

# *Retroperiodismo,* o el retorno a los principios de la profesión periodística

---

Jorge Miguel Rodríguez Rodríguez (coord.)

**SEP**

Sociedad Española de Periodística

*RETROPERIODISMO*, O EL RETORNO A LOS  
PRINCIPIOS DE LA PROFESIÓN PERIODÍSTICA

© de los textos: Irati Agirreazkuenaga, Felipe Alonso, Félix Arias, Ángel Arrese, Juan Pablo Artero, Manuel Jesús Cartes, Sergi Cortiñas, Chan Eang Teng, José Alberto García, Carmela García, José Manuel Gómez y Méndez, Sonia González-Molina, Jaume Guillaumet, Miguel Ángel Jiménez, Iván Lacasa-Mas, Patricia Lafuente, Ainara Larrondo, Leonardo La Rosa, Pilar Latorre, María Luengo, Carmen Marta-Lazo, María del Pilar Martínez-Costa, Natalia Martínez, Tang Mui Joo, Sandra Méndez, Koldobika Meso, Elsa Moreno, Víctor Orive, M.<sup>a</sup> Rosa Pinto, Fátima Ramos del Cano, Diana Rivero, Pilar Sánchez-García, Ana Segura, María Victoria-Mas

© del prólogo: Fernando López Pan

© de las imágenes: los autores

© de la presente edición: Sociedad Española de Periodística, Ediciones Universidad San Jorge y Heraldo de Aragón

N.º 3 de la Colección

1.ª edición, 2016

Coordinador: Jorge Miguel Rodríguez Rodríguez

Diseño de portada: Concha Edo

Maquetación: Enrique Salvo

Imprime: Calidad Gráfica Araconsa S. L.

Impreso en España - Printed in Spain

ISBN: 978-84-944941-2-3

Depósito Legal: Z765-2016

Sociedad Española de Periodística

Apartado de Correos 8.384

28080 Madrid

[www.periodistica.es](http://www.periodistica.es) / [sep@telefonica.net](mailto:sep@telefonica.net)

Ediciones Universidad San Jorge

Campus Universitario Villanueva de Gállego - Autovía A-23 Zaragoza-Huesca Km 299

50830 Villanueva de Gállego (Zaragoza)

[www.usj.es](http://www.usj.es) / [ediciones@usj.es](mailto:ediciones@usj.es)

Heraldo de Aragón

Paseo de la Independencia, 29

50001, Zaragoza

[www.heraldo.es](http://www.heraldo.es)

## EL NEUROPERIODISMO, NUEVO HORIZONTE PARA LA INFORMACIÓN LOCAL EN SU SERVICIO CIUDADANO

JOSÉ MANUEL GÓMEZ Y MÉNDEZ  
SANDRA MÉNDEZ MUROS  
*Universidad de Sevilla*

Al llegar el siglo XXI, el periodismo ha vivido convulsiones que le afectan en su cotidiano transcurrir diario con consecuencia directa en su contabilidad administrativa como empresa con repercusión incisiva en sus contenidos y continentes. Son diversas las dinámicas, sin menoscabar las tendencias de calidad, de una búsqueda de equilibrio entre emisor/empresa y receptor/ciudadanía para mantener el producto comunicativo y, por consiguiente, toda acción de servicio con la resultante adaptabilidad o proyección del tiempo tecnológico. Hay que reflexionar si el receptor se halla en otra dimensión y fuese preciso pautar nuevas acciones dentro del transcurrir del cerebro humano a través del proceso neuronal del funcionamiento sináptico de la persona en la percepción informativa.

Desde hace más de diez años, apostamos por un modelo que responda a las necesidades comunicativas de la ciudadanía en el ámbito local. La búsqueda de la identidad, de la cultura compartida y la proximidad han sido los ejes que hemos mantenido en las distintas propuestas. En un trabajo anterior realizamos una primera aproximación al concepto de «neuroperiodismo» como el periodismo que asiste al procesamiento neuronal de estímulos o aferentes informativos almacenados (la realidad social y cultural), que se convierten en referentes o respuestas para el mensaje periodístico (Gómez y Méndez y Méndez Muros, 2015).

Pretendemos ahora hacer una vertebración del neuroperiodismo dentro de los estudios de las neurociencias con pormenorización al ámbito periodístico en una parcela en la que investigamos desde hace años, como es todo lo concerniente a lo local, cercano o

de proximidad para conocer científicamente sus posibles implicaciones receptoras en el ciudadano a través de su proceso funcional cerebral, donde la sinapsis interviene indeleblemente en su quehacer neuronal, y hallar acciones que sean posibles para una mejor realidad del mensaje sin mediatización. Metodológicamente, mantenemos el desarrollo de un método empírico-analítico y, por consiguiente, un conocimiento autocorrectivo y progresivo, dentro de las lógicas empírica y experimental con metodología deductiva dentro de la observancia científica y analítica.

## LAS NEUROCIENCIAS SOCIALES COMO MARCO DE ESTUDIO

Desde el área de la comunicación social siempre ha interesado conocer los gustos, las preferencias e intereses de los receptores que motivan reacciones y comportamientos ante los medios de comunicación. Los estudios de recepción cuentan con una larga trayectoria desde mediados del siglo XX, pero, hasta el momento, los certeros pronósticos se encuentran limitados a las máquinas y, específicamente, a campos como el de la informática (Tallón-Ballesteros, 2013) y la Tecnología: «Un modelo de redes neuronales predice si un banco puede quebrar» (ABC, 2015).

