

**Universidad Miguel Hernández de Elche**  
**Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche**  
**Titulación de Periodismo**

**Trabajo Fin de Grado**  
**Curso académico 2016-2017**



**Ecos del periodismo sensacionalista en el cine  
contemporáneo: El caso de “Nightcrawler”**

**Echoes of sensationalist journalism in contemporary  
cinema: The case of “Nightcrawler”**

**Alumno: Juan Manuel Vidal Galera**

**Tutor: Antonio Sempere Bernal**



## **Resumen**

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo el análisis de la película *Nightcrawler* (Dan Gilroy, 2014) y cómo esta retrata y critica el sensacionalismo imperante en los medios de comunicación actuales, en su constante búsqueda de los mejores índices de audiencia.

Para empezar, repasaremos “grosso modo” la historia del periodismo en el cine, es decir, la imagen que el séptimo arte ha proyectado a lo largo de los años tanto de la profesión periodística como de los profesionales de la información. Para ello, repasaremos algunos de los títulos más emblemáticos y sus diferencias a la hora de trasladar a la gran pantalla la actividad periodística. Daremos especial importancia a aquellos filmes más recientes que han sido estrenados en los últimos años, pero sin olvidarnos de algunos clásicos que resulta imprescindible mencionar. Luego haremos una selección de películas contemporáneas (del 2000 en adelante) que en mayor o menor medida reflejan el sensacionalismo en los medios de comunicación.

A continuación, centrándonos en la película en torno a la cual gira este trabajo, haremos una presentación de la misma, repasando la trayectoria de su director, Dan Gilroy, así como su recepción por parte de la crítica especializada y los numerosos premios que ha obtenido desde su estreno. Acto seguido, realizaremos un detallado análisis de la cinta, destacando una serie de escenas, diálogos y situaciones que contengan una crítica, de manera implícita o explícita, al periodismo amarillista, o que de algún modo reflejen la falta de ética moral de los medios de comunicación, obsesionados únicamente por ser los primeros en ofrecer una determinada información.

**Palabras clave:** *Nightcrawler*, periodismo sensacionalista, medios de comunicación, cine, ética periodística

## **Abstract**

The objective of this research work is to analyze the film *Nightcrawler* (2014, Dan Gilroy) and how it shows the sensationalism prevailing in today's media, in his constant search for the best ratings.

First of all, we will review the history of journalism in the cinema briefly, in other words, the image that the seventh art has projected over the years of both journalism and journalists. To do this, we will review some of the most emblematic films and their differences to adapt the journalistic profession to the big screen. We will give special attention to recent films that have been released in the last years, but without forgetting some classics which it is essential to mention. Then we will make a selection of contemporary films (2000 and beyond) that to a greater or lesser extent reflect the sensationalism in media.

Later, focusing on the film which is the object of this work, we will make a presentation of it, by reviewing the career of its director, Dan Gilroy, as well as his reception by the specialized critics and the numerous awards that the film has obtained since its release. Next, we will do a thorough analysis of the film, by highlighting a series of scenes, dialogues and situations that contain a criticism, implicitly or explicitly, of yellow journalism, or that in some way reflect the lack of ethics of the mass media, extremely obsessed only with being the first to offer certain scoops.

**Key words:** *Nightcrawler*, sensationalist journalism, mass media, cinema, journalist ethics

## Índice

1. Introducción	7
1.1. Propósito de la investigación	7
1.2. Justificación del TFG	7
1.3. Objetivos	8
1.4. Contribuciones de otras investigaciones relevantes	8
2. Marco teórico	11
2.1. El periodismo en el cine: La cara y la cruz de una profesión	11
2.2. El periodismo sensacionalista en el cine contemporáneo	15
3. <i>Nightcrawler</i> : Periodismo escrito con sangre	19
3.1. Introducción a la película	19
3.2. Dan Gilroy: Una ópera prima atrevida y descarada	20
3.3. Premios y reconocimientos	21
4. Análisis de la película <i>Nightcrawler</i>	23
5. Conclusiones	36
6. Bibliografía y artículos online consultados	38
Anexos	40

## Summary

1. Introduction	7
1.1. Research proposal	7
1.2. Justification of the TFG	7
1.3. Objectives	8
1.4. Other relevant research hypothesis	8
2. Theoretical framework	11
2.1. Journalism in the movies: Head and tail of a profession	11
2.2. The sensationalist journalism in contemporary cinema	15
3. <i>Nightcrawler</i> : Journalism written with blood	19
3.1. Introduction to the film	19
3.2. Dan Gilroy: A daring and sassy debut	20
3.3. Awards and recognitions	21
4. Analysis of the film <i>Nightcrawler</i>	23
5. Conclusions	36
6. Bibliography and online articles consulted	38
Attachments	40

## **1. Introducción**

### **1.1. Propósito de la investigación**

El principal propósito de este trabajo es bien sencillo: analizar cómo el cine contemporáneo refleja el periodismo sensacionalista, centrándonos en el caso concreto de la película *Nightcrawler*.

