su evolución durante la serie y aparece en todos los capítulos de ésta. La historia de Will, según cuenta él mismo en la serie, comienza en “un pueblo a las afueras de Lincoln” y su infancia no fue nada fácil. Su padre era un alcohólico que solía golpearlo a él y a sus hermanos. Se graduó cuando tenía 19 años y trabajó escribiendo discursos para el propio George HW Bush.

El presentador es un personaje arrogante y ególatra que va cambiando a medida que se desarrolla la serie. De trabajar individualmente pasa a trabajar en equipo y comportarse de forma mucho más humilde. Will McAvoy representa la figura del periodista conocido (la cara conocida de las noticias). Periodistas de prestigio que pertenecen o han pertenecido siempre al mismo canal de televisión y que han ido cosechando éxitos a lo largo de los años. En España, personas similares serían Matías Prats o Pedro Piqueras.

- McKenzie McHale

McKenzie es la productora ejecutiva del programa Noticias Noche. Llega al canal ACN tras la llamada del director de los informativos (Charlie Skinner) que quiere renovar la cadena y recuperar la confianza que Will McAvoy pierde tras la conferencia en Northwestern University. Mckenzie nace en Estados Unidos, estudió en Cambridge y según ella su padre fue “el embajador británico de la ONU”.

---

<sup>7</sup> Todos los datos de las descripciones de los personajes provienen de la serie debido a la escasez de fuentes documentales. [[www.es.hboespana.com](http://www.es.hboespana.com)]



Ilustración 2. Emily Mortimer como Mckenzie McHale. HBO.

La productora ejecutiva es la exnovia de Will McAvoy y al igual que ocurre con él, pertenece al arco positivo. El comienzo de Mckenzie en la serie es complicado debido a la relación con Will y el poder que tiene este en el programa. Poco a poco su comportamiento se va acentuando a medida que el programa Noticias Noche va teniendo éxito y la relación con sus compañeros progresa.

McKenzie es una mujer con numerosas habilidades y un poder asombroso para la comunicación. Son sus propios compañeros quienes alaban su trabajo al conocerla ya que en sus primeros años como periodista estuvo en la guerra de Afganistán, Pakistán e Irak cubriendo los informativos para otro programa de noticias.

El papel de Mckenzie como productora ejecutiva en el programa de ACN (Noticias Noche 2.0) es similar en España al de personas como Antonio Romero, Ángeles Ortiz (Telecinco) o Mercedes del Pozo (Antena 3).

- Jim Harper

Jim es productor junto a Mckenzie McHale, trabajó con ella en Afganistán y llega a ACN junto a su equipo para acompañarla en la nueva aventura del programa Noticias Noche.

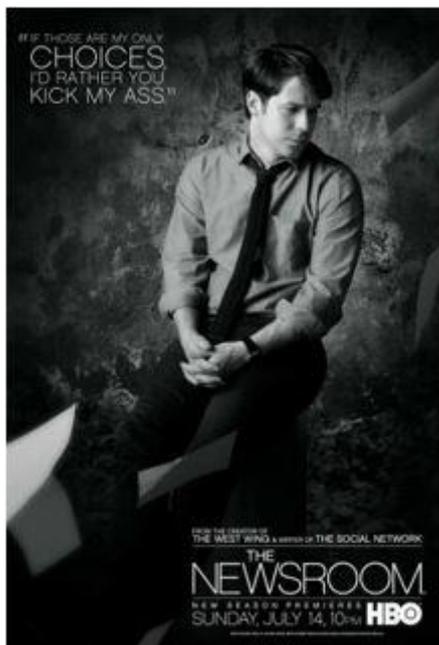


Ilustración 3. John Gallagher Jr. Como Jim Harper. HBO.

Representa el papel del periodista sabelotodo, el que cuenta con numerosas fuentes “amigas” y se presenta como héroe, aunque nadie se lo pida.

El papel de Jim Harper es de relevancia en la serie, ya que su papel como periodista investigador durante el desarrollo de varias noticias del programa Noticias Noche acaban con éxito. El desparpajo que muestra Jim en la redacción del programa es notable y se incrementa con el paso de los capítulos donde se convierte en uno de los personajes principales.

Jim se enmarca entre el arco positivo y el negativo porque su desarrollo en cuanto a su personalidad no cambia. Desde el comienzo de la serie el personaje actúa de una forma definida y continua igual hasta el final.

- Margaret Jordan (Maggie)



Ilustración 4. Alison Pill como Maggie Jordan. HBO.

De ascendencia holandesa, Maggie comienza en la serie como ayudante en el programa Noticias Noche, más tarde pasa a ser ayudante del mismo Will McAvoy y tras la llegada de Mckenzie McHale, se convierte en productora asociada debido a la simpatía que esta causa a la productora ejecutiva.

El personaje de Maggie se enmarca en el arco positivo. Su comienzo en la serie está marcado tanto por la relación que tiene la protagonista con Don Keefer, también compañero del canal, como por su “aparente torpeza” en la forma de trabajar.

Maggie representa el papel de la periodista nueva y joven que llega a la redacción y aún no siente la suficiente confianza como para actuar con normalidad, lo que interfiere en la forma de hacer su trabajo. Su desarrollo durante el paso de los capítulos mejora y la confianza que parecía no

tener, aparece.

Maggie representa la poca experiencia de los periodistas que acaban de terminar la carrera y comienzan a trabajar por primera vez (tiene 26 años) y cómo el paso del tiempo y la confianza va haciendo que la persona gane experiencia.

- Don Keefer

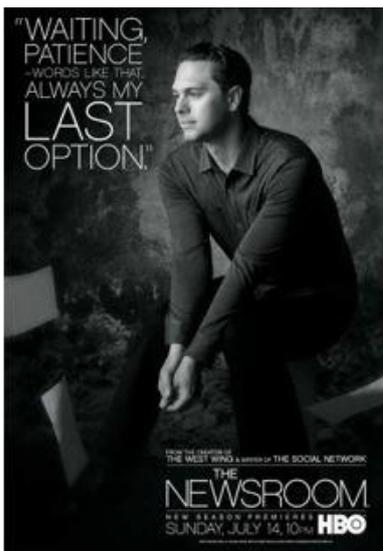


Ilustración 5. Thomas Sadoski como Don Keefer. HBO.

Don Keefer también es productor ejecutivo de Noticias Noche, pero tras el revés de Will McAvoy en Northwestern decide dejar el programa y pasar a las noticias de las 10pm.

El personaje de Don se enmarca entre el arco negativo y el positivo. La relación problemática que tiene con Maggie y los malentendidos con sus compañeros hacen que su evolución durante los primeros capítulos vaya en decadencia y cambie a medida que la serie avanza.

Aunque Don siempre intenta hacer las cosas bien, su personaje representa la frustración del periodista que ve la evolución de los demás, pero no la suya propia.

Esa frustración se observa en la relación que tiene Don con Jim Harper, al que se enfrenta en numerosas

ocasiones por la forma que tiene Jim de hacer las cosas.

- Neal Sampat

Neal, de origen indio nacido en Reino Unido, es el encargado de escribir el blog de Will McAvoy.

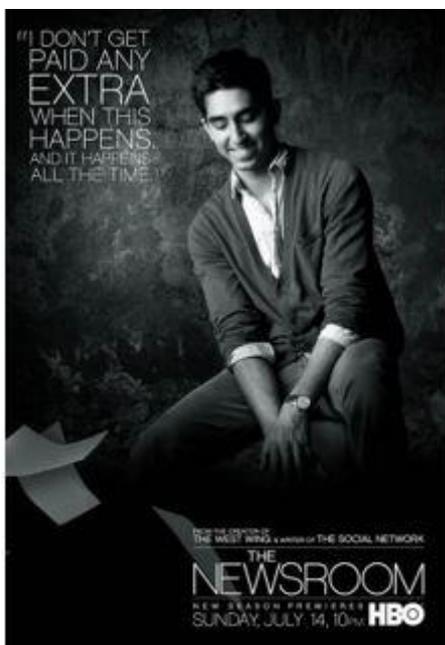


Ilustración 6. Dev Patel como Neal Sampat. HBO.

Su desarrollo como personaje se enmarca en el arco positivo. La evolución de Neal es notable debido a, principalmente, su poca experiencia como periodista al comienzo de la serie y la poca valoración que se le da como profesional debido a su puesto de trabajo, escribir el blog del presentador del programa.