La esperanza de que esto se pueda extender al ámbito humano nos la ofrece Pura C. Roy (2014), para quien «la capacidad de controlar un ordenador utilizando solo el poder de la mente está más cerca de lo que se podría pensar. Las interfaces que permiten al ordenador leer e interpretar las señales directamente del cerebro ya han alcanzado algún éxito clínico, permitiendo a personas que sufren tetraplejía mover sus propias sillas de ruedas». Anota, asimismo, que la tecnología de implantes y electrodos se puede emplear para crear cerebros biológicos para robots, posibilitar mejoras humanas y disminuir los efectos de ciertas enfermedades neuronales, haciéndose eco de lo expuesto por el profesor de Cibernética de la Universidad de Reading en Gran Bretaña, Kevin Warwick que se refiere a la «fusión hombre-máquina». Este profesor afirma que «cuando se consiga seguramente la comunicación entre cerebros será más limpia ya que perdemos muchas de las señales que tenemos alrededor, las emociones, las ideas o los pensamientos no nos engañarán». Él está seguro de que «los robots tendrán cerebros parcialmente biológicos en el que los implantes neuronales vincularán de forma bidireccional el sistema nervioso del ser humano con la tecnología e internet» (Roy, 2014).

Mayor Menéndez (2012) no duda de la capacidad del cerebro humano cuando se refiere a la necesidad de socialización celular, origen del desarrollo de un lenguaje muy elaborado de comunicación celular (capacidad que tienen todas las células de intercambiar información fisicoquímica con el medio ambiente y con otras células), que permite integrar la información recibida y de coordinarla por el bien del conjunto:

La extraordinaria tarea de estos procesos de coordinación de la actividad celular resulta evidente si se considera que un ser humano adulto consta de aproximadamente 80.100 millones de millones de células, de unos 300 tipos celulares distintos, agrupadas en distintos tejidos y órganos, formando entre sí una red de conexiones funcionales tan intrincada como la *World Wide Web* por la que nos comunicamos por internet.

Entre esos tipos celulares se encuentran los 28 mil millones de neuronas de nuestro sistema nervioso (Tejedor, 2012). Es sabido que las neuronas vinculadas entre sí se aproximan mediante señales químicas y eléctricas<sup>1</sup>, dando lugar a una comunicación entre ellas llamada sinapsis<sup>2</sup>, cuyo proceso se explica de forma detallada en el *Tratado multidisciplinar sobre la actividad cerebral*, los procesos mentales superiores y nuestro comportamiento, dirigido y coordinado por Gregorio Gómez Jarabo, doctor en Biología, médico psiquiatra y profesor titular de la Universidad Autónoma de Madrid: «La sinapsis es el proceso esencial en la comunicación neuronal y constituye el lenguaje básico del sistema nervioso» (Biopsicología.net, 2015). En este sentido, Fraser Mustard (2005) señala que «el procesamiento en el cerebro de las señales provenientes del sistema sensorial le permite a este determinar lo que es una amenaza o un desafío, y cuál es la respuesta apropiada».

El cerebro, como parte fundamental del sistema nervioso, está dejando de ser exclusivamente un objeto de estudio para la neurociencia y ha pasado a darse a conocer en su complejidad a través de otras disciplinas. Aranda (2012) apunta al factor cultural y social cuando sostiene la siguiente afirmación:

Los científicos están interesados en saber cómo interactúa nuestro organismo con su entorno, de qué manera nuestras neuronas se encargan de transmitir la información necesaria para que nuestro organismo responda de la manera más eficiente posible a multitud de estímulos internos y externos. Hablar de estímulos en neurociencia no solo significa temperatura, pH, movimiento... sino también creatividad, aprendizaje, lenguaje, atención, razonamiento, empatía o emoción, entre otros. En definitiva, un estímulo tiene la capacidad de promover todos aquellos procesos, respuestas y cambios que nuestro organismo necesita para adaptarse a su entorno biológicamente hablando, pero también cultural y socialmente.

Desde esta perspectiva, la neurociencia abre nuevas puertas a la investigación en ciencias sociales:

Incorporar a la teoría cultural, social, económica o educativa en la investigación de la mente y el cerebro (o a la inversa) nos permite estudiar cómo los valores, las prácticas o las creencias culturales modelan y son modeladas por la mente, el cerebro y los genes. Un mayor entendimiento de los procesos neuronales puede jugar un papel muy importante en la comprensión de las prácticas y significados culturales, sociales o educativos entre otros muchos. (Aranda, 2012)

1 Mientras que la sinapsis eléctrica se trata «de una comunicación excitatoria con la continuidad de la conducción de la excitabilidad o el impulso nervioso», la sinapsis química es «una comunicación excitatoria o inhibitoria mediada por una sustancia química que no es otra cosa que el neurotransmisor» (Biopsicología.net, 2015).

2 Estos sistemas de comunicación celular se organizan en relevos o en cascada, con etapas secuenciales de detección, transformación y diseminación de la señal. Unas sustancias químicas, denominadas mensajeros (también llamadas hormonas o neurotransmisores, según la función que realicen) llevan órdenes que solo son recibidas por aquellas células que poseen receptores específicos para detectarlos. Los receptores son proteínas, frecuentemente situadas en la superficie externa de las células (la membrana celular). El reconocimiento específico del mensajero por el receptor se explica usualmente acudiendo a la analogía de la llave (mensajero) y la cerradura (receptor), aunque la realidad es un poco más compleja (Mayor Menéndez, 2012).

Mary Helen Immordino Yangnes (2011), una neurocientífica interesada por la emoción, la interacción social y la cultura ha llegado a la conclusión de que es posible controlar la supervivencia biológica y el yo sociocultural. Pone el ejemplo de que son los mismos sistemas neuronales los que regulan los latidos del corazón y nuestra capacidad para emocionarnos ante una fotografía, una canción o un relato. La biología, la cultura y la sociabilidad están unidas, de modo que el hecho de sentir empatía emocional por un semejante pertenece al sistema de supervivencia biológico. De este modo, podríamos interpretar que estamos programados biológica, cultural y socialmente.