No obstante, para ello será necesaria una contextualización previa con el fin de conocer cómo el cine ha representado a lo largo de la historia el sensacionalismo y la manipulación en los medios de comunicación. Pondremos especial énfasis en aquellas películas estrenadas en el presente siglo, esto es, del año 2000 en adelante, pero sin olvidarnos de algunos filmes de corte más clásico que se consideran imprescindibles para entender el tratamiento del periodismo sensacionalista en el cine.

A modo de contraste, también será interesante analizar de manera más breve otros títulos más o menos actuales que muestran la cara más profesional del periodismo y que presentan a quienes lo ejercen como ejemplos a seguir.

### **1.2. Justificación del TFG**

Aunque no sea la única obra a la que vamos a hacer referencia, el grueso de este trabajo reside en la película *Nightcrawler*. De entre todos los largometrajes relacionados de un modo u otro con el mundo del periodismo sensacionalista, nos hemos decantado por esta por los siguientes motivos:

- Posiblemente sea una de las películas que refleja con mayor crudeza la falta de escrúpulos y de valores éticos y morales de los medios de comunicación en su afán por conseguir y emitir unas determinadas imágenes antes que otros medios de la competencia, en su particular lucha por las audiencias.
- Se trata de una película relativamente reciente (2014), por lo que se ha escrito mucho menos acerca de ella que de otras que son consideradas clásicos y que ya forman parte de la historia del cine.

- A pesar de haber recibido una gran cantidad de premios, de contar con algunos actores de renombre en su reparto (como Jake Gyllenhaal, Rene Russo o el recientemente fallecido Bill Paxton) y de estar muy bien valorada por la crítica, sigue siendo una cinta injustamente poco conocida por el gran público debido a su escaso recorrido comercial por las salas de cine. Por tanto, en este sentido, este trabajo también sirve como reivindicación para una película que merece una mayor popularidad y reconocimiento.

### **1.3. Objetivos**

Como ya hemos comentado en los puntos anteriores, el objetivo principal de este trabajo es el siguiente:

- El reflejo del periodismo sensacionalista en el cine contemporáneo a partir del análisis de la película *Nightcrawler*.

Por otro lado, también hay otros objetivos, de menor importancia, pero que sirven para complementar este trabajo y dotarlo de una mayor documentación y profundidad. Estos objetivos son:

- Repasar la relación histórica entre el periodismo y el cine y las diferentes visiones que el séptimo arte ha transmitido acerca de la figura del periodista.
- Abordar otras películas, sobre todo recientes, que han retratado de una manera crítica el sensacionalismo y la manipulación en los medios de comunicación.

Con todo esto pretendemos corroborar la importancia y el papel del cine como instrumento crítico hacia la falta de valores éticos en determinados ámbitos del periodismo.

### **1.4. Contribuciones de otras investigaciones relevantes**

Antes de entrar de lleno en materia, conviene mencionar algunas publicaciones e investigaciones relacionadas en mayor o medida con el tema en cuestión que se han llevado a cabo con anterioridad. Como hemos dicho antes, una de las justificaciones

para la realización de este trabajo es que su objeto de estudio, la película *Nightcrawler*, es tan reciente que no ha habido tiempo de escribir en profundidad acerca de ella ni de realizar grandes estudios e investigaciones en los que dicha cinta tenga un papel importante. Por esta razón, vamos a citar algunas de las obras que más se acercan a nuestro trabajo y que, de un modo u otro, han servido de inspiración para el mismo, aunque evidentemente no sean del todo comparables debido al objeto de estudio tan concreto con el que contamos. Estos libros son principalmente dos.

La obra que sin duda más ha marcado la realización de este trabajo es *Periodistas de cine: El cuarto poder en el séptimo arte* (2012), de Luis Mínguez Santos. Es un libro muy completo, ya que analiza muy bien la figura del periodista en el cine por bloques temáticos y que abarca a todos los tipos de periodismo: de sucesos, de guerra, fotoperiodismo, amarillista, etc. La obra reflexiona también acerca de algunos clichés que comparten las películas que incluyen a un periodista como protagonista y que van asociados a la figura de estos profesionales.

Algunos títulos que se citan en este libro son *Sucedió una noche* (1934, Frank Capra), *Vacaciones en Roma* (1953, William Wyler), *Ejecución inminente* (1999, Clint Eastwood), *Historias de la radio* (1955, José Luis Sáenz de Heredia) o *Los gritos del silencio* (1984, Roland Joffé).

El otro libro que ha inspirado este trabajo es *El periodista en imágenes de cine* (2012), una recopilación de trabajos coordