

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 34, año 2025. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-10176-06-5

Obsolescencia informativa programada Incidencias de lo local a lo global (2025)

Montserrat Jurado-Martín; Carmen María López-Rico
(editoras y directoras)

Separata

Capítulo 10

Título del Capítulo

«Hemos acostumbrado mal a la gente: a ir deprisa, a no alimentarse bien... a que todo sea inmediato»

Autoría

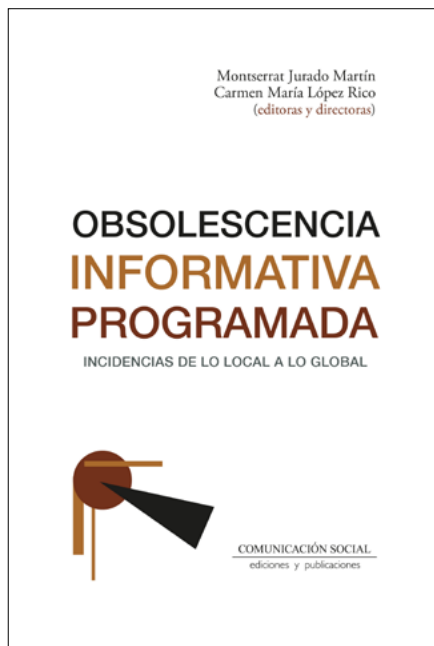
Juan Carlos Romero-Centurión

Cómo citar este Capítulo

Romero-Centurión, J.C. (2025): «Hemos acostumbrado mal a la gente: a ir deprisa, a no alimentarse bien... a que todo sea inmediato». En Jurado-Martín, M.; López-Rico, C.M. (eds. y dirs.), *Obsolescencia informativa programada. Incidencias de lo local a lo global*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-10176-06-5

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c10.emcs.34.p113>



El libro *Obsolescencia informativa programada. Incidencias de lo local a lo global* está integrado en la colección «Periodística» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

En un mundo acelerado, la comunicación se vuelve fugaz y superficial, lo que debilita nuestra memoria histórica y sentido de identidad. En el ámbito periodístico esta dinámica genera mensajes estériles que, sin reflexión ni profundidad, condenan a las nuevas generaciones al olvido.

Obsolescencia informativa programada describe cómo los medios reemplazan contenidos antes de que se agoten, priorizando velocidad sobre calidad y dificultando la comprensión de temas relevantes.

Esta publicación reúne a investigadores y periodistas que analizan este fenómeno desde el ámbito local al internacional. En el primer bloque, se reflexiona sobre el impacto ético y social de la obsolescencia en noticias ambientales, de género, migratorias o de minorías. En el segundo, periodistas locales relatan cómo las rutinas de trabajo, intereses empresariales y la demanda de inmediatez afectan su labor. Se denuncia que muchas noticias caducan el mismo día en que se publican, impidiendo su seguimiento y comprensión.

Este libro defiende un periodismo ético y pausado, que informe con rigor y deje huella. Como un cirujano necesita tiempo para salvar vidas, el periodista requiere tiempo para crear contenidos que construyan una sociedad más informada y consciente. La obra es una llamada a recuperar la esencia del periodismo como herramienta social frente a la inercia del olvido mediático.

Sumario

Prólogo. El enfoque difuminado: Informar para confundir, <i>por Carlos Lozano Ascencio</i>	13
Introducción. Vive rápido, muere joven y deja un bonito relato. El mundo contado por los medios de comunicación, <i>por Montserrat Jurado Martín; Carmen María López Rico</i>	21
Bibliografía	29
 PRIMERA PARTE: Obsolescencia narrada en tercera persona: de lo global	
1. El olvido programado: el desafío ético de los periodistas en la era de la manipulación líquida y la obsolescencia informativa <i>por Marta Pérez-Escolar</i>	35
Los límites éticos de la selección informativa	36
Maldad líquida y obsolescencia informativa programada: manipulación mediática y polarización social	40
Periodismo de investigación para restaurar la confianza mediática	45
Conclusión	49
Bibliografía	52

2. Temáticas emergentes subordinadas a a Obsolescencia Informativa Programada	
<i>por Montserrat Jurado Martín</i>	53
Introducción	53
Nuevas temáticas en las agendas de los medios	54
Nuevos sectores (=perfiles de audiencia) y los géneros periodísticos que demandan	59
La contradicción entre la obsolescencia informativa programada y el buen periodismo	61
El espejismo del Periodismo	67
Bibliografía	69
3. Medios, obsolescencia selectiva y migración. Cinco millonarios frente a 700 migrantes	
<i>por José Manuel Moreno Domínguez; David Montero Sánchez</i>	71
Coberturas mediáticas desiguales	75
Obsolescencia y migración	79
Conclusión	85
Bibliografía	86
4. La caducidad de la información sobre medio ambiente. Noticias efímeras para el Mar Menor	
<i>por Javier García-López; María Dolores Cáceres-Zapatero</i>	89
El desastre socioecológico del Mar Menor y el foco mediático	89
Obsolescencia Informativa, Medio Ambiente y ¿Mar Menor?	92
El tratamiento informativo sobre el Mar Menor en la prensa <i>online</i>	95
Conclusión	109
Bibliografía	111

5. Las efemérides: un recurso periodístico para la construcción de la actualidad	
<i>por Carlos Lozano Ascencio</i>	113
Actualidad: la habilidad para percibir el acontecer	113
La habilidad de saber percibirse espaciotemporalmente frente al acontecer	115
Los calendarios: una herramienta para facilitar la imagen del cronotopo social	117
Explicarse y comunicar lo que pasa	119
Los relatos del acontecer: herramientas de historiadores y periodistas	121
La construcción periodística de la actualidad	122
Las efemérides como recurso para incentivar la construcción de la actualidad	124
Conclusión	127
Bibliografía	128
6. El teletexto en España: la innovación de un servicio técnicamente obsoleto	
<i>por Jose Alberto García Avilés</i>	131
El origen de un servicio comunicativo innovador	132
Implantación y desarrollo del teletexto en España	136
Un sistema obsoleto que combina lo viejo y lo nuevo y se resiste a morir	141
Conclusión	144
Bibliografía	145
7. Caducidad de la violencia de género y la Teoría del Framing	
<i>por María Isabel Escribano González</i>	147
La caducidad de las noticias de violencia de género y el encuadre del periodista	148
Durabilidad de las informaciones	148
La importancia del enfoque para la vida de una noticia	151
El encuadre en las noticias de violencia de género	158
El Caso Neira	160
Conclusión	162
Bibliografía	162

SEGUNDA PARTE

Obsolescencia narrada en primera persona: de lo local a lo global

8. **«El sesgo ideológico o empresarial es fundamental para que se produzca la obsolescencia informativa programada»**
por Isabel González Mesa 167
La cebolla informativa y el ritmo vertiginoso 167
El seguimiento de las noticias como antídoto a la obsolescencia 169
El impacto de la obsolescencia en televisión 170
El tiempo es el principal enemigo del profesional 172
Conclusión 173
9. **«Es más probable encontrar a los jóvenes siguiendo a un *influencer*, que siguiendo a periodistas que cuentan la actualidad»**
por Antonio Sánchez Vicente 175
Nada ha desaparecido, sino que se ha transformado 176
Las señales estaban ahí 177
Dimensión global de la obsolescencia informativa programada 178
El tiempo y el espacio los tiranos en la cobertura de información local 180
El contraataque informativo como arma de manipulación 181
La búsqueda de equilibrio entre la rutina profesional en el ámbito local y la obsolescencia informativa programada 182
Conclusión 184
Bibliografía 185
10. **«Hemos acostumbrado mal a la gente: a ir deprisa, a no alimentarse bien... a que todo sea inmediato»**
por Juan Carlos Romero Centurión 187
La inmadatez lo impregna todo 188

Las nuevas generaciones de periodistas deben conocer la realidad de la profesión	189
El periodismo puede poner un poco de cordura	190
Conclusión	191
11. «Hasta la obsolescencia tecnológica tiene más vida que la informativa»	
<i>por Estefanía Parra Fuentes</i>	193
Obsolescencia local y obsolescencia nacional	194
Conclusión	197
12. «Hay que ver lo local desde lo global y lo global desde lo local»	
<i>por Francisco Javier Muñoz Climent</i>	199
El determinismo del tiempo en los medios de comunicación	200
La temática es fundamental para fijar la caducidad del acontecimiento	201
Los medios y los profesionales gestionan la obsolescencia con diferentes criterios	202
Obsolescencia y rutinas profesionales en el ámbito local	204
El reto de los futuros profesionales en un contexto de obsolescencia y fugacidad informativa	206
Los medios digitales y las redes sociales juegan con ventaja para marcar la caducidad informativa	207
Conclusión	208
Epílogo	
<i>por Montserrat Jurado Martín; Carmen María López Rico</i>	211
La obsolescencia informativa programada en el contexto local informativo	213
Secciones más permeables a la obsolescencia informativa	214
Obsolescencia, sesgo ideológico y los profesionales del periodismo	215
Conclusión	217
Relación de autores participantes	219

**«Hemos acostumbrado mal a la gente:
a ir deprisa, a no alimentarse bien...
a que todo sea inmediato»**

Juan Carlos Romero-Centuri3n

Las redes sociales han transformado el mundo de la informaci3n, hasta el punto de que apenas pasa un segundo cuando cualquier publicaci3n, por absurda que sea, empieza a acumular los tan valorados 'likes'. Incluso hay gente que parece vivir solo para sumar m1s y m1s, como si de una competici3n se tratara y de lo que hay que presumir, pero tambi3n quien est1 deseando que suban algo para poner que le gusta o que lo rechaza, aunque no tenga ni la m1s remota idea del tema sobre el que est1 opinando.

Redes sociales que no son, repito, no son medios de comunicaci3n, pero a las que se les da una excesiva trascendencia. Todo eso provoca una especie de deseo de inmediatez en saber y conocer lo que est1 pasando a tu alrededor, primero a modo de flash, con titular y apenas unas l1neas, sin pararte a pensar en el c3mo, el d3nde, el cu1ndo, el por qu3, incluso si es verdad o no lo que est1s leyendo u oyendo. Una sensaci3n de la que se han contagiado algunos medios, sobre todo digitales. No se valora la calidad que debe tener una noticia, el trabajo que representa prepararla en condiciones para que el lector o el oyente est3n informados convenientemente y puedan tener una opini3n for-

mada con todos los ingredientes necesarios. Hay que darla enseguida, antes que nadie. Si puede ser ayer, mejor que hoy.

La inmediatez lo impregna todo

La obsolescencia informativa se da en todos los entornos independientemente de si es local, regional, nacional o internacional. Se da en cualquier rincón del mundo. Las nuevas tecnologías nos permiten acceder a todo tipo de información sobre cualquier tema, se quiere inmediatez, aunque lo que nos llegue quede desfasado en unos instantes, caduque enseguida. Vamos demasiado deprisa para todo, y el mundo de la información no es una excepción.

La inmediatez lo ha impregnado todo. Quizá la única sección en la que las cosas solo pasan cuando suceden es la de necrológicas.

El oyente, el lector, buscan la información en las webs de televisiones y radios mientras espera las horas en que la tele y la radio emitirán sus informativos. Mientras tanto repasa redes que se van renovando constantemente para acabar enganchando a la persona, y de paso conseguir que se suscriba con las ofertas con las que constantemente se le bombardea.

En las actuales circunstancias, tiempo o espacio de cobertura es lo de menos. De lo que se trata es de dar esa información cuanto antes, aunque su periodo de vigencia sea limitado porque el entorno va a demandar saber más. Basta con proporcionar un avance, o un 'flash', o un simple titular y poner a su lado 'se-

guiremos informando o ampliaremos la información' para mover a la curiosidad del receptor a estar pendiente de más datos. Y reitero que está sucediendo a todos los niveles.

Las nuevas generaciones de periodistas deben conocer la realidad de la profesión

Todos los medios de comunicación, ya sean radios, televisiones y por supuesto periódicos, disponen de una página web en la que vuelcan sus noticias al instante. Eso hace que el profesional vaya en muchas ocasiones y literalmente hablando, con la lengua fuera. Mientras estás en una rueda de prensa hay que estar pendiente de lo que están diciendo, al tiempo que desde el ordenador o desde el móvil vas escribiendo el texto para subirlo a las redes para que la información sea al instante. Eso puede hacer que algo de esa información se te escape, con lo que es muy posible que lo que en ese momento estás trasladando no esté completo.