En esta línea, en las últimas décadas, los científicos de diferentes disciplinas sociales se han interesado en el cerebro como punto de partida para explicar reacciones y comportamientos, dando origen a las denominadas neurociencias sociales, que se encargan de estudiar el impacto de lo social en el cerebro, aunando conceptos, métodos, herramientas y teorías biológicas y de procesos sociales. En todo caso, las definiciones son variadas dependiendo de la perspectiva desde la que estudie el científico que la propone. Desde la neurosociología, Huici Urmeneta (2012: 968) define la Neurociencia como:

Una de las ciencias que toman como punto de vista teórico el funcionamiento del sistema nervioso, y particularmente del cerebro, en cualesquiera actividades humanas. Específicamente, la neurosociología intenta comprender el rol que tiene el funcionamiento del sistema nervioso en la interacción del ser humano con su entorno social.

Para Salas Silva (2003: 156), que se dedica a observar los lazos entre neurociencia y educación, las neurociencias son

Campos científicos y áreas de conocimiento diversas, que, bajo distintas perspectivas de enfoque, abordan los niveles de conocimiento vigentes sobre el sistema nervioso. Es, por tanto, una denominación amplia y general, toda vez que su objeto es extraordinariamente complejo en su estructura, funciones e interpretaciones científicas de ambas. [...] El funcionamiento del cerebro es un fenómeno múltiple, que puede ser descrito a nivel molecular, celular, organizacional del cerebro, psicológico y/o social. La neurociencia representa la suma de esos enfoques.

Desde el plano psicosocial, Pérez Sánchez (2010: 31), se refiere a la neurociencias sociales como neurociencias sociocognoscitivas que «se dedican al estudio del sustrato o correlato neuronal de los hallazgos encontrados por la investigación sobre cogniciones sociales». Más específico resulta Grande-García (2009a: 1), quien desde la misma área científica la define de esta manera:

Una nueva disciplina que surge de la combinación entre la investigación en psicología social y las neurociencias cognitivas, cuyo objetivo es el estudio de las bases biológicas (inmunes, endocrinas, neuronales) de la cognición y conducta sociales, combinando las herramientas más avanzadas de la neurociencia cognitiva como las técnicas de neuroimagen y la neuropsicología, junto con la investigación en ciencias cognitivas y en ciencias sociales como la psicología social, la economía y las ciencias políticas.

Y, puntualiza que «aunque la neurociencia social no toma como base este enfoque en psicología social, en cierto sentido se podría decir que gracias a esta nueva disciplina se pueden estudiar ya las bases biológicas que subyacen a las representaciones sociales» (Grande-García, 2009a: 15).

## HACIA UNA CONCEPTUALIZACIÓN DEL NEUROPERIODISMO

Dentro del marco de las neurociencias sociales, se inscribe lo que hemos dado en llamar «neuroperiodismo», como disciplina que explica desde la neurociencia elementos concernientes a la comunicación social, esto es, una adecuación de los parámetros biológicos al orbe informativo en un área en la que, como ya hemos indicado en la introducción, estudiamos sistemáticamente desde inicios del siglo XXI.

Para ello, partimos de la necesidad de continuar produciendo este tipo de periodismo. Ante la realidad de que solo un 40 % de los ciudadanos de Estados Unidos cree que los medios de comunicación de masas de su país ofrecen información veraz, completa y justa (233grados, 2014); se contrapone la visión de la que fuera directora del periódico *The New York Times*, Jill Abramson, quien considera que «lo importante es la supervivencia del periodismo de calidad. [...] la gente quiere información creíble sobre el lugar en el que vive. Y necesita que las instituciones locales sean “controladas” por la prensa». Agrega que cree que «existe hambre por noticias locales y que tienen un buen futuro. En EE. UU., por ejemplo, las redacciones cubren los ayuntamientos» y se revela como «defensora de este tipo de periodismo» (Trillo, 2015). En Cataluña, el presidente de la consultora Media Hotline, Enric Yarza, señala que «la prensa comarcal es de proximidad, promueve la lengua catalana, estimula los intereses comarcales, da contenidos que no tienen otros medios, es portavoz de los intereses y problemas de sus lectores, promueve el desarrollo cultural y económico, y tiene gran poder de prescripción», por lo que le augura un futuro esperanzador en tanto que es la prensa que mejor ha respondido en los últimos años y que uno de cuatro ejemplares de diarios que se venden en Cataluña es de prensa comarcal (La Vanguardia, 2014).

Si bien, nos planteamos qué une a un público local sobre el que podamos basar unos parámetros biológico-sociales reconocibles para predecir resultados aceptables en los medios de comunicación que conecten con sus intereses más próximos. ¿Es posible encontrarlos y crear un orden dentro del actual contexto organizacional y comunicativo marcado por la transformación tecnológica donde imperan nuevos lenguajes, un nuevo marketing, el desarrollo de redes sociales y el aumento y la internacionalización de usuarios? Si seguimos la propuesta de Ripoll Cera (2012), para ello se hacen necesarias la generación, la gestión y la optimización de la comunicación de su actividad, intereses, gustos, descubrimiento de necesidades para obtener su confianza y establecer una relación continua.

Nos apoyamos en nuevos elementos que desde la neurociencia puedan aportar luces que nos permitan avanzar sobre el eje de la identidad cultural más próxima, así como en algunos principios de aprendizaje del cerebro, propuestos por Caine y Caine (1997): 1) el cerebro es



un complejo sistema adaptativo; 2) el cerebro es un cerebro social; 3) la búsqueda de significado es innata; 4) la búsqueda de significado ocurre a través de «pautas»; 5) las emociones son críticas para la elaboración de pautas; 6) cada cerebro simultáneamente percibe y crea partes y todos; 7) el aprendizaje implica tanto una atención focalizada como una percepción periférica; 8) el aprendizaje siempre implica procesos conscientes e inconscientes; 9) tenemos al menos dos maneras de organizar la memoria; 10) el aprendizaje es un proceso de desarrollo; 11) el aprendizaje complejo se incrementa por el desafío y se inhibe por la amenaza; y 12) cada cerebro está organizado de manera única. De acuerdo a ellos y a las aportaciones de diferentes autores, resolvemos como útiles los siguientes elementos para el neuroperiodismo.

#### LA IMPORTANCIA MOLDEADORA DEL ENTORNO SOBRE EL CEREBRO

La atención al entorno en el periodismo local es fundamental para la creación de identidad en la información. Si atendemos al principio 1, que recoge que «todo el sistema interactúa e intercambia información con su entorno» y al principio 2 que sostiene que «parte de nuestra identidad depende del establecimiento de una comunidad y del hallazgo de maneras para pertenecer a ella».

Pasko Rakic, director del Departamento de Neurobiología y el Instituto Kavlin de Yale, ante la pregunta sobre la mayor influencia de los genes o el entorno en el cerebro, manifiesta:

Mucha gente me hace esa pregunta y yo les digo que los genes influyen el 100 %. ¿Significa eso que el entorno en que crecemos no tiene importancia? No. También tiene una influencia del 100 %. Tal vez la pregunta está mal planteada. Más bien habría que preguntarse quién actúa primero. Obviamente los genes, porque el entorno debe tener algo sobre lo que actuar, en este caso el cerebro, que se forma por la combinación de los genes de nuestros padres. Los genes nos dan las oportunidades y el entorno nos permite hacerlas realidad. (Quijada, 2015)

#### LA SINAPSI SOCIAL O LAZO INVISIBLE ENTRE HUMANOS

La denominada sinapsis social se manifiesta en los medios de comunicación locales en la potenciación de temas culturalmente compartidos, muchos de los cuales son consumidos de forma consciente en los contenidos locales y otros trascienden al subconsciente del receptor. Como recogen el principio 7 sobre la idea de que «el cerebro absorbe información de lo que está directamente consciente, y también de lo que está más allá del foco inmediato de atención» y el principio 8, que se detiene en el aprendizaje de modo específico al afirmar que «si bien un aspecto de la conciencia es consciente, mucho de nuestro aprendizaje es inconsciente».

Grande-García (2009b: 14) recoge que esto tiene que ver con que los lazos sociales poseen substratos hormonales y fisiológicos (niveles de neurotransmisores como la serotonina o de hormonas como la oxitocina), «regulan la dominancia social, la agresión, la afiliación, el cuidado materno y los lazos sociales». Este lazo invisible

se crea entre las personas, incluso entre desconocidos, en situaciones tales como una catástrofe. Se trata de una unión de fuerzas muy singular, en pos de un objetivo generalmente de carácter humanitario; si este no es alcanzado con éxito, entonces el sufrimiento es colectivo y se da a niveles que nos recuerdan que somos todos seres

vivos, mientras que si se cumple, la satisfacción es mayor que la experimentada por un logro personal. Como se trata de una unión que no exige un contacto físico ni un previo conocimiento del resto de las personas que comprenda dicha red emocional, la sinapsis social habla más de un acercamiento a nuestras raíces como especie que de una relación interpersonal. Es por eso que aun en la era de internet y de los teléfonos móviles somos capaces de empatizar con las víctimas de un tsunami en un país que quizás nunca visitaremos. (Definición.de: 2015)

#### LA NEUROIMAGEN Y REPRESENTACIÓN DE LOS DEMÁS Y DE UNO MISMO

En los mensajes informativos locales no solo vemos reflejadas las conductas de los semejantes que comparten la misma identidad cultural, sino también la nuestra. Según el principio 12, «todos tenemos el mismo conjunto de sistemas y, sin embargo, todos somos diferentes. Algunas de estas diferencias son una consecuencia de nuestra herencia genética. Otras son consecuencia de experiencias diferentes y entornos diferentes». En cualquier caso, la neuroimagen, basada en las «neuronas espejo» —descubiertas a principios de la década de 1990 por Giacomo Rizzolatti—, trabajan con la percepción personas, el conocimiento interpersonal y la investigación sobre sí mismo desde la correlación neuronal para comprender las formas de comprensión del comportamiento y el pensamiento de otras personas y de sí mismo (Pérez Sánchez, 2010: 31).

En este sentido, Grande-García (2009a: 6) sostiene que «entendemos las acciones de los demás porque la observación de estas provoca que en nuestros cerebros se activen representaciones motoras de las mismas acciones. Así, cuando observamos a otra persona tomando un vaso, las mismas neuronas que controlan la ejecución de los movimientos de asir se activan en las áreas motoras del observador». El mismo autor hace saber que existen estudios sobre neuroimagen que explican cómo entendemos las acciones de los demás: en nuestro cerebro se activa una compleja red neuronal que nos presenta a nosotros mismos llevando a cabo las acciones que hemos visto o relacionado de los demás. Nuestro sistema se activa como si nosotros ejecutáramos la misma acción observada. Relacionado con ello, Grande-García (2009a: 8) trata la denominada teoría de la mente o representación de la mente de los otros, esto es, «la capacidad que tenemos no solo de percibir y entender las acciones de los demás, sino además de nuestra capacidad para atribuirles estados mentales y usar esta información para predecir sus conductas».

#### LA EMPATÍA

Entendida como la «identificación mental y afectiva de un sujeto con el estado de ánimo de otro» (RAE, 2015), la empatía debe ser retroalimentada en los mensajes mediáticos en el ámbito local en el proceso de codificación y decodificación considerando la exclusividad genética de cada cerebro, pero la codificación común generada por el ambiente, donde se sitúan los mensajes periodísticos y donde tienen un papel fundamental los sentimientos y las emociones. Varios principios se detienen en la significación del mensaje, como «nuestra búsqueda de significado está dirigida por nuestras metas y valores» (principio 3), «el cerebro es tanto científico como artista, tratando de discernir y entender pautas

a medida que ocurran y dando expresión a pautas únicas y creativas propias» (principio 4) y «las emociones y los pensamientos se moldean unos a otros y no pueden separarse. Las emociones dan color al significado» (principio 5). Asimismo, según Grande-García (2009b: 16), «la experiencia emocional está implicada en las estrategias cognitivas que influyen en la selección de respuestas [...]. Esto indica que las emociones afectan cómo las personas juzgan los estímulos sociales y cómo toman decisiones a partir de respuestas conductuales posibles en situaciones sociales».

Para Roy (2014), «tal vez cuando un cerebro y otro se puedan comunicar directamente volvamos a restablecer una propiedad humana cada vez menos utilizada que es la empatía entre las personas. Ya que no solo las máquinas ampliarán sus posibilidades de comunicación; también los humanos». Y añade:

Siempre se ha querido que los demás sepan de tus sentimientos sin expresarlos claramente. Tal vez, cuando se avance en interfaces capaces de interpretar tus señales cerebrales y un sistema operativo sea capaz de saber lo que necesitas sin necesidad de mantener siquiera una conversación, más de una persona cambie a un ser humano por una máquina. La empatía también puede ser compartida con una máquina.

## EL NEUROPERIODISMO Y LO LOCAL

Cuando hablamos de cercanía a favor del ciudadano, no nos referimos a que acabemos efectuando un perfilado del receptor para conocer sus preferencias como «control indirecto de los individuos sobre la base de la explotación de informaciones obtenidas sobre ellos» (Mattelart y Vitalis, 2015). No es ese nuestro fin. Deseamos una información abierta, libre, plural para el receptor, basada en una acción sin jerarquía, sino integradora, donde el mensaje tenga su propia dinámica local dentro de las acciones de una sociedad igualitaria, donde no exista aristas ni información dirigida con contenidos persuasivos. Un quehacer periodístico donde se cuente en la mayor naturalidad a sabiendas de que el periodista es el narrador de cuanto ven sus ojos y escuchan sus oídos..., un canalizador del mensaje, un intermediario entre fuente y receptor, no un manipulador ni un inductor.

No olvidemos que en una sociedad actual —jamás han existido personas con la amplitud formativa que se tiene en los últimos veinticinco años— generaciones, como la «Millennial», con «comportamientos y formas de entender la vida que generan un mayor optimismo y una mejor consideración de sí misma» (Ferrer, 2010), o como la «Homeland», «Z» o «K», que es «mucho más realista», que ha «nacido y crecido en la tecnología», que es «la primera generación que convive con redes sociales y *smartphones* desde temprana edad», que tiene «muy claro lo que quieren de un producto o servicio» con la que habrá que «interactuar constantemente con ellos para atraer su atención» (Marketing directo, 2015), donde se desea intervenir en la producción de los contenidos, que desea «participar en la creación» (Verdú, 2015), que es «altruista, nada egoísta. Se mostrará fuerte y políticamente sensibilizada por cuestiones como la desigualdad económica y social» (Hertz, 2015), que desea la conectividad desde «el intercambio de conocimiento basados en movimientos no propietarios (*open source*)» (Arbonies, 2013).

Estamos con Andrés Ortega (2012a) cuando escribe que «algunos consideran que, tras la agrícola, industrial y la digital (o cibernética), la cuarta revolución será la neurocientífica cuyos descubrimientos preliminares ya están invadiendo numerosas disciplinas y creando otras nuevas, al colocar el prefijo “neuro” ante disciplinas tradicionales. Así, hoy se habla de neuroeconomía, neuromarketing, neurofilosofía, neuroética, neuroeducación, neuropolítica». Añade: «Todas estas nuevas disciplinas pretenden aplicar los nuevos conocimientos de la neurociencia a sus materias, esperando que esta aportación sirva para darles un nuevo impulso y desarrollo». Y es el momento de hablar de neuroperiodismo, cuando los publicitarios dialogan de neuromarketing o neurocomunicación.

Hemos de imbuirnos de las llamadas neuronas espejo, cuyo descubrimiento supone «el de la relación entre el cerebro y la sociedad, entre un ser humano y otro, entre el hombre y la gente» (Ortega, 2012b). El prestigioso Ramachandran (2012) resalta que nuestra colectividad cultural «consiste en colecciones masivas de capacidades y conocimientos complejos que se transmiten de persona a persona». Asimismo explica que

Las neuronas están conectadas en redes que procesan información. Las numerosas estructuras cerebrales son, en última instancia, redes multiusos de neuronas, que a menudo presentan una elegante organización interna. Cada una de estas estructuras lleva a cabo una serie de funciones fisiológicas o cognitivas diferenciadas (aunque no siempre fáciles de descifrar). Cada estructura establece conexiones pautadas con otras estructuras cerebrales, y así se forman circuitos. Los circuitos transmiten información de un lado a otro y en bucles de repetición, y permiten a las estructuras cerebrales funcionar conjuntamente para crear percepciones, conductas y pensamientos complejos.

Nadie duda científicamente de que los puntos de contacto neuronal se denominan sinapsis y es donde se comparte la información entre neuronas. Ahí están los estudios iniciales de John Carew Eccles (1964) y los siguientes numerosos estudios rigurosos y divulgativos, entre ellos los de Simón Brailowsky (1995). Ante ello el procesamiento sinainformativo sería aquel que se desarrolla en el espacio social para, en su evolución, ser un mensaje transmitido y por consiguiente daría pie al neuroperiodismo (figura 1).