El personaje de Neal Sampat tiene algunas similitudes con el de Don Keefer, en cuanto a la frustración del profesional que no puede hacer lo que mejor sabe porque debe dedicarse a otra cosa. Sin embargo, la evolución de Neal se encamina, a diferencia de lo que ocurre con Don, hacia ese encuentro con el trabajo soñado. Además, la relación de amistad que forja con Will McAvoy también lo ayuda a progresar.

Neal representa al periodista joven, que poco a poco va ganando un lugar en la redacción debido a la paciencia y al trabajo bien hecho.

- Charlie Skinner



Ilustración 7. Sam Waterston como Charlie Skinner. HBO.

Charlie Skinner es el director de los informativos del canal Atlantis Cable News (ACN) y fue reportero en el cuerpo de marines de los Estados Unidos, más tarde se formaría como reportero de guerra.

El personaje de Charlie Skinner se enmarca en el arco positivo. Su desarrollo durante la serie sigue una misma línea y representa sobre todo la experiencia.

La amistad de Charlie Skinner con Will McAvoy se aprecia durante todos los capítulos de la serie y es tal vez, esa relación por lo que Charlie ayuda a Will McAvoy a mejorar y a desarrollar todas sus capacidades, lejos de quedarse atrapado en ese presentador que informa solo para ganar audiencia.

Charlie representa al periodista con una gran carrera a punto de finalizar que sabe, por experiencia propia, como hacer bien las cosas.

- Sloan Sabbith

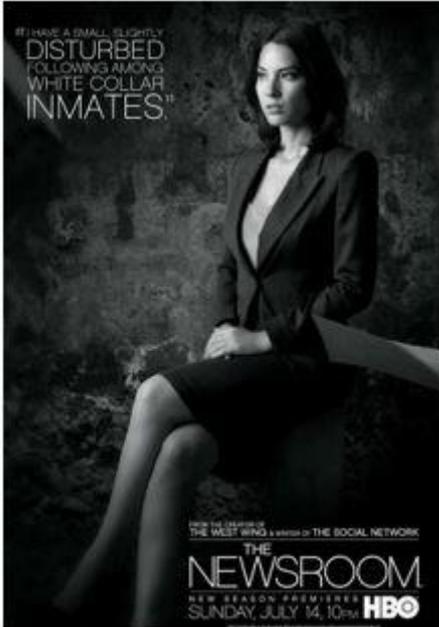


Ilustración 8. Olivia Munn como Sloan Sabbith. HBO.

Sloan Sabbith es junto a Will McAvoy, presentadora de Noticias Noches. Su sección es la de noticias financieras debido a su carrera en economía.

Su aparición durante la primera temporada es escasa, ya que aparece en pocos momentos durante los primeros capítulos. Su personaje va cobrando importancia a medida que la serie avanza gracias a la relación que va forjando con Mckenzie McHale. Se enmarca en el arco positivo, aunque su desarrollo durante la serie sigue la misma línea.

Sloan, al igual que Will, representa el papel de presentadora de noticias de prestigio y de cara conocida.

## 6. ANÁLISIS DE CONTENIDO

A continuación, se presenta el análisis de los ocho capítulos seleccionados de *The Newsroom*. En dicho análisis se expone: la noticia real, el tratamiento de las noticias en los capítulos y las características de periodismo de calidad presentes en cada uno de ellos.

### 6.1. Capítulo 1, primera temporada: “*We just decided to*”

<b>CAPÍTULO</b>	Piloto, capítulo 1 Primera Temporada. “ <i>We just decided to</i> ” – [ <i>Decidimos hacerlo</i> ]
<b>DURACIÓN</b>	1:09:34
<b>NOTICIA REAL</b>	Vertido de petróleo de BP en el Golfo de México.
<b>FECHA DE EMISIÓN</b>	24 de junio de 2012
<b>ARGUMENTO</b>	Durante una charla en la Universidad de Northwestern el presentador Will McAvoy ‘estalla’ al contestarle a una alumna a la pregunta: “¿Pueden decir por qué América es el mejor país del mundo?” Tras los hechos, el equipo de su programa decide abandonarlo y el director (Charlie Skinner), decide contratar a un nuevo equipo encabezado por Mckenzie McHale, la exnovia de Will.

- El vertido de petróleo de BP en el Golfo de México

El 20 de abril de 2010 la plataforma petrolífera llamada “Deepwater Horizon” explotaba en el Golfo de México dejando once muertos y produciendo el peor derrame de petróleo de la historia, hundiéndose dos días después de la explosión. Cinco millones de barriles de petróleo se derramaron en el mar contaminando la costa y afectando durante meses a la fauna marina.

- Tratamiento de las noticias

Una alerta de noticia llega a la redacción, Jim advierte a Don, pero la alerta es amarilla y Don decide no hacerle caso. No contento con ello Jim investiga y advierte de que ha sido una explosión de una plataforma petrolífera en el Golfo de México. La redacción se pone en marcha, pero Don prefiere seguir manteniendo la precaución ante una alerta amarilla.

Neal por su parte investiga la noticia y las consecuencias que podría traer una explosión de esas dimensiones en el mar. En ese momento, Jim recibe una llamada de una fuente anónima y decide avisar a su jefa, Mckenzie McHale.

La redacción se pone a trabajar en cuanto conocen los nombres de las dos fuentes y la información que han aportado, deben contrastar la información antes de que salga en antena. Una vez obtenida toda la información elaboran la escaleta y Will, el presentador, se prepara para salir en directo.

➤ Características de periodismo de calidad en el capítulo

- Dudar: Jim asegura tener dos fuentes fiables, pero todos dudan ante esta fuente.

**Will**- Yo quiero saber quiénes son tus fuentes. Compréndelo, no te conozco.

**Jim** - Verás, no tienes porqué fiarte de mí. Ella se fía (Mckenzie) así que fíate de ella.

**Will** - Prueba otra estrategia, ¿es un alto cargo ese tío de BP?

**Jim** - Asiste a las reuniones y no he dicho que fuera un tío.

**Will** - ¿Ese personaje tiene algo contra la compañía?

**Jim** - No.

**[Secuencia 43:15 - 46:30]**

- Confirmar las fuentes y revelarlas es más fiable.

**Mckenzie** - Tienes que rebelar tus fuentes.

**Jim** - No puedo.

**Mckenzie** - No confiará en ti si no confías en él.

**Jim** - El ingeniero de BP es un colega de la universidad, hace un año que es vicepresidente.

**Will** - ¿Y cómo sé que no te da información falsa con la esperanza de que la difundas y te alegre el día? ¿Quién es la otra fuente?

**Jim** - Mi hermana, es doctora en ingeniería.

**[Secuencia 47:58 - 49:00].**

La redacción se pone a trabajar en cuanto conocen los nombres de las dos fuentes, una vez tienen la información la contrastan llamando a otras personas.

En el primer capítulo la principal característica de periodismo de calidad que encontramos son las fuentes y el tratamiento de estas. Según la Sociedad de periodistas profesionales de Estados Unidos, el periodista debe: “Tomar responsabilidad por la precisión de su trabajo; Verificar toda la información antes de distribuirla; Usar fuentes originales siempre y cuando sea posible.” (Sociedad de periodistas profesionales, 2015). La forma en la que Jim insiste para contar la noticia muestra que todas las noticias son importantes y que hay que indagar sobre ellas. La forma y enfoque que se le da a la noticia también cobra especial relevancia en este capítulo, en esos dos aspectos reside la calidad de la información que se va a dar.

## 6.2. Capítulo 4, primera temporada: “I’ll try to fix you”

<b>CAPÍTULO</b>	Capítulo 4, Primera Temporada. “I’ll try to fix you” [Intentaré ser tu Celestina]
<b>DURACIÓN</b>	56:19
<b>NOTICIA REAL</b>	Tiroteo de Tucson de 2011.
<b>FECHA DE EMISIÓN</b>	15 de julio de 2012
<b>ARGUMENTO</b>	La redacción de <i>Noticias Noche</i> celebra el fin de año, mientras Will intenta ligar con las chicas de la fiesta y los demás se preparan para la cuenta atrás. Will se reúne con el fiscal del Distrito Sur por recomendación de Mckenzie, y Neal asegura que el Bigfoot existe, está dispuesto a demostrarlo. Maggie da una alerta de noticia. La congresista Gabrielle Giffords ha sufrido un atentado.

