

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 12

Título del Capítulo

«Hay que ver lo local desde lo global y lo global desde lo local»

Autoría

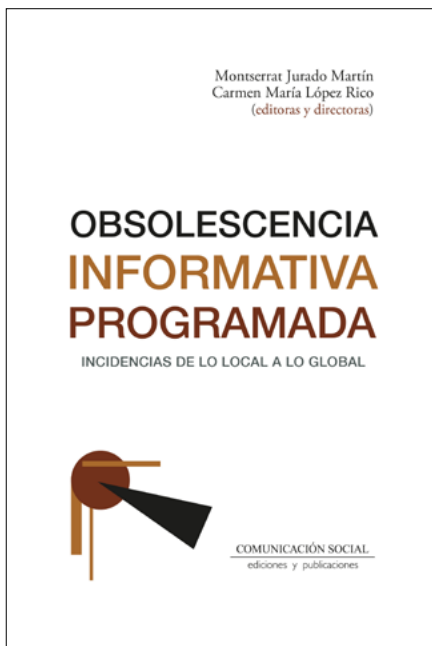
Francisco Javier Muñoz-Climent

Cómo citar este Capítulo

Muñoz-Climent, F.J. (2025): «Hay que ver lo local desde lo global y lo global desde lo local». 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/c12.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

«Hay que ver lo local desde lo global y lo global desde lo local»

Francisco Javier Muñoz-Climent

La obsolescencia informativa programada viene generada por los propios medios de comunicación, por los propios profesionales y por la audiencia. En tiempos anteriores podía estar más marcada por los medios y por los profesionales, pero en estos momentos tan tecnológicos y con tanta posibilidad por parte de la audiencia de decidir lo que quiere leer, escuchar o ver, entiendo que también marca la tendencia. Por ejemplo, en una página web se sabe en qué noticias ha clicado el público, por lo que un tema informativo puede tener más o menos vida, dependiendo de lo que clique la audiencia. De igual forma, dependiendo de la línea editorial de uno u otro medio y de la noticia en concreto de la que estemos hablando, ese determinado medio puede dar más o menos cancha a un tema, puedo dilatarlo más en el tiempo, con más puntos de vista, con un mayor seguimiento... o cortarlo al día siguiente o a los pocos días de que un tema haya sido noticia.

Hoy en día, en el que todo va tan rápido, hay tantos canales de comunicación y el público suele leer, escuchar y ver lo que «casi ya sabe que le van a contar», es interesante determinar que los asuntos que se

publican en determinado medio ya se puede presuponer que van a interesar directamente a sus lectores, oyentes o televidentes. De igual forma, el modo de contar la información también ha cambiado durante los últimos tiempos y ahora tiene que ser todo muy conciso, porque creo que muy pocas personas leen un largo artículo o ven un largo reportaje, a no ser que sea un tema que interese especialmente.

El determinismo del tiempo en los medios de comunicación

El tiempo y el espacio que se dedica a un tema informativo está muy relacionado con la obsolescencia informativa programada, ya que cuando surge un asunto se le dedica más tiempo y espacio. Dependiendo de cómo evolucione ese asunto puede ir en aumento o disminuyendo.

Los medios informativos tienen un tiempo o un espacio determinado para contar las noticias y eso puede jugar en su contra a la hora de informar. Por ejemplo, si nos situamos en octubre de 2024, todos los medios están dedicando mucho espacio a la guerra de Israel y Palestina y los conflictos en la zona y muy pocos se acuerdan ya de la guerra de Rusia y Ucrania.

La obsolescencia informativa programada se da o se puede dar en todos los niveles informativos. A pesar de que se centre en lo local, lo autonómico, lo nacional o lo internacional, estamos hablando de lo mismo. Además, aunque un tema que ha quedado en el olvido durante un determinado espacio de tiempo, puede

volver a la actualidad porque haya ocurrido algo novedoso que interesa contar.

Siempre he trabajado en lo local y, en muchas ocasiones, he escuchado comentarios sobre que el periodismo local da mucha cobertura a las noticias municipales, a lo que siempre he respondido que, igual que un medio local da importancia a la información municipal, del Ayuntamiento de cada localidad, ocurre lo mismo a nivel autonómico con los parlamentos de cada Comunidad Autónoma, o a nivel nacional con lo que ocurre en el Congreso y en el Senado. De igual forma, a nivel internacional, estando en el país en el que estamos, la mayor parte de la información internacional viene marcada por la Unión Europea, Estados Unidos, Latinoamérica y los conflictos bélicos que se suceden a lo largo y ancho de todo el mundo. Al final, las principales fuentes informativas son las que generan y suministran el grueso de la información.

La temática es fundamental para fijar la caducidad del acontecimiento

De igual forma, hay que ver lo local desde lo global y lo global desde lo local. Un tema que surja en una población pequeña puede tener relación o vínculos con algo que esté pasando o haya pasado a nivel provincial o nacional. Y, por el contrario, una noticia que hay ocurrido en la otra punta del mundo puede tener repercusión en lo local y también es necesario contextualizarla.

De todas formas, desde mi punto de vista profesional y con la experiencia de los años, trabajando siempre en medios locales, creo que es de mucha importancia la información local, la más próxima. Lo que ocurre en el otro lado del mundo, la política mundial... interesa por las repercusiones que pueda tener en lo local, pero a las personas, en su día a día, lo que les interesa es lo más próximo, lo que ocurre en su ciudad, en su barrio, en su calle.

La obsolescencia puede darse por igual en todas las secciones, aunque es cierto que en algunas puede venir marcada por la actualidad concreta. Por ejemplo, si hablamos de cultura o deportes las noticias pueden estar marcadas por un tiempo más corto. Podría ser el caso de la presentación de un disco, de un concierto, de un campeonato deportivo... en el momento en que ese hecho se produzca ya no hay más noticia puntual sobre ese asunto. Aunque pasado un tiempo puede volver a la actualidad, en el caso de que algún protagonista haga algo nuevo, saque nuevo disco, presente un nuevo concierto o el deportista destaque de nuevo, siguiendo los ejemplos que hemos puesto.

En el caso de la actualidad política todo tiene un *background* y puede haber otras derivadas que hagan prolongar la noticia.

Los medios y los profesionales gestionan la obsolescencia con diferentes criterios

Por otra parte, el sesgo ideológico de la empresa informativa puede tener una relación directa con la ob-

solescencia informativa dependiendo de la noticia de la que estemos hablando. Puede ocurrir que un determinado medio no quiera dar cobertura a una noticia por el hecho de que sea algo negativo que se tenga que contar, por ejemplo, de un accionista de ese medio de comunicación. Por el contrario, un medio de otra tendencia puede contar la noticia e incluso amplificándola.

No podemos olvidar que los medios de comunicación son empresas y trabajan para conseguir audiencia, que al final es lo que redundará en publicidad y beneficios, pero como empresas que son se deben también a los accionistas. Esto en cuanto a las empresas privadas. En cuanto a las empresas públicas se deben al control político de turno. Y aunque existen consejos de redacción y se habla de la «objetividad», también es cierto que siempre que hay un cambio de gobierno y bajo ese gobierno hay medios de comunicación públicos, se nota que llega el cambio.

Los medios de comunicación locales son propios o asociados a grandes cadenas, ya sea radio, periódico, digital o televisión. Hay medios de determinada tendencia, pero suele ocurrir que según vamos bajando al terreno, vamos a lo local, ese sesgo ideológico no tiene tanta presencia. Puede darse el caso de que un medio en su programación o publicación nacional sí que tiene muy marcada su ideología, pero no se da tanto cuando esa programación o esa publicación se hace desde lo local.

Obsolescencia y rutinas profesionales en el ámbito local

Definitivamente el profesional del ámbito local no cuenta con el tiempo necesario para elaborar productos de mucha profundidad, investigación... Todos los compañeros y todas las compañeras tratan de elaborar, y no podía ser de otra manera, productos de calidad, pero las redacciones están formadas por un determinado número de personas, muy reducido normalmente. Y las horas de trabajo de cada periodista dan de sí lo que dan de sí.

Además, la forma de trabajar ha cambiado en los últimos años. Antes, por ejemplo, estaban muy diferenciados los trabajos, pero hoy en día una misma persona acude a una rueda de prensa, pregunta y toma apuntes para redactar la noticia, hace la foto para la web o graba imágenes para la televisión. Y luego hay que redactar la noticia para la radio, para la web y, en determinados casos, para la televisión, dependiendo del número de medios que haya en esa empresa. Hoy en día, no suele haber un único medio, sino que como mínimo, ya sea radio, televisión o periódico, también hay web, pódcast... y lo suelen hacer las mismas personas que están en la redacción. En un medio local hay muy pocas personas en la redacción. En las radios locales suele haber una única persona. Eso conlleva que se tengan que redactar muchas noticias en un mismo día, por lo que volviendo al origen de la pregunta es muy difícil que se haga un trabajo de investigación o se pueda profundizar en un tema concreto.

Lo que está ocurriendo últimamente es que los medios de comunicación se nutren de notas de prensa

elaboradas y enviadas por gabinetes de prensa de administraciones, empresas de comunicación, entidades... Podríamos pensar que no ocurre lo mismo a nivel autonómico, nacional o internacional, pero si hablas con compañeros y compañeras siempre te dirán que las redacciones son muy cortas y que se encuentran con los mismos problemas que los medios locales. Evidentemente trabajan más personas que en un medio local, pero su ámbito de cobertura y de trabajo también es mayor. Igualmente, se nutren de noticias de gabinetes de prensa y, en este caso, también de agencias.

Esta rutina de trabajo va en detrimento de los medios y de los propios profesionales, por lo que desde lo local se debe profundizar en todo lo bueno que conlleva el periodismo, de contar las cosas como son, citando siempre las fuentes y más estando en lo local, ya que el periodista sale a la calle y ve la noticia, ve al político que le ha contado la noticia, a la presidenta de la asociación que tiene un asunto destacado que trasladar a la sociedad... En definitiva, en lo local prima la cercanía con la persona que escucha, lee, ve... porque igual que el periodista local sale a la calle y se encuentra con sus fuentes, la ciudadanía sale a la calle y se encuentra con el periodista o la periodista que le está contando las noticias.

La credibilidad del profesional del periodismo se trabaja, se consigue y se gana en el día a día, contando realmente lo que ocurre en el entorno más cercano porque, además, es fácil de ver y contrastar. Si cuentas algo que no es cierto, seguro que hay alguna persona conocedora de ese hecho que lo puede corroborar o

no. Si eso pasa con una noticia que ocurre en la otra punta del mundo es más complicado que alguien te pueda contradecir a lo que has contado, pero en lo local si no eres riguroso contando la actualidad, pueden venir a echártelo en cara y eso juega en contra de tu credibilidad como periodista.

El reto de los futuros profesionales en un contexto de obsolescencia y fugacidad informativa

Lo más importante, a cualquier nivel informativo, pero más en lo local, es estar muy cerca de la realidad, saber qué ocurre en tu entorno, tener buenas fuentes y ser consciente del trabajo que estás realizando, porque lo que cuentas llega a mucha gente. Me refiero a que debes tener muy claro que lo que publicas día tras día, a lo que preguntas en las ruedas de prensa o en las entrevistas, a lo que te enfrentas día a día es lo que va a marcar tu devenir como periodista y eso marcará el prestigio, el reconocimiento y el respeto que se gana con el tiempo.

Cuando un periodista comienza a trabajar siempre va a llevar asociado el «apellido» del medio para el que trabaja, pero la profesionalidad, el buen hacer, el trabajo diario hará que se vaya ganando un nombre propio y, en muchas ocasiones, vaya más allá del propio medio. Eso se puede ver actualmente en las redes sociales, donde podemos seguir a medios de comunicación, pero también a periodistas con nombre y apellidos que dan toda la confianza en las noticias que publican en sus medios o en sus redes sociales particulares.

Cuando se empieza a trabajar en un medio de comunicación se llega con mucha ilusión porque la de periodista es la profesión más bonita del mundo, pero también es muy sacrificada, y te tiene que gustar mucho para hacer horas y horas, perseguir un tema y tener buenas fuentes que te cuenten cosas.