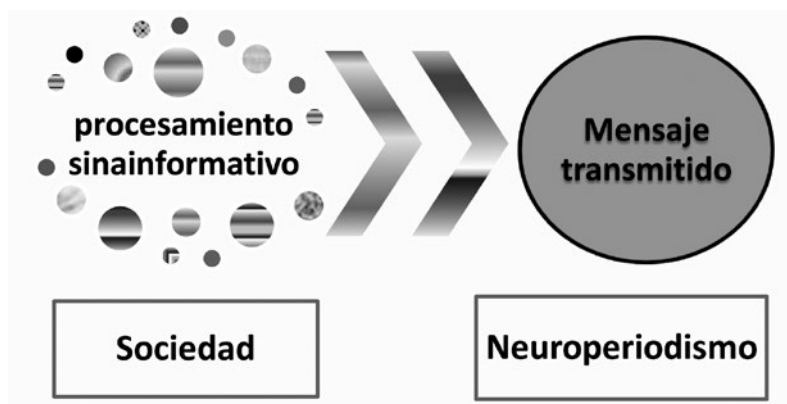


FIGURA 1. *Realidad del neuroperiodismo*. Fuente: elaboración propia.

El periodista acude a la fuente dentro de su ajetreo en los acontecimientos de su cercanía o entorno procediendo a la elaboración informativa del mensaje sin mediatización alguna ni intento de una transmisión persuasiva (figura 2). Todo se efectuaría desde un plano de autenticidad en la más absoluta pluralidad social, sin tratamientos jerárquicos sociales, ni intereses mercantilistas en una nueva sociedad global. No olvidemos que los tiempos tecnológicos son universales y, sin embargo, viven glocalmente pues dentro de esa mundialización nos aproximamos y nos hace locales/cercanos a través de los distintos canales de inmediatez cibernética.

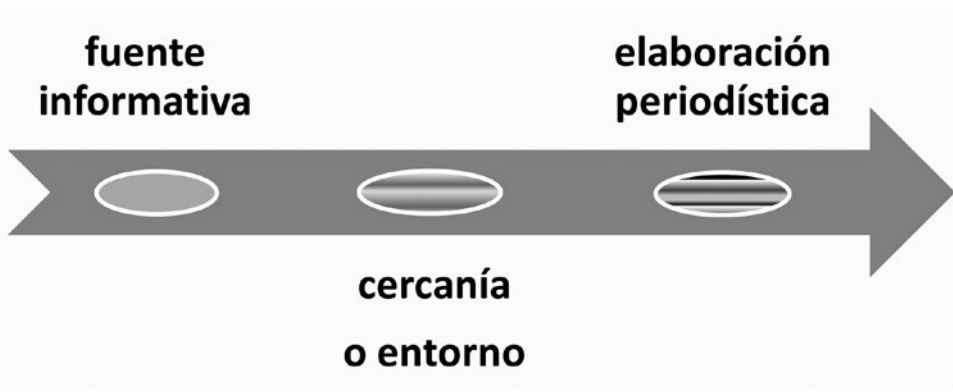


FIGURA 2. *Procesamiento sinainformativo*. Fuente: elaboración propia.

La transmisión neuroperiodística (figura 3) sería aquella que va desde la emisión de una noticia o mensaje que, a través de la dinámica neuronal en ese proceso receptivo cerebral, nos produce al contacto sináptico de la información o instante de la sinainformación dando por consiguiente paso al neuroperiodismo: una realidad para dar fuerza a la información local, de cercanía o de proximidad para que, de una vez en el presente y en el devenir de los años, obtenga su singularidad como tangibilidad del acontecer cotidiano de la sociedad sin predeterminaciones o agendas de redacciones o gabinetes, sin opiniones de ningún sector, sino contenido de cuanto acontece alrededor sin el yo sí y el tú, no...; donde en el medio —sea cual sea su soporte— entremos todos los de la sociedad local: tú, yo, aquel, el otro, el de más allá, el más cercano o el más lejano por encima de etnias o razas y creencias... Un quehacer emisor en código abierto (*open source*) desde la misma fuente para que el usuario o receptor lo adapte a sus necesidades vitales y conjugue con su almacenamiento neuronal dando como resultado la producción de un mejor vivir o buen estar.

No olvidemos las aportaciones que podrían contarse si analizamos las realidades epigenéticas de nuestro ser humano y el entorno o ambiente donde habitamos, de cara a que se proporcione un equilibrio de nuestra percepción comunicativa sin un consiguiente deterioro cognitivo o transformación/cambio tras una receptividad sinainformativa. Mucho se avanzaría si se analizaran las coordenadas de la comu-

nicación sobre las realidades de los estudios epigenéticos iniciados por Conrad Hal Waddington en 1953 y avanzando en las actuales neurociencias (Spuch y Agís-Balboa, 2014).

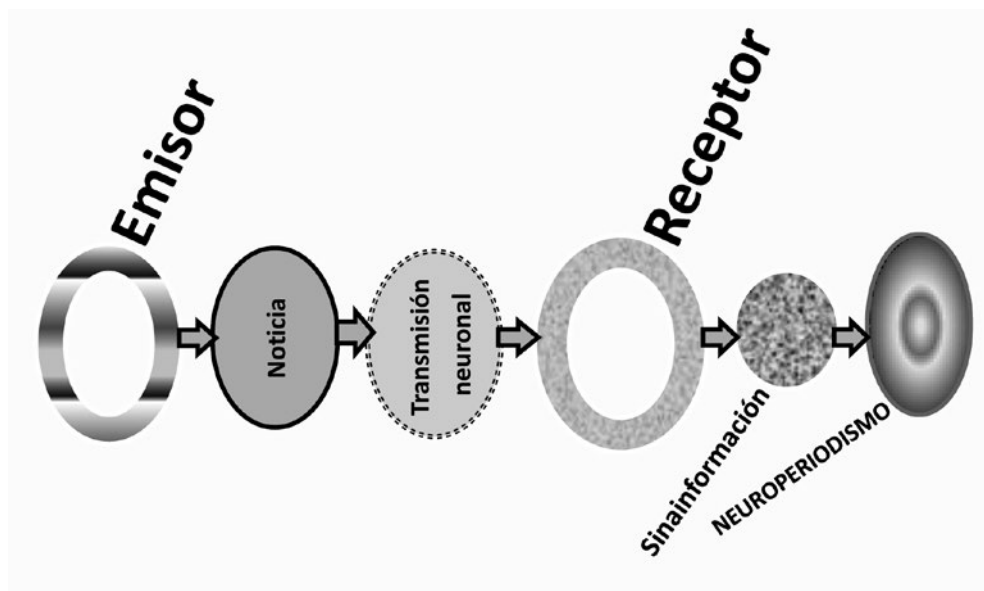


FIGURA 3. *Transmisión neuroperiodística*. Fuente: elaboración propia.