### ➤ Tiroteo de Tucson de 2011

El 8 de enero de 2011 Gabrielle Giffords, una congresista demócrata, recibió un tiro en la cabeza durante un acto público. Seis personas murieron y otras 15 resultaron heridas. Rápidamente los programas de televisión informaron erróneamente de su fallecimiento mientras la política se debatía aún entre la vida y la muerte en el Centro Médico Universitario de la ciudad.

### ➤ Tratamiento de las noticias

La alerta roja llega a la redacción, una congresista ha recibido un tiro en la cabeza en Tucson. Todos dejan sus problemas aparte y van a sus puestos de trabajo. Don llama al corresponsal en Tucson para que se prepare para salir en antena, los demás llaman para contrastar las noticias. Llegan nuevas informaciones:

Neal - Han detenido al pistolero.  
Jim - ¿Quién es? ¿Cómo ha sido?

Todos los canales informan de que la congresista ha fallecido pero la redacción de Noticias Noche decide esperar hasta tener la confirmación de una fuente experta, no de otros compañeros. El jefe insiste en anunciar la muerte de la congresista, pero los periodistas de la redacción no quieren hacerlo hasta que la noticia se confirme realmente.

Maggie descubre que la congresista está viva por el anestesista que la ha preparado para intervenirla. Contactan con los corresponsales para ver qué conocen de la noticia y una vez lo confirman, dan la noticia en directo.

➤ Características de periodismo de calidad en el capítulo

Durante la noticia de los viajes de Obama a la India donde supuestamente se gastó 200 millones de dólares y la noticia de su supuesta oposición contra las armas, Will dice:

**Will** – “¿Por qué las noticias no llaman mentiras a las mentiras cuando se sabe que lo son?”

Desmentir una información también es informar, en el primer programa de Noticias Noche, Will decide desmentir dos informaciones falsas de Obama que los conservadores han estado publicando por intereses propios.

- Posicionamiento contra la mentira.

**Will** – “Una mentira llega al otro lado del mundo antes de que salga la verdad”  
[Secuencia 34:30 - 37:20]

- Precaución y confirmación.

Durante la noticia de la congresista, todos los periodistas deciden mantener la precaución y esperar para confirmar su muerte. Cuando el presidente de la cadena, Reese, entra en plató para advertir a Will de que informe de su muerte, Don dice:

**Reese** – Cada vez que no estás al día mil personas cambian de canal para ver al que sí lo está, ahí es donde tienes que moverte. La NBC, Fox y CNN hablan de su muerte. Don, díselo.

**Don** – Es una persona, un médico declara su muerte, no las noticias.  
[Secuencia 52:50 - 53:40]

El periodista que no confirma pierde la capacidad de trabajar por sí mismo y se deja llevar por otras informaciones, prefiere aceptar lo que otros medios publican. Los periodistas de Noticias Noche sin embargo deciden esperar para confirmar, los demás han dado una noticia falsa solo para adelantarse a la noticia, buscando la audiencia. Según la SPJ, el periodista debe: “Recordar que ni la velocidad ni el formato son excusas para la falta de exactitud.” (Sociedad de periodistas profesionales, 2015).

La calidad de la información también reside en esa precaución a la hora de informar sobre algo reciente y de última hora.

En este capítulo vemos como la verdad debe imperar en la información y cómo desmentir una noticia, aunque acabe de publicarse, también es informar a los espectadores.

### 6.3. Capítulo 5, primera temporada: “Amen”

<b>CAPÍTULO</b>	Capítulo 5, Primera Temporada. “Amen”
<b>DURACIÓN</b>	51:02
<b>NOTICIA REAL</b>	Revolución de Egipto en 2011
<b>FECHA DE EMISIÓN</b>	22 de julio de 2012
<b>ARGUMENTO</b>	El reportero de guerra Elliot se encuentra en El Cairo durante las protestas contra el presidente Mubarak cuando es interceptado. La redacción debe encontrar un nuevo reportero que les informe desde El Cairo de la situación, y Neal contacta con Amen. Mientras, Will tendrá que hacer frente a las mentiras publicadas sobre él en la prensa rosa.

#### ➤ Revolución de Egipto en 2011

El 25 de enero de 2011 el pueblo egipcio se levantó para expulsar a Hosni Mubarak del poder después de 30 años gobernando. También fue conocida como Revolución de los Jóvenes ya que fueron estos en su mayoría los que tomaron las calles. El Gobierno egipcio decidió cortar toda comunicación tanto internet como medios de comunicación. El 11 de febrero, 18 días después, Mubarak acabó dimitiendo.

#### ➤ Tratamiento de las noticias

El presentador y reportero Elliot se encuentra en El Cairo cubriendo la noticia, pero las amenazas e intimidaciones que sufre no le dejan salir del hotel. Mediante videollamada en directo con Noticias Noche cuenta como la protesta crece y se extiende, pero al salir a ver porqué se escucha tanto ruido se escuchan sonidos de una pelea física y la conexión se corta.

La redacción debe ponerse en marcha para buscar otro reportero. Neal contacta con un chico a través de Twitter y YouTube que se hace llamar “Amen”. Los periodistas le preguntan a Amen si tendrá problemas para hacer videos y audios, si tiene fuentes fiables con las que pueda hablar y la necesidad de que muestre quien es para que el reportaje tenga credibilidad.

Finalmente logran transmitir la noticia gracias a Khalid, su verdadero nombre. Pero este es arrestado por el ejército egipcio y deben pagar su rescate.

Otra de las noticias que aparece en el capítulo es la de las protestas de Wisconsin de 2011. La noticia de la revolución egipcia se corta para informar de las protestas ya que las dos son noticias sobre política y estas noticias ocupan el prime time en televisión y por tanto una puede suplir a la otra.

- Características de periodismo de calidad en el capítulo
- Diferencias con el pseudoperiodismo.

Durante la charla que tiene Will con la reportera del corazón le dice:

**Nina** - ¿Pones reparos a que me denomine periodista? ¿Solo la élite que cubre historias que no importan a nadie puede decir que son periodistas?

**Will** - Un miembro de mi equipo se dio en la cabeza con una puerta de cristal, le sangraba la cabeza, pero no quería ir al médico porque tengo a otro compañero al que pegaron estando en El Cairo y el primero no quería ver al médico hasta que el otro no fuera atendido. Tengo a un productor que se dislocó un hombro golpeando una puerta porque se sentía responsable de la situación del otro. Tengo un joven arriesgando su vida al otro lado del mundo y el productor que lo contrató lleva tres días sin dormir. Tengo veinteañeros preocupados por los maestros de Wisconsin. Tengo a una profesional que tiene que contar con los dedos y trasnocha aprendiendo economía de una doctora que podía ganar veinte veces más a 5 kilómetros en la ciudad, ¡ellos son periodistas! **[Secuencia 42:30 - 43:45]**

- Especialización.

Mckenzie debe hacer asistir a un debate con expertos en economía, pero no sabe nada sobre eso así que pide ayuda a Sloan que es doctora en economía para que le explique conceptos básicos. El empeño de Mckenzie en aprender algo antes de inventárselo denota calidad en la forma de trabajar. **[Secuencia 15:20 - 16:34]**

- Calidad de la fuente y veracidad.

Cuando Neal contacta con Amen deben saber si es una fuente fiable. Para ello Mckenzie le pide que se quite el pañuelo y le dice que debe dar su nombre y apellido y presentarse con su verdadera identidad, de lo contrario el reportaje no tendría credibilidad viniendo de una fuente anónima. **[Secuencia 21:14 - 23:50]** Según la Sociedad de periodistas profesionales el periodista debe: “Identificar sus fuentes claramente. El público tiene derecho a cuanta información sea posible para así juzgar la confiabilidad y motivaciones de las fuentes.” (SPJ, 2015)

Durante el contacto con Amen el equipo se preocupa de que este disponga de todos los materiales suficientes para ser el reportero local. Además, Amen es originario de El Cairo y por tanto sabe moverse a la perfección por la ciudad por lo que ayuda a la elaboración del reportaje y le da más calidad a la noticia.