Los medios digitales y las redes sociales juegan con ventaja para marcar la caducidad informativa

La obsolescencia informativa programada se da por igual en todos los medios y canales informativos que existen hoy en día, aunque en los medios digitales es fácil tener un contacto directo con la audiencia, ya que se puede saber dónde clican y qué asuntos interesan. En función de esto se puede seguir profundizando en un tema o noticia mientras se compruebe que la audiencia sigue clicando. Por el contrario, por muy interesante o llamativo que pueda ser un tema, si la audiencia no responde, ese asunto caerá enseguida.

Y en las redes sociales ocurre lo mismo. Los comentarios, los ‘Me Gusta’, los compartidos de la audiencia de una noticia en concreto nos da idea de lo que interesa y eso puede ayudar al medio y al periodista a profundizar en el tema o, por el contrario, abandonarlo.

No todo el mundo, por tener una cuenta en redes sociales donde cuenta cosas, es un periodista. Anteriormente los periodistas trabajaban solo en medios de comunicación. Hoy en día hay muchos canales y el público general debería discernir y saber desde

dónde le llega determinada información, quién la está contando... Siempre hay que buscar un medio o un periodista acreditado en el que se pueda confiar que lo que está contando es cierto.

Teniendo la información puntual de un día, pero sabiendo los antecedentes, podemos contextualizar y trasladar al público final lo que realmente es noticia. Además, es importante saber qué fuentes tienes y qué fuentes te cuentan qué cosas, porque puede haber fuentes interesadas que intentan «intoxicar» al periodista para que publique lo que le conviene. El buen periodista es el que debe discernir si lo que le cuentan es verdad al cien por cien o no tanto.

Conclusión

Hay que estar pendientes de lo que reclama la sociedad a la hora de estar informada. Esto lo comprobamos hoy en día, por ejemplo, con los clics en las noticias de internet. Pero hay que tener en cuenta también la finalidad de un medio de comunicación, que es informar de lo que ocurre en nuestro entorno más cercano o en la otra parte del mundo.

Quien puede contextualizar es un periodista y un medio de comunicación, quien tiene *background* es un periodista y un medio de comunicación... Si dejamos de hacer nuestro trabajo dejaría de tener sentido la profesión de periodista. Nos veríamos abocados a lo que parece que hay gente que quiere, a los bulos, a la media información, a las medias verdades, a las *fake news*...

Evidentemente están las tendencias de los medios y en nuestro país cada vez más ocurre con los medios de comunicación lo mismo que con los partidos políticos, que «eres de los míos o estás en mi contra», comienzan a existir las trincheras.

En esta época en la que vivimos, con tanto canal informativo, con tanta gente que cuenta cosas, con tantos bulos, con tantas medias verdades, con tantas noticias que no lo son, con tanta noticia interesada, con *fake news*... es necesario que el público general sepa dónde se informa, quién le informa, qué se le está contando... cómo puede o no afectar determinada noticia a su vida diaria.

* * *

Mi nombre es Francisco Javier Muñoz Climent, soy licenciado en Ciencias de la Información (rama de Periodismo) por la Universitat Autònoma de Barcelona y Máster en Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos por la Universitat Oberta de Catalunya. Soy ilicitano y desde bien pequeño interesado por la comunicación. Mi primer contacto con la radio fue con 14 años y a partir de ahí la comunicación ha sido mi vida. Comencé haciendo radio en Barcelona, en Radio Verdún y en Ràdio Nou Barris. Me he desarrollado profesionalmente en el ámbito local en Radio Elche-SER, llegando a ocupar los cargos de jefe de informativos y director adjunto. También en Televisión de Elche, Localia TV, Radio Minuto y Cadena Dial, y fui colaborador de *ABC*. Actualmente trabajo como periodista en Versión Radio (versionradio.es y

versionradio.fm), empresa que también dirijo, junto al periodista Antonio Sánchez. Tenemos presencia en todas las redes sociales y realizamos retransmisiones en directo para nuestros canales y para terceros.