Michio Maku, reconocido físico estadounidense, manifestaba, en la jornada titulada «Una visión de Futuro» que organizó la empresa GMV en la sevillana Isla de la Cartuja, en el verano de 2014, sobre las oleadas de innovación: «Nos encontramos en la cuarta de estas oleadas y la biotecnología, la inteligencia artificial, la nanotecnología o la ciencia molecular son sus grandes protagonistas. El hilo conductor que las une a todas ellas son las Telecomunicaciones» (Asociación de Internautas, 2014). Y en el ámbito comunicativo es donde hemos de ubicar el devenir del neuroperiodismo, ejercitando la gestión del mensaje y «prestando la atención que merecen las personas que se relacionan con nosotros», como señalaría Daniel Sieberg, director senior de Marketing de Google, al referirse al quehacer tecnológico (La Vanguardia, 2014).

Y si decimos de ese mañana donde la noticia tras su tratamiento sinainformativo llegue a ser una realidad neuroperiodística en su evolución (figura 4) es porque coincidimos con Julio Mayol, director de la Unidad de Innovación del Hospital Clínico San Carlos de Madrid, cuando declara: «La única manera de crear futuro es hablar de él» (La Vanguardia, 2014).

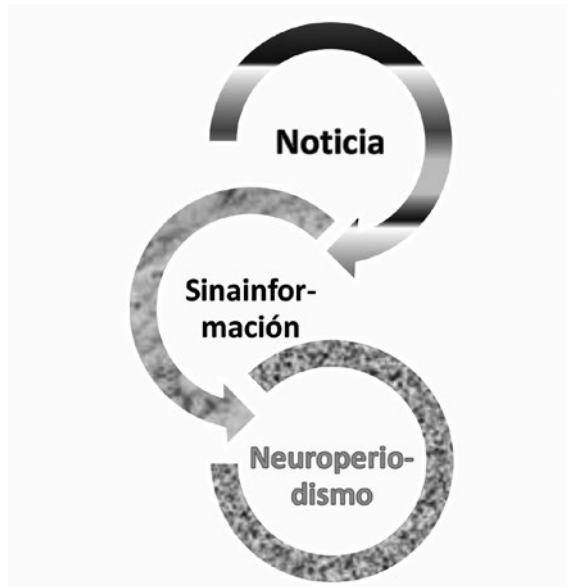


FIGURA 4. *Evolución neuroperiodística*. Fuente: elaboración propia.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 233GRADOS.COM (2014): «EE. UU. confía menos que nunca en sus medios de comunicación», 17 de septiembre, <http://233grados.lainformacion.com/blog/2014/09/la-confianza-de-los-estadounidenses-en-los-medios-de-masas-en-m%C3%ADnimos-hist%C3%B3ricos.html> (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- ABC (2015): «Un modelo de redes neuronales predice si un banco puede quebrar», 8 de mayo, <http://www.abc.es/economia/20150508/abci-redes-neurnales-quebra-banco-201505081618.html> (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- ARANDA, D. (2012): «Sinapsis: la neurociencia social y cultural», *COMeIN*, 7, enero, <http://www.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero07/articulos/Article-Dani-Aranda.html> (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- ARBONIES, Á. (2013): «Generación K», *Work*, <http://work.noticiasdegipuzkoa.com/2013/09/generacion-k/> (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- ASOCIACIÓN DE INTERNAUTAS (2014): «La edad cibernética que viene es la del capital intelectual», 5 de agosto, <http://www.internautas.org/html/8446.html> (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- BIOPSIKOLOGÍA.NET (2015): «Tratado multidisciplinar sobre la actividad cerebral, los procesos mentales superiores y nuestro comportamiento», <http://www.biopsicologia.net/introduccion> (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- BRAILOWSKY, S. (1995): *Las sustancias de los sueños: neuropsicofarmacología*, México, Fondo de Cultura Económica.