#### 6.4. Capítulo 7, primera temporada: “5/1”

<b>CAPÍTULO</b>	Capítulo 7, Primera Temporada. “5/1” [1 de mayo de 2011]
<b>DURACIÓN</b>	50:31
<b>NOTICIA REAL</b>	Muerte de Osama Bin Laden
<b>FECHA DE EMISIÓN</b>	5 de agosto de 2012
<b>ARGUMENTO</b>	El equipo de Noticias Noche se reúne en el apartamento de Will para hacer una fiesta. Charlie recibe una llamada de una fuente anónima que le advierte sobre una noticia inminente. Neal y su novia le ofrecen a Will pasteles de marihuana y Maggie y Jim siguen con sus enfrentamientos. Aparece una alerta en el móvil de todos, el presidente Obama se dirigirá a la nación a las 10 p.m.

##### ➤ Muerte de Osama de Bin Laden

El 2 de mayo de 2011, las Fuerzas Armadas de los Estados Unidos llevaron a cabo en Pakistán la Operación «Lanza de Neptuno». Durante dicha operación se dio muerte al terrorista Osama Bin Laden después de 10 años de búsqueda bajo la orden de George Bush de encontrarlo “vivo o muerto” desde que se cometiera bajo sus órdenes el atentado terrorista más grande la historia del país.

##### ➤ Tratamiento de las noticias

Durante la fiesta en casa de Will donde la redacción celebra el aniversario de Noticias Noche 2.0, Charlie recibe una llamada de una fuente anónima que le informa de que el presidente Obama se va a dirigir a la nación a partir de las 10 p.m y que hablará sobre un asunto de seguridad nacional. Charlie le pide que de su identidad para que “establezca su identidad”. Rápidamente Charlie piensa que se trata de la caída del dictador Gadafi o de la captura de Osama Bin Laden.

Jim habla con Mckenzie y Charlie para decirles que ha recibido un email de un tal “Mike”, Mckenzie también lo ha recibido y Charlie los pone en alerta. Todos los periodistas presentes en la fiesta reciben la alerta en su móvil y todo salen directos a la redacción para empezar a trabajar.

Por otra parte, Don, Elliot y Sloan están aterrizando en New York tras la cena de corresponsales de la Casa Blanca. Ellos se enteran de la noticia en el avión y rápidamente tratan de informarse y llamar para contrastar la información, nadie asegura aún que la noticia sea sobre Bin Laden.

Estando en el avión, Sloan recibe una confirmación de la noticia sobre la muerte de Bin Laden, pero necesitan una segunda confirmación para saber que realmente es verdadera. Esta segunda fuente llega gracias al *New York Post*. Charlie aún no está seguro y dice que necesita algo más para no volver a cometer un error.

El equipo no puede dar la noticia hasta tener otra fuente válida, todas las cadenas están ya informando, pero Noticias Noche espera otra confirmación a pocos minutos de que el presidente Obama comparezca.

➤ Características de periodismo de calidad en el capítulo

- Desconfiar de fuentes no oficiales.

Algunas personas en la redacción reciben vía Twitter comentarios de usuarios que ya hablan de la muerte de Bin Laden, pero los chicos desconfían. Twitter no confirma nada, no es una fuente válida. **[Secuencia 30:10 - 32:10]** Según la SJP, el periodista tiene que: “Verificar toda la información antes de distribuirla; Usar fuentes originales siempre y cuando sea posible.” (SJP, 2015).

- Confirmación oficial.

Mckenzie habla con la presentadora de otro de los programas de ACN que quiere informar porque tienen doble confirmación, pero Mckenzie le dice:

**Mckenzie** - Contaremos las cosas como son. No quiero informar como si los Redskins hubieran ganado la Superbowl. Esperaremos a que la Casa Blanca nos diga que es publicable.

**[Secuencia 35:00 - 36:10]**

- Adelantarse a la noticia solo para tratar de conocer mejor la información.

Mckenzie habla con el equipo para saber cuál es la noticia que puede dar el presidente.

**Mckenzie** - Organicémonos, ¿qué sabemos hasta ahora? Obviamente vamos a por Bin Laden, pero vamos a hablar de qué más podría ser. **[Secuencia 20:04 - 22:00]**

- Saber esperar hasta confirmación oficial.

**Mckenzie** - ¿Cuánto hace que miraste tus emails?

**Charlie** - Hace 15 segundos.

**Mckenzie** - ¿Y cuándo lo hiciste tú, Will?

**Mckenzie** - OBL publicable, hace veinte minutos.

**Charlie** - ¿Estás de cachondeo? ¡Entra en antena!

**[Secuencia 46:05 - 47:20]**

## 6.5. Capítulo 5, segunda temporada: “News Night with Will McAvoy”

<b>CAPÍTULO</b>	Capítulo 5, segunda temporada: “News Night with Will McAvoy” [Noticias Noche con Will McAvoy].
<b>DURACIÓN</b>	54:38
<b>NOTICIA REAL</b>	Suicidio de Tyler Clementi.
<b>FECHA DE EMISIÓN</b>	11 de agosto de 2013
<b>ARGUMENTO</b>	Durante el programa de Noticias Noche Will recibe una llamada, su padre está hospitalizado de gravedad. Una mujer llama a la redacción para decir que su marido está atrapado bajo unos escombros y Charlie recibe una visita que le da más información sobre la Operación Génova. Las fotos íntimas de Sloan son publicadas en internet y Maggie ahoga las penas en alcohol.

### ➤ Suicidio de Tyler Clementi

El 22 de septiembre de 2010, un estudiante de 18 años de la Universidad de Rutgers de Nueva Jersey se suicidó saltando desde un puente, después de que uno de sus compañeros entrara en su ordenador para ver y publicar posteriormente vídeos de Tyler besando a otro hombre. Dos chicos fueron acusados de delitos por ciberacoso y por la muerte de Tyler Clementi. El suicidio de Tyler generó protestas en el país norteamericano contra el odio hacia el colectivo LGTB.

### ➤ Tratamiento de las noticias

Will recibe una llamada en una pausa publicitaria del programa Noticias Noche donde le informan de que su padre está hospitalizado. El presentador debe hacer frente al programa sin que se note la situación.

Charlie recibe una confirmación de la Operación Génova a través de un contacto en los marines y Neal por otro lado recibe una llamada de una mujer que le informa de que su marido está atrapado bajo unos escombros en un atentado en Siria, aún sin creerlos del todo decide contrastar la información mientras llaman a la policía después de averiguar el número de teléfono desde el que llaman.

Un estudiante que va a hablar sobre la muerte de Tyler Clementi en el programa quiere salir del armario en directo a modo de protesta por los hechos, pero Mckenzie le aconseja. La vida privada no debe salir en las noticias ya que solo es entretenimiento.

Neal detecta fallos en las informaciones y actúa para corregirlas, mientras Maggie descarga un audio con una llamada de emergencia durante el tiroteo de Trayvon Martin.

➤ Características de periodismo de calidad en el capítulo

- Combatir el sensacionalismo.

Neal le informa a Will de todas las cosas que se dicen sobre él cuando descubre un comentario del estudiante del campus que van a entrevistar e informa a Mckenzie que va en busca del estudiante:

**Mckenzie** - Hashtag, padres por favor no me odiéis. Fue usted, ¿verdad?

**Estudiante** - Solo lo difundí.

**Mckenzie** - ¿Cómo la armará Jessie? ¿Saldrá del armario en directo?

**Estudiante** - Ante mis padres.

**Mckenzie** - Lo siento, no puede.

**Estudiante** - ¿Por qué?

**Mckenzie** - Lo ha dicho. No puede coger el momento más íntimo de alguien y usarlo como entretenimiento. Este no es de ese tipo de programas.

**[Secuencia 28:40-30:27]**

- Dudar ante las llamadas, no creer lo primero que se dice.

La redacción recibe una llamada de una mujer que afirma que su marido está atrapado tras un atentado en Siria. Jim habla con la mujer y le pregunta para que le hable de lo que ocurre. Le pregunta si su marido está con ella y le dice que le pase la llamada de su marido. Jim informa a Mckenzie sobre la situación y esta habla al final del programa con la mujer:

**Mckenzie** - Hay una cuestión, los sirios no suelen decir gracias a Dios, nadie llamado Curie está registrado y cuando se derrumbó el edificio se destruyó la antena de móvil. ¿Siguen conmigo? Tenemos programas que identifican números ocultos y por eso ahora la policía está en su puerta. **[Secuencia 47:45 - 48:30]**

Según la Sociedad de periodistas profesionales, el periodista: “Comprueba cualquier contenido proveniente de fuentes externas, así ellas estén siendo pagadas por alguien o no.” (SJP, 2015).