Posteriormente en la redacción de tu medio tienes que adaptar la noticia al espacio o al tiempo que tienes —según si radio, tele...—, a toda velocidad para que se pueda dar a la hora en la que tienes el informativo. Con la evidente falta de gente que hay en periódicos, televisiones, radios y webs, el trabajo se multiplica y puede influir en la calidad de esa información.

En este contexto, lo que hay que trasladar a los futuros profesionales, es que la realidad es bien distinta a lo que aprenden en las facultades. Está muy bien formar-

se, tienen que formarse, por supuesto, pero también intentar aprovechar los periodos vacacionales para aprender lo que es un periódico, una emisora de radio, una televisión o una web, aunque sea sin remuneración a cambio, para empezar a meter la cabeza en la profesión. Impregnarse bien de ella. Por otro lado, ser conscientes de que hay que patearse bien la calle, donde está la noticia y no en las notas de prensa que se envían no solo desde las Administraciones —cada vez más habituales—, ya que contienen lo que se quiere que se cuente. Y muchas veces esa, precisamente, no es la noticia. Hay que arañar y rebuscar dentro de esa nota. Solo así se podrá tener opinión propia y visión crítica.

El periodismo puede poner un poco de cordura

Hay una canción del grupo The Kinks titulada ‘Give the people what they want’ (Dale a la gente lo que quiere), que dice en una de sus estrofas: «Dale a la gente lo que quiere. Tienes que darle a la gente lo que quieren. Mientras más obtienen más necesitan. Y cada vez se vuelven más difíciles de complacer». Hemos acostumbrado mal a la gente en muchos sentidos. A ir deprisa a todas partes, a no alimentarse convenientemente porque no hay tiempo, a pensar y querer por encima de sus posibilidades, a que todo sea ya, de inmediato. Y una profesión como la nuestra puede ayudar a poner un poco de cordura a todo esto, aunque no guste a algunos y nos consideren un peligro para unos intereses que, por regla general, no son los de la gente de a pie.

La sociedad no se para en conceptos, sino que observa lo que tiene alrededor o le dicen, por ejemplo, los ‘famosos’ *youtubers* o *influencers*, pensando que quieren ser como ellos. No a ser uno mismo o una misma. Quieren ser otra persona sin darse cuenta de que lo único que están haciendo es ayudar a que esa persona tenga esa vida a la que quiere llegar sin conseguirlo. Lo vemos en las opiniones que se escriben a cualquier noticia o comentario. Simplemente se dice no porque no, con faltas de ortografía.

Conclusión

Es complejo separar la experiencia de una mirada crítica genérica, dado que en la situación actual prácticamente van de la mano.

La obsolescencia informativa programada acaba siendo una herramienta que se aplica para captar la atención del oyente o del lector y sumarle a los datos de audiencia y poder presumir de ello a la hora de que se dé a conocer el Estudio General de Medios.¹ Todo acaba reduciéndose a poder decir que se es el medio más seguido, con más oyentes, con más lectores, con más capacidad de seguimiento de las noticias que se proporcionan a lo largo del día.

Los profesionales de la información podemos convertirnos en ese grupo capaz de llamar la atención a la sociedad, conseguir que se mire en un espejo para que

¹ Referencia al Estudios General de Medios, EGM, de la Asociación para la Investigación de la Comunicación. <https://www.aimc.es/>

piense si lo que está viendo es de su agrado. Apelar a las conciencias para, paso a paso, seguramente lento, generar un cambio de mentalidad hacia una sociedad mejor de la que tenemos en la actualidad.

* * *

Soy Juan Carlos Romero Centurión, director de Informativos de Cope Elche desde 2015. Anteriormente fui redactor del Diario *La Verdad* en Elche durante 25 años, del *Diario Información* durante tres, de Ser Elche Radio otros tres, y he colaborado con Radio Elche, El mundo deportivo o Trece TV.