- CAINE, R. N. y CAINE, G. (1997): *Education on the Edge of Possibility*, Alexandria, VA, ASCD.
- DEFINICIÓN.DE (2015): «Definición de sinapsis», <http://definicion.de/sinapsis/> (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- ECCLES, J. C. (1964): *The Physiology of Synapses*, Cham (Suiza), Springer.
- FERRER, A. (2010): «Millennials, la generación del siglo XXI», *Nueva Revista*, 130, <http://www.nuevarevista.net/articulos/millennials-la-generacion-del-siglo-xxi> (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- GÓMEZ Y MÉNDEZ, J. M. y MÉNDEZ MUROS, S. (2015): «El Periodismo de Cercanía para una Cultura del Encuentro», Cortiñas-Rovira, S., Elduque, A., Alonso-Marcos, F. y Darriba Zaragoza, M. (eds.): *Periodismo actual y futuro: Investigación, Docencia e Innovación. Actas del XX Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística*, Barcelona, Sociedad Española de Periodística y Universitat Pompeu Fabra. Comunicación presentada en el XX Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística, celebrado en la Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, los días 13 y 14 de junio de 2014.
- GRANDE-GARCÍA, I. (2009a): «Neurociencia social: El maridaje entre la psicología social y las neurociencias cognitivas. Revisión e introducción a una nueva disciplina», *Anales de Psicología*, v. 25, 1, [http://www.um.es/analesps/v25/v25\\_1/01-25\\_1.pdf](http://www.um.es/analesps/v25/v25_1/01-25_1.pdf)
- (2009b): «Neurociencia social: una breve introducción al estudio de las bases neurobiológicas de la conducta social», *Psicología y Ciencia Social*, v. 11, 1 y 2.
- HERTZ, N. (2015): «Generation K: what it means to be a teen», *The Financial Times*, 20 de abril, <http://www.noreena.com/generation-k-what-it-means-to-be-a-teen-today-what-this-means-for-you> y <http://www.noreena.com/wp-content/uploads/2015/04/Generation-K.jpg> (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- HUICI URMENETA, V. (2012): «Las ciencias sociales y las neurociencias (una aproximación a la neurosociología)», *Inguruak: Soziologia eta zientzia politikoaren euskal aldizkaria*, 53 y 54.
- IMMORDINO YANGNES, M. H. (2011): «Embodied brains, social minds: How admiration inspires purposeful learning», <https://youtu.be/RViuTHBIOq8> (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- LA VANGUARDIA (2014): «Uno de cada cuatro ejemplares de diarios que se venden en Cataluña es de prensa comarcal», 14 de noviembre, <http://www.lavanguardia.com/vida/20141114/54419870259/uno-de-cada-cuatro-ejemplares-de-diarios-que-se-venden-son-de-prensa-comarcal.html> (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- MARKETING DIRECTO (2015): «Los “homies”: la generación que llega para desbanca a los millennials», <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/tendencias/los-homies-la-generacion-llega-desbanca-los-millennials/#sthash.BxCRkn7q.dpuf> (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- MATTELART, A. y VITALIS, A. (2015): *De Orwell al cibercontrol*, Barcelona, Gedisa.
- MAYOR MENÉNDEZ, F. (2012): «El lenguaje de la comunicación entre células», *El-pais.com*, 17 de octubre, [http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/10/16/actualidad/1350402665\\_260949.html](http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/10/16/actualidad/1350402665_260949.html) (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).



- MUSTARD, J. F. (2005): «Desarrollo del cerebro basado en la experiencia temprana y su efecto en la salud, el aprendizaje y la conducta», *Desarrollo Infantil Temprano*, <http://www.oas.org/udse/dit2/relacionados/archivos/desarrollo-cerebral.aspx> (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- ORTEGA, A. (2012a): «El hombre, la gente y sus neuronas espejo», *El País*, 18 de agosto, [http://elpais.com/elpais/2012/07/21/opinion/1342886635\\_625720.html](http://elpais.com/elpais/2012/07/21/opinion/1342886635_625720.html) (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- (2012b): «La cuarta revolución será la neurocientífica», *En Positivo*, 24 agosto, <http://enpositivo.com/2012/08/las-neurociencias-y-el-futuro/> (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- PÉREZ SÁNCHEZ, R. (2010): «Neurociencias sociales: nuevas posibilidades para la investigación psicosocial», *Reflexiones*, v. 89, 1, <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/reflexiones/article/view/11551/10896> (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- QUIJADA, P. (2015): «Pasko Rakic: “En el cerebro humano adulto no nacen neuronas nuevas”», *Abc.es*, 18 de abril, <http://www.abc.es/ciencia/20150413/abci-neruogenesis-rakic-aprendizaje-201504112053.html> (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- RAMACHANDRAN, V. S. (2012): *Lo que el cerebro nos dice*, Barcelona, Paidós Ibérica.
- REAL ACADEMIA DE LA LENGUA (2015): «Empatía», <http://buscon.rae.es/drae/srv/search?id=pFhs3KUQmDXX25EL1NeP> (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- RIPOLL CERA, M. (2012): «Sinapsis conocimiento y comunicación», [http://www.sinapsis.es/02\\_s/sc/index.jsp](http://www.sinapsis.es/02_s/sc/index.jsp) (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- ROY, P. C. (2014): «Empatía», *Técnica Industrial*, 350, marzo, <http://www.tecnicaindustrial.es/TIFrontal/a-5724-Empatia.aspx> (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- SALAS SILVA, R. (2003): «¿La educación necesita realmente de la neurociencia?», *Estudios Pedagógicos*, 29, [http://www.educarjuntos.com.ar/wp-content/imagenes/LAEDUCACIONNECESITADELANEUROCIENCIA\\_000.pdf](http://www.educarjuntos.com.ar/wp-content/imagenes/LAEDUCACIONNECESITADELANEUROCIENCIA_000.pdf)
- SPUCH, C. y AGÍS-BALBOA, R. C. (2014): «Epigenética en neurociencias», *SEBBM*, 179, <http://www.sebbm.com/revista/articulo.asp?id=10081&catgrupo=269&tipocom=24#> (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- TALLÓN-BALLESTEROS, A. J. (2014): «New training approaches for classification based on evolutionary neural networks. Application to product and sigmoidal units», *Inteligencia Artificial*, v. 17, 54.
- TEJEDOR GILMARTÍN, M. C. (2012): «Bioquímica Ambiental», *Portal de la Universidad de Alcalá*, [http://www2.uah.es/tejedor\\_bio/bioquimica\\_ambiental/tema12/tema%2012-sinapsis.htm](http://www2.uah.es/tejedor_bio/bioquimica_ambiental/tema12/tema%2012-sinapsis.htm) (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- TRILLO, M. (2015): «La gente quiere información creíble sobre el lugar en el que vive», *Diario de Jerez*, 15 de febrero, <http://www.diariodejerez.es/article/sociedad/1963266/la/gente/quiere/informacion/creible/sobre/lugar/vive.html> (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).
- VERDÚ, D. (2015): «La generación Z cambiará el mundo», *El País*, 3 de mayo, [http://politica.elpais.com/politica/2015/05/02/actualidad/1430576024\\_684493.html?ref=rss&format=simple&link=link](http://politica.elpais.com/politica/2015/05/02/actualidad/1430576024_684493.html?ref=rss&format=simple&link=link) (fecha de consulta: 16 de mayo de 2015).