- Precaución ante el sensacionalismo.

Mckenzie vuelve a hablar con el estudiante para advertirle ya que solo quiere salir en televisión para reivindicarse y le dice:

**Mckenzie** - Si quiere salir por la tele me da igual, pero no lo hará en esta. No somos telebasura. **[Secuencia 45:10 - 47:40]**

## 6.6. Capítulo 8, segunda temporada: “*Election Night, Part I*”

<b>CAPÍTULO</b>	Capítulo 8, segunda temporada: “ <i>Election Night, Part I</i> ” [Noche de elecciones, Parte 1].
<b>DURACIÓN</b>	45:12
<b>NOTICIA REAL</b>	Noche de elecciones de 2012.
<b>FECHA DE EMISIÓN</b>	8 de septiembre de 2013
<b>ARGUMENTO</b>	La redacción de Noticias Noche se prepara para cubrir la noche electoral mientras deben hacer frente al fracaso de la Operación Génova. Charlie recuerda que cualquier error los llevará a la basura. Alguien ha falsificado la firma de Sloan para recaudar dinero tras el huracán Sandy y Maggie y Jim trabajan conjuntamente para evitar una nueva confusión en el programa.

### ➤ Noche de elecciones de 2012

El 6 de noviembre de 2012 los ciudadanos estadounidenses estaban convocados a las elecciones para reelegir a Obama como presidente de los Estados Unidos o elegir a un nuevo presidente, el candidato del Partido Republicano Mitt Romney. Finalmente, Barack Obama fue reelegido presidente de los Estados Unidos con el 51,06% de los votos frente al 47,20% obtenido por el candidato republicano.

### ➤ Tratamiento de las noticias

La redacción se prepara para la cobertura de la noche de elecciones en Estados Unidos y Charlie advierte al equipo de no cometer más errores:

**Charlie** - “Si comete un error, salga corriendo del edificio lo más rápido que pueda y siga corriendo hasta que llegue al agua. Entonces nada “.

La presentadora Taylor que antiguamente ha trabajado con el candidato del partido republicano será la encargada junto a los otros presentadores de la cadena ACN, Will, Sloan y Elliot, de abrir el debate electoral donde se irá informando de los resultados de las elecciones en tiempo real.

El equipo se pone a trabajar contactando con los corresponsales que se encuentran en cada estado. En la redacción todos van informando del resultado en cada lugar del país y los presentadores se preparan para iniciar el debate con toda la información recogida hasta el momento.

Will abre el debate presentando a los presentadores presentes. Mckenzie, la productora del programa informa a Will por el pinganillo de las llamadas que van a entrar a continuación en el directo. Todos trabajan conjuntamente para conocer los resultados que van cambiando a medida que el programa avanza.

Mientras tanto, Elliot sale de plató para enseñar la redacción de ACN e informar a los espectadores de los expertos con los que cuenta el programa para el desarrollo del debate.

- Características de periodismo de calidad en el capítulo
- Mostrar a la audiencia los medios de los que se dispone para hacer el debate = credibilidad. Transparencia.

Elliot enseña a los espectadores la redacción e informa de los expertos que ayudan a ACN en el debate electoral:

**Elliot** - Will, tras esas puertas está la central de datos, que es el verdadero cerebro de toda la operación. Tenemos a ocho expertos, doctores en estadística, en económicas y en ciencias políticas utilizando modelos informáticos para combinar los votos a favor o en contra, los colegios de muestra y los votos para los ganadores de cada distrito y estado. **(Da los nombres)**

**Don** - Esto es televisión de la buena.

**[Secuencia 25:25 - 26:05]**

Todos los expertos están aislados en un cuarto para que no les influyan los resultados de otras cadenas. Según la SPJ el periodista debe “Explicar a vuestras audiencias decisiones éticas y los procesos tomados para llegar a ellas.” (SPJ, 2015).

- Dar datos correctos, corregir los errores.

Uno de los expertos que sigue el curso de las elecciones llama a Jim Harper para preguntarle porqué en la cabecera del debate sale que Will da por ganador a Romney en Michigan.

**Experto** - No lo hemos dicho y él sí.

**Jim Harper** - ¿De qué me habla?

**Experto** - En el grafismo tienes Michigan 1 en rojo y no hemos dicho nada.

**[Secuencia 33:35 - 36:00]**

Jim se da cuenta de que ha sido un error en las siglas de los Estados, realmente era Misisipi, pero llama a la experta rápidamente para informarle y corregir el error. Según la SPJ el periodista debe “reconocer errores y corregirlos inmediata y prominentemente. Explica tus correcciones y clarificaciones clara y cuidadosamente.” (SPJ, 2015). El periodista confirma a través del experto, aunque pensaba lo mismo, pero no se deja llevar por su razonamiento y lo confirma a través de la persona experta.

## 6.7. Capítulo 9, segunda temporada: “*Election Night, Part II*”

<b>CAPÍTULO</b>	Capítulo 9, segunda temporada: “ <i>Election Night, Part II</i> ” [Noche de elecciones, Parte 2]
<b>DURACIÓN</b>	56:05
<b>NOTICIA REAL</b>	Barack Obama es reelegido presidente de los Estados Unidos.
<b>FECHA DE EMISIÓN</b>	15 de septiembre de 2013
<b>ARGUMENTO</b>	ACN continúa con la cobertura de la noche de elecciones. Will, Sloan, Elliot y Tylor debaten en la mesa del programa. El equipo encabezado por Charlie y Will decide si deben dimitir tras el fracaso de la Operación Génova. Por otro lado, Sloan intenta averiguar quién compró su libro en la subasta y Maggie y Jim siguen pendientes de las elecciones para no retroceder tras la confusión al equivocarse con las siglas de los dos estados.

- Barack Obama es reelegido presidente de los Estados Unidos

El 6 de noviembre de 2012 Barack Obama fue reelegido presidente tras ganar por casi 303 votos electorales al candidato republicano, Matt Romney. El candidato del Partido Demócrata gobernaría así hasta el año 2016 anunciado así su victoria a través de Twitter: “Cuatro años más” dijo, dando las gracias también a sus votantes. Los republicanos por su parte siguieron gobernando en la Cámara de Representantes.

- Tratamiento de las noticias

El debate electoral continúa en el programa especial de ACN. Mckenzie da datos a Will y Elliot sobre Wisconsin y esto informan de la situación allí. Mientras Will y Elliot continúan informando, Mckenzie le pide al equipo que contacte con los corresponsales en el estado de Florida.

Will entra en directo con el “cuartel general de Obama” en Chicago. Y la corresponsal informa de la situación del Partido Demócrata. Mckenzie da orden de actualizar los resultados de los estados y los presentadores del debate informan. Mientras Maggie y Jim revisan los resultados en la redacción y hablan de nuevo con la experta para conocer los resultados de Michigan con antelación.

Tylor, que conoce al Partido Republicano da su opinión sobre el avance de las elecciones y entra en debate con Will y Elliot. Mckenzie informa de que los republicanos avanzan en tres estados.

Los presentadores empiezan a dar resultados después de la pausa publicitaria y Don coge el mando en producción. Da paso al gráfico y Elliot debate con Sloan sobre

economía y cómo influye ésta en las elecciones. Elliot informa desde ACN que el Partido Republicano será mayoritario en la Cámara de Representantes durante al menos dos años más.

Mckenzie habla con los presentadores y les informa que dan paso al Senado. Will da resultados importantes y pregunta a los demás presentadores qué opinan de la situación. Todos los presentadores debaten sobre los dos partidos mayoritarios.

Después de este debate Will informa de la victoria de Barack Obama frente al candidato republicano Matt Romney finalizando así el programa especial de ACN.

- Características de periodismo de calidad en el capítulo
- No dejarse llevar por el interés.

El equipo tiene una información sobre la decisión del candidato de California Brody para retirar de su campaña al congresista Todd Akin por unas declaraciones sobre violación. Don, Maggie, Mckenzie, Jim y Charlie deciden si debe ser publicada o no justo en la noche de elecciones. Al final deciden no hacerlo porque no saben con seguridad a quién puede perjudicar o beneficiar la noticia en elecciones. **[Secuencia 01:15 - 03:50]**

Según la Sociedad de periodistas profesionales, el periodista debe: “Evitar conflictos de interés, así sean reales o percibidos.” También dice que el periodista debe: “Considerar las implicaciones a largo plazo del alcance y permanencia de un reportaje. Actualiza y provee información completa cuando sea apropiado. (SPJ, 2015)

- Datos verdaderos y confirmados.

