



# Un periodismo sin explicaciones

**José María Montero Sandoval**

Director de *Espacio Protegido y Tierra y Mar* (Canal Sur Televisión)

---

## Referencia de este artículo

Montero Sandoval, José María (2026). Un periodismo sin explicaciones. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº31. Castellón de la Plana: Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I, 327-330.

---

Cuando a Ed Murrow, el periodista de la CBS que se enfrentó al senador McCarthy en los años 50 del pasado siglo (véase la película *Buenas noches, y buena suerte*, de George Clooney), le preguntaron si temía que en algún momento los políticos tomaran al asalto, como pretendía McCarthy, los informativos de televisión, Murrow contestó, con un llamativo sentido de la premonición, que el rigor de los informativos estaba mucho más amenazado por el *show business*. Hace más de sesenta años este profesional lamentaba la imposible combinación de noticias, entretenimiento y publicidad que, en los medios de comunicación de masas norteamericanos, estaba deteriorando la calidad de la información. Un peligroso cóctel nacido para saciar el apetito (feroz) de audiencia; una carrera (frenética) en la que empezaban a no tener cabida las informaciones «desagradables y molestas» (más tarde empezarían a sobrar, también, las informaciones complejas). Audiencia a toda costa, aunque en el camino las señas de identidad del buen periodismo quedan pulverizadas y así los ciudadanos creen estar informados cuando en realidad están entretenidos.

Esa manera simplona, y mercantilista, de entender el buen desempeño de nuestro trabajo como informadores ha ido modificando los formatos, las herramientas, las narrativas, la relación con las fuentes y hasta la propia naturaleza de las noticias, sometidas, en no pocos casos, a terribles confusiones, híbridos en donde es difícil distinguir (incluso para los mismos periodistas) la frontera que separa la realidad de la ficción. Y muchos de esos cambios, que buscan alimentar el sacrosanto *share*, se materializan sacrificando rigor, profundidad y comprensión, elementos esenciales cuando se trata de trasladar a públicos no especializados informaciones tan complejas, y trascendentes, como suelen ser las ambientales.

En vez de poner el acento en la formación de los periodistas, mejorando sus conocimientos y capacidad de análisis (por no hablar de sus condiciones laborales), se prefiere invertir en sofisticados programas y artefactos (realidad virtual, realidad aumentada, grafismo 3D, drones, IA) que generan, de puertas adentro, ese conocido efecto de «tecnooptimismo» por el cual la forma (espectacular) es capaz de sustituir a la función (hacer comprensible un mensaje complejo). Nadie confiaría su salud a un médico que alaba las virtudes de un avanzadísimo equipo de tomografía por emisión de positrones si no es capaz de interpretar los resultados que le proporciona, si no alcanza a diagnosticar la dolencia y si, finalmente, no sabe cómo explicarnos qué nos ocurre y cómo habría que actuar.

Ese desequilibrio entre capacidad y tecnología ha normalizado aberraciones como el *periodismo por ósmosis*: el informador adquiere conocimientos, providenciales, sobre cualquier noticia al colocarse en el lugar donde se ha producido, y no al contrario (a uno lo envían a cubrir esa noticia porque ya tiene conocimientos sobre la cuestión). Un escalón más en esta bajada a los infiernos de la peor información sería el que ocupan los *todólogos*, esos que acaparan tertulias y debates bajo la terrible premisa de que «no es necesario ser un experto para opinar». Y la combinación de ambos despropósitos, *ósmosis* y *todología*, deviene en un tercer *monstruo*: ese temible *enviado especial*, intrépido reportero al pie de la noticia, que se convierte él mismo en protagonista, opacando cualquier otro elemento, y elevando a la categoría de *exclusiva* alguna peripecia personal intrascendente, una memez de dudoso interés o un ataque irrefrenable de vanidad catódica. Y no, no existen límites, ni siquiera el escenario de una tragedia modera esas bochornosas prácticas.

Lamentamos el poco rigor, la superficialidad y el ruido que encontramos en las redes sociales, y pedimos a nuestra audiencia que mejor se queden con nosotros, con los *auténticos* informadores, pero, al mismo tiempo, nuestra agenda, la de los noticieros *profesionales*, cada vez está más sometida a lo que ocurre en las RRSS, cada vez está más contaminada por las corrientes virales que determinan, fuera del universo periodístico, lo que es noticia y lo que no lo es. Por eso somos cada vez más depen-

dientes de los CGU (Contenidos Generados por el Usuario), imágenes de teléfonos móviles, por ejemplo, con las que cualquier ciudadano se convierte en reportero. El rigor y la calidad de la información vuelven a ser las víctimas, y la audiencia, el deseado *share*, el objetivo con el que justificar estas renunciadas.

No queremos informaciones complejas, no las quieren los ciudadanos, dicen algunos gurús de lo audiovisual, y por eso, añaden, han terminado por rechazarlas los propios medios de comunicación (sobre todo la televisión). «Si tengo que explicarlo», me decía un compañero de profesión, «renuncio a contarlo». ¿Cómo resumir, en los 60 segundos escasos que se dedican a una noticia en televisión, un asunto tan complejo, por ejemplo, como el de la disponibilidad y aprovechamiento del agua? Por eso triunfan los sucesos sobre los procesos, porque los primeros requieren de poco esfuerzo, de poca interpretación y análisis, y se consumen con facilidad: son la *fast food* del periodismo. Me puedo quedar en el relato simple de una protesta de agricultores que reclaman agua, o bien ocuparme en hacerme todas esas preguntas que en la Universidad nos aseguraron que eran imprescindibles para una buena información: ¿qué?, ¿quién?, ¿cómo?, ¿causas?, ¿consecuencias?, ¿coste?, ¿actores?... Para responder a estas preguntas se precisa tiempo y capacitación, dos elementos particularmente escasos en algunas redacciones y, lo que es peor, recursos que muchas empresas de comunicación consideran prescindibles a la hora de abordar informaciones de calidad. Un periodismo sin explicaciones.

No es difícil interpretar cómo en un escenario profesional sometido a estas tensiones la información ambiental, que, insisto, es una información compleja, se resiente. ¿Y qué consecuencias tiene este deterioro? Pues, entre otros efectos, un crecimiento desmesurado de los sucesos, las noticias morbosas, inquietantes y hasta apocalípticas, hurtando a los receptores eso que la politóloga Cristina Monge llama «un futuro deseable». Es decir, las noticias de medio ambiente, así tratadas, alimentan el pesimismo, magnifican el sacrificio que supone la transición ecológica (difuminando sus beneficios), invitan a la angustia o a la apatía, a la inacción, en definitiva, justo lo único que puede ayudarnos, como sociedad, como humanidad, a sortear la crisis ambiental (que en realidad es una crisis *existencial*). Al igual que ocurre en los medios, la tecnología no nos va a salvar, ni tampoco la ciencia, ni siquiera la política, lo único que nos puede salvar es la voluntad, el querer actuar de manera decidida, y esa voluntad se apoya en la esperanza, en el convencimiento de que es posible resolver esta encrucijada. Y para alcanzar ese convencimiento necesitamos argumentos sólidos, fiables, contrastados, fáciles de entender y de aplicar, y nadie mejor que los medios de comunicación, y en particular la televisión (que sigue manteniendo su capacidad de alcanzar grandes audiencias heterogéneas), para visibilizar esos argumentos con la urgencia, con la inmediatez, que requiere un momento crucial en el que crecen las amenazas y merma el tiempo disponible.