A medida que la noche avanza el equipo va ofreciendo datos sobre el resultado electoral. Mckenzie les informa a los presentadores que en Wisconsin se han quedado sin papeletas para votar y deben conseguir más para continuar las elecciones con normalidad. **[Secuencia 04:00 - 05:00]**

Según la SPJ, el periodista debe: “Proveer contexto. Debes tomar un cuidado especial en no tergiversar o sobre-simplificar al promover, dar un avance o al resumir un reporte.”

Durante el desarrollo del programa, la redacción va dando datos, así como corrigiendo los errores mediante los expertos que están ayudando. **[Secuencia 15:05 -16:00]**  
**[Secuencia 19:20 - 20:15]** **[Secuencia 34:10 - 35:20]**

- Ética profesional.

Sloan cree que alguien ha comprado su libro en la subasta para falsificar su firma. Will informa al equipo de la situación para averiguar quién es esta persona y las intenciones

que tiene. Según la SPJ, el periodista debe: “Negar trato especial a anunciantes, donadores u otros intereses especiales, y resistir la presión interna o externa de influenciar la cobertura de las noticias.” (SPJ,2015).

Sloan cree que la van a chantajear al tener su firma, pero no se deja llevar por esto e intenta saber quién es la persona para denunciarla. **[Secuencia 08:00 – 09:10]**

- Si hay un error debe corregirse.

Jim y Maggie han confundido las siglas de Michigan y Misisipi al dar un resultado electoral y ACN lo ha publicado. Hablan con una de las expertas para ver si aun habiendo dado este resultado puede ser el correcto al finalizar las elecciones. **[Secuencia 16:15 – 17:55]**

Según la SPJ, el periodista debe: “Recopilar, actualizar y corregir información a lo largo del tiempo de vida del reporte.” (SPJ, 2015).

- Responsabilidad.

El equipo debe hacer frente al escándalo de la Operación Génova donde acusaban al Gobierno estadounidense de haber usado el Gas Sarín que resultó ser una información falsa debido a una fuente que tenía intereses. Todos quieren dimitir y demostrar que su error es cosa de todos y quieren dar la cara. **[Secuencia 09:00 – 10:10]**

Según la SPJ, el periodista debe: “Revelar conductas deshonorosas en el área del periodismo, inclusive si estas tienen que ver con vuestras propias organizaciones.” (SPJ, 2015)

- Especialización.

Sloan informa a Don Keifer de los porcentajes de votos de los ciudadanos, la renta influye en el voto de los ciudadanos dependiendo mujeres u hombres. **[Secuencia 38:00 – 39:00]**

Según la SPJ, el periodista debe: “Recopilar, actualizar y corregir información a lo largo del tiempo de vida del reporte.” (SPJ, 2015).

- Informar con rigor.

El equipo finaliza el programa habiendo informado en todo momento del desarrollo de las elecciones en todos los estados, apoyándose de expertos y corresponsales en cada uno de estos estados para confirmar la información y los datos.

Según la SPJ: “La más alta y primaria obligación del periodismo ético es servir a su público. (SPJ, 2015).

## 6.8. Capítulo 1, tercera temporada: “Boston”

<b>CAPÍTULO</b>	Capítulo 1, tercera temporada: “Boston”.
<b>DURACIÓN</b>	50:37
<b>NOTICIA REAL</b>	Atentado terrorista en la maratón de Boston en 2013.
<b>FECHA DE EMISIÓN</b>	9 de noviembre de 2014
<b>ARGUMENTO</b>	Will y Mckenzie preparan la lista de invitados para su boda. La redacción recibe una alerta roja de noticia. Durante la maratón de Boston ha habido una explosión y deben averiguar la causa. Elliot y Maggie viajan a Boston a cubrir la noticia y a buscar fuentes oficiales para conocer las causas de la explosión. Maggie tendrá que ponerse frente a la cámara porque Elliot es alérgico a las nueces y no puede hablar y Neal contacta con una fuente que le filtra documentos clasificados del gobierno de EE.UU.

### ➤ Atentado terrorista en la maratón de Boston en 2013

El 15 de abril de 2013 durante la maratón de Boston, una explosión acabó con la vida de tres personas y más de 200 resultaron heridas. En principio se pensó que la explosión había sido un accidente causado en uno de los edificios, pero pronto se confirmó que había sido un atentado terrorista perpetrado por Tamerlán y Dzojar Tsarnaév.

### ➤ Tratamiento de las noticias

Mckenzie se da cuenta mirando las pantallas de que en la maratón de Boston acaba de haber una explosión. A los minutos la redacción empieza a recibir la alerta roja. Todos se ponen a trabajar para saber lo ocurrido llamando a los corresponsales en Boston y a los departamentos de policía de la ciudad.

Maggie pregunta en la redacción si alguien ha llamado a Traumatología del Hospital de Boston, pero informan que nadie lo coge. Will se pone en contacto con la Casa Blanca y en la redacción se informan de lo que ha pasado a través de usuarios de Twitter, pero Mckenzie no acepta la información y pide más.

Jim, Mckenzie, Charlie y Will hablan de la precaución para informar sobre el atentado antes de dar una noticia errónea, quieren estar seguros ante una noticia tan complicada.

Mckenzie se pone a trabajar y contacta con los analistas y corresponsales que están en directo en el lugar de la explosión. A la vez el equipo contacta con un testigo que se encuentra junto al corresponsal. Mckenzie manda a Elliot y a Maggie a Boston porque alguien tiene que ir al hospital a corroborar las informaciones que están llegando desde allí.

Nadie se adelanta, Mckenzie pide confirmaciones fiables y contactan con expertos en antiterrorismo para que les ayuden a entender las informaciones que les llegan. Jim, Don y Will intentan averiguar quiénes pueden ser los posibles terroristas mediante las imágenes que están llegando. Jim explica que las informaciones que están dando otras cadenas acusando a una persona del atentado pueden ser falsas y no informan sobre la detención lo que provoca que la CNN y otros compañeros tengan que informar nuevamente.

- Características de periodismo de calidad en el capítulo
- Solo fuentes oficiales.

Una periodista lee tuits a Mckenzie sobre la explosión:

**Mckenzie** – No sacaré a Will en antena para decir que ha pasado algo en la maratón de Boston si no estamos seguros.

**Periodista** – Esto ya no es una especulación.

**Mckenzie** – No nos vamos a basar en tuits de testigos con los que no podemos hablar. ¿Qué agencias de noticias lo haría?

**[Secuencia 04:45 – 05:00]**

En el minuto **7:25** Neal le dice a la periodista si alguno de esos tuits viene de una fuente oficial y la periodista replica que si es consciente de que vivimos en el Siglo XXI.

- Precaución antes de confirmar.

Durante la charla entre Charlie, Will, Jim y Mckenzie **[Secuencia 08:10 – 09:45]**, el primero les pone de ejemplo el disparo que recibió Ronald Reagan en 1980 cuando las tres cadenas principales entraron en directo sin saber nada aún.

**Charlie** – No somos los primeros, pero aun siendo los últimos queremos saber algo.

Según el Código Deontológico de los periodistas de Estados Unidos, “deben mantener la precaución en las noticias que puedan herir gravemente la sensibilidad de las personas”. La redacción decide no informar hasta tener confirmación de fuentes oficiales. Además, uno de los fallecidos es un niño **[Minuto 22:10]**.

El Código deontológico de los periodistas de Estados Unidos también dice:

Mostrar compasión por aquellos quienes se vean afectados a raíz de la cobertura de una noticia. Usa un sentido especial de sensibilidad al tratar con menores, víctimas de crímenes sexuales, y fuentes o sujetos que no tienen experiencia o no son capaces de dar consentimiento. Considera las diferencias culturales en el tratamiento y enfoque de tu historia (Sociedad de periodistas profesionales, 2015).

- Contacto con expertos.

En el minuto **24:00** habla en directo un experto en antiterrorismo del FBI, para explicar cómo se elaboran los artefactos explosivos y porqué causan tanto daño.

- Confirmaciones.

Todas las cadenas están informando de que se ha producido una detención y ya acusan a la persona detenida por los atentados en Boston, pero ACN decide no informar porque no hay segunda fuente.

**Mckenzie** - Informan de una segunda detención, ¿tenemos una segunda confirmación?

**Maggie** - Nadie tiene una segunda confirmación.

**Mckenzie** - Ese hombre no comete muchos errores.

**Maggie** - Hay más reporteros en la ciudad que fan de los Celtics, no sé cómo pueden realizar una detención sin que nadie se entere.

**[Secuencia 25:33 - 26:00]**

Según la Sociedad de periodistas profesionales, los periodistas deben “evitar caer en curiosidad sensacionalista, inclusive si otros lo hacen.” (SPJ, 2015).

- Fuentes fiables.

Maggie habla con un sargento en el hospital de Boston, pero no tiene fuente que confirme lo que le ha dicho.

**Mckenzie** - No me gusta que los medios cubran a los medios.

Según la Sociedad de periodistas profesionales, el periodista debe: “Reconocer que tener acceso legal a cierta información no es lo mismo que tener justificación ética para publicarla o distribuirla.” También la SPJ dice que el periodista debe: “Buscar diligentemente a personas que son objeto de noticias para que puedan responder a críticas o alegaciones de fechoría.” (SPJ, 2015) que es, precisamente, lo que Maggie hace cuando va al hospital.

Por otro lado, la redacción investiga cómo los demás canales han llegado a acusar a dos personas que no tenían nada que ver en el atentado, todo ha empezado en la red social Reddit. **[Secuencia 34:40 - 37:20]**

## 6.9. Resumen de análisis



**THE NEWSROOM**  
Análisis de contenido

Capítulos	Noticias reales	Características de calidad
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Temporada 1, capítulos:</b></li><li>- 1. We just decided to.</li><li>- 4. I'll try to fix you.</li><li>- 5. Amen.</li><li>- 7. 5/1.</li><li>• <b>Temporada 2, capítulos:</b></li><li>- 5. News Night with Will McAvoy.</li><li>- 8. Election Night, Part I.</li><li>- 9. Election Night, Part II.</li><li>• <b>Temporada 3, capítulos:</b></li><li>- 1. Boston.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vertido de petróleo en el Golfo de México.</li><li>• Tiroteo en Tucson.</li><li>• Revolución de Egipto.</li><li>• Muerte de Osama Bin Laden.</li><li>• Suicidio de Tyler Clementi.</li><li>• Noche de elecciones EE.UU.</li><li>• Noche de elecciones EE.UU.</li><li>• Atentado terrorista de Boston.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Confirmar fuentes.</li><li>• Precaución.</li><li>• Especialización.</li><li>• Calidad de las fuentes.</li><li>• Datos correctos, corregir errores.</li><li>• Transparencia.</li><li>• No intereses.</li><li>• Ética profesional.</li><li>• Informar con rigor.</li><li>• Responsabilidad.</li></ul>

Tabla 2. Resumen del análisis de contenido. Elaboración propia.

## 7. CONCLUSIONES

A lo largo de este trabajo se ha tratado de definir el término 'Periodismo de calidad', una tarea complicada debido a las numerosas descripciones que académicos y profesionales han dado de él. Asimismo, se ha tratado de establecer las diferencias entre lo que es la calidad periodística y aquello contra lo que luchan diariamente los profesionales que hacen periodismo de calidad, el pseudoperiodismo. Un concepto, este último, que genera una gran controversia entre los profesionales y que muchos han rechazado para definir lo contrario al periodismo a través de otros conceptos más moderados.

Después de realizar un estudio en profundidad de los términos que caracterizan al periodismo de calidad podemos decir que:

En primer lugar y respondiendo a nuestro objetivo principal, la evolución de la prensa informativa, así como la calidad periodística, están sujetas al tiempo. Es decir, que el periodismo es una profesión que ha evolucionado y lo seguirá haciendo con el paso del tiempo, lo que conlleva que el profesional tenga que ir adaptándose a las nuevas fórmulas que se presenten.

Actualmente el auge de las tecnologías digitales ha hecho que la prensa deba adaptar sus formatos incrementándose también así el periodismo ciudadano. Sin embargo, no sabemos qué ocurrirá con el paso de los años. Ejercer el periodismo de calidad en este contexto es sin duda una tarea mucho más complicada que la que existía en los inicios de la profesión, el profesional ha de ir adaptándose ahora a las nuevas herramientas de las que dispone y la exigencia cada vez es mayor. Estas nuevas tecnologías están cambiando la forma en la que vemos a la profesión, pero también representan una nueva esperanza para el periodismo.

Si bien es cierto que el periodismo de calidad debe ser siempre aquel que se ajuste a los principios del oficio: la transmisión de hechos ciertos y la vigilancia de los abusos de los poderes. Por tanto, la definición de periodismo de calidad variará de un sujeto a otro, pero quienes tienen una experiencia en común seguirán compartiendo el significado.

En segundo lugar y respondiendo a nuestros objetivos específicos, después de definir también las características que conforman el término de «pseudoperiodismo» podemos concluir que su presencia no solo sigue siendo relevante hoy, sino que lo seguirá siendo debido a la demanda e intereses del público. Así como también, la pertenencia de los medios de comunicación a las grandes corporaciones empresariales nos deja entrever que este tipo de periodismo amarillista y sensacionalista es un generador de audiencias y, por ende, una fuente de riqueza para los dueños de los medios.

Para aquellos que quieren seguir ejerciendo un periodismo de calidad, combatir el pseudoperiodismo se ha vuelto una tarea cada vez más complicada. Las *fake news*, descritas en este trabajo, inundan internet. El profesional ya no solo debe limitarse a informar, sino que ahora también debe desmentir todo lo que se publica en nombre del periodismo. Desmentir se ha convertido sin duda alguna, en otra forma de informar, por ello cada vez cobran más importancias distintas páginas webs que basan todo su contenido en analizar los bulos que inundan las redes.

Por último, el análisis de contenido de la serie *The Newsroom* ha tratado de demostrar que la presencia del periodismo de calidad es una realidad en la ficción. Después de analizar cómo se tratan las noticias y qué características de calidad han aparecido en ella, podemos concluir que la serie representa el ideal de la profesión periodística y que la presencia de la calidad periodística está en cada uno de sus capítulos.

Una realidad que difiere mucho de lo que es el periodismo hoy día. La serie *The Newsroom* muestra cómo sería un programa informativo de televisión si se ejerciera el periodismo de calidad como única guía. En todos los capítulos analizados se han encontrado características que demuestran esta forma de ejercer el periodismo.

Además, el hecho de que la serie muestre noticias reales de sucesos pasados, facilita la comprensión de esta haciendo ver al espectador cómo debió ser tratada la noticia en su momento. Sin embargo, debemos tener en cuenta que tratar una noticia años después de que suceda conlleva un trabajo menos complejo que hacerlo en pleno directo, como lo hacen los personajes de la serie de HBO. A la hora de tratar la noticia en el momento en el que llega a la redacción pueden surgir numerosos problemas que dificulten la labor periodística. Igualmente se ha de tener en cuenta que al ser una serie de ficción sus protagonistas siempre son los buenos y carecen de los problemas que tenemos en el mundo real, como la precariedad laboral o los problemas en el trabajo. Si bien es cierto que los protagonistas de *The Newsroom* no siempre salen airoso de ellos y también tienen dificultades, la forma en la que tratan las noticias y ejercen el periodismo es un ejemplo claro de calidad periodística y, por tanto, la serie es un ejemplo perfecto para mostrar cómo debe ser el periodismo de calidad en la práctica.

En definitiva, este trabajo ha tratado de esclarecer lo que significa el periodismo de calidad e igualmente ha querido demostrar su presencia y representación en la ficción con la esperanza de que algún día sea una realidad en todos los ámbitos de la profesión.

## 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alsina, M. R. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- Aparici, R. (2009). *La imagen: análisis y representación de la realidad*. Editorial Gedisa.
- Bezunartea Valencia, O., Coca García, C., Cantalapiedra González, M. J., Genaut - Arratibel, A., Peña Fernández, S., & Pérez Dasilva, J. Á. (2010). El perfil de los periodistas en el cine: tópicos agigantados. *Intercom: revista brasileira de ciências da comunicação*, 33, 145-167.
- Cañadas, EM (2018). Noticias falsas. *Clip de Sedic: Revista de la Sociedad Española de Documentación e Información Científica*, (78), 2.
- Cascajosa Virino, C. (2009). La nueva edad dorada de la televisión norteamericana.
- Casero-Ripollés, A. (2009). El control político de la información periodística.
- Cavaller, Víctor. ¿Qué es el periodismo de calidad? *COMeIN* [en línea], marzo 2019, no. 86. ISSN: 1696-3296. DOI: <https://doi.org/10.7238/c.n86.1917>.
- Fernández, F. Q. (2014). Valores y contravalores del periodismo, la imagen ética de la profesión en nueve películas americanas. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (24).
- Fernández, M. M. (2008). Periodistas de película. La imagen de la profesión periodística a través del cine. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14, 505-525.
- Fernández-Ramírez, Laura y McGowan, Nadia (2020): “La programación de series internacionales en la televisión generalista española (1990 - 2010)”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26 (2), 541-553.
- Galdón López, G. (2011). Funciones informativas de la documentación periodística. <http://hdl.handle.net/10637/1432>
- García-Martínez, A. N., & Serrano-Puche, J. (2013). El precio de la verdad: la imagen de los periodistas en las series de televisión contemporáneas.
- Gómez Mompart, J. L. (2001). Periodismo de calidad para una sociedad global.
- GÓMEZ, E. F. R., & LOUZADA, C. F. (2017). ¿Es rentable el periodismo de calidad? Disposición al pago en Brasil y España. *TransInformação*, 29(2), 211-220.
- Gutiérrez, M. D. L. L., & Gavilán, M. T. N. (2015). El análisis de series de televisión: construcción de un modelo interdisciplinario. *Revista ComHumanitas*, 6(1), 22-39.
- Herrán, M. T. (2005). *Ética para periodistas*. Editorial Norma.

- Kapuscinsky, R (2002). *Los Cínicos no sirven para este oficio: Sobre el buen periodismo*. Barcelona, España: Anagrama.
- Lacy, S. y Rosenstiel, T. (2015). *Definición y medición del periodismo de calidad*. Escuela Rutgers de Comunicación e Información. (Traducción).
- Lacy, S., & Rosenstiel, T. (2015). *Defining and measuring quality journalism*. Rutgers School of Communication and Information. (Original en inglés).
- Nicolás-Gavilán, M. T., Galbán-Lozano, S. E., & Ortega-Barba, C. F. (2017). THE NEWSROOM: USO DE UNA SERIE DE TELEVISIÓN PARA LA FORMACIÓN ÉTICA DE FUTUROS PROFESIONALES DE LA INFORMACIÓN. *El profesional de la información*, 26(2).
- Reig, R. (2000). *Periodismo de investigación y pseudoperiodismo: realidades, deseos y falacias*. Madrid: Ediciones Libertarias.
- Reig, R. (2004). *Dioses y diablos mediáticos: cómo manipula el poder a través de los medios de comunicación*.
- Reig, R. (2010). *La telaraña mediática. Cómo conocerla, cómo comprenderla* (Vol. 36). Comunicación Social.
- Reig, R. (2011). *Los dueños del periodismo*. Editorial Gedisa.
- Selva, M., & Solá, A. (2004). El imaginario. Invención y convención. *Ardèvol, E. y Muntañola, N.(coords.). Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea*, 129-174.

## REFERENCIAS WEB

- Ayuso, R. (10 de septiembre de 2012) Diario El País. ‘The Newsroom’, el polémico idealismo de Aaron Sorkin. Recuperado de [https://elpais.com/cultura/2012/09/10/television/1347292071\\_624378.html](https://elpais.com/cultura/2012/09/10/television/1347292071_624378.html)
- Ayuso, R. (9 de septiembre de 2012) Diario El País. Aaron Sorkin: “Mi deseo es volver a hacer héroes de los periodistas”. Recuperado de [https://elpais.com/cultura/2012/09/07/actualidad/1347028931\\_559947.html](https://elpais.com/cultura/2012/09/07/actualidad/1347028931_559947.html)
- Cadena SER (15 de octubre de 2019). Lección magistral de periodismo hoy. Recuperado de [https://cadenaser.com/emisora/2019/10/15/radio\\_sevilla/1571136660\\_456655.html](https://cadenaser.com/emisora/2019/10/15/radio_sevilla/1571136660_456655.html)
- Cano, F. (31 de octubre de 2019). Diario El Español. Netflix, HBO y Prime Video ya se ven en 6,3 millones de hogares e igualan a las televisiones de las telecos. Recuperado de [https://www.elespanol.com/invertia/medios/20191031/netflix-hbo-prime-video-millones-hogares-televisiones/440956395\\_0.html](https://www.elespanol.com/invertia/medios/20191031/netflix-hbo-prime-video-millones-hogares-televisiones/440956395_0.html)

- Diario El Economista (6 de julio de 2017). Netflix es la plataforma más utilizada entre los jóvenes, según un estudio de la Complutense que da a conocer cómo es el perfil del usuario del video a la carta en España. Recuperado de

<https://www.eleconomista.es/campus/noticias/8481029/07/17/Netflix-es-la-plataforma-mas-utilizada-entre-los-jovenes-segun-un-estudio-de-la-Complutense-que-da-a-conocer-como-es-el-perfil-del-usuario-del-video-a-la-carta-en-Espana.html>

- Diario El Mundo (30 de octubre de 2019). Francisco Rosell, director de EL MUNDO, reivindica el periodismo de calidad: "Nada es gratuito". Recuperado de

<https://www.elmundo.es/television/medios/2019/10/30/5db9877f21efaof6038b469c.html>

- Federación de Asociaciones de Periodistas de España. Recuperado de <http://fape.es/home/codigo-deontologico/>

- Fernández, A. (16 de septiembre de 2013) Onda Cero. *The Newsroom*: Operación Génova y gas sarín. Recuperado de [https://www.ondacero.es/hemeroteca/the-newsroom-operacion-genova-gas-sarin\\_2013091654227f80cf2cfc64990381f.html](https://www.ondacero.es/hemeroteca/the-newsroom-operacion-genova-gas-sarin_2013091654227f80cf2cfc64990381f.html)

- HBO (2020) [Internet]. Disponible en: (<http://www.hbo.com/the-newsroom>) [Acceso abril 2020]

- J Álvarez Marcos, M Capelo Hernández, J I Álvarez Ortiz (2019): “La madurez digital de la Prensa española. Estudio de caso”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 499 a 520. <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1342/25es.html>  
DOI: [10.4185/RLCS-2019-1342](https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1342)

- Leal, C. (2014, diciembre 17). Adiós a ‘The Newsroom’, el periodismo idealizado de Aaron Sorkin | La Noche Americana. Recuperado de <https://lanocheamericana.net/fuera-de-serie/adios-a-the-newsroom-el-periodismo-idealizado-de-aaron-sorkin.html>

- M. González, V. (19 de febrero de 2020) Revista GQ. GUERRAS DEL STREAMING. Recuperado de <https://www.revistagq.com/noticias/articulo/cuantos-suscriptores-tiene-netflix-hbo-disney-apple-amazon-prime-video>

- Mentiras y Medios, (26 de mayo de 2004). Recuperado de <https://rebellion.org/como-manipula-el-poder-a-traves-de-los-medios-de-comunicacion/>

- Pellicer, M. (9 de abril de 2015) Recuperado de <https://miquelpellicer.com/2015/04/borgen-politica-periodismo-spoilers/>

- Revista Muy Interesante. Recuperado de [https://www.muyinteresante.es/naturaleza/fotos/fotos-vertido-petroleo-golfo-mexico/fotos-deepwater-horizon\\_1132](https://www.muyinteresante.es/naturaleza/fotos/fotos-vertido-petroleo-golfo-mexico/fotos-deepwater-horizon_1132)

- Sociedad de Periodistas Profesionales, 2015. Recuperado de <https://www.spj.org/pdf/ethicscode/spj-ethics-code-spanish.pdf>

## **ENTREVISTAS**

- Gil González, J.C. Correo electrónico. Abril 2020.
- Mancinas Chávez, R. Correo electrónico. Abril 2020.
- Nahum García, A. Correo electrónico. Mayo 2020.
- Peña Fernández, S. Correo electrónico. Mayo 2020.
- Zurro Catalá, J. Instagram. Abril 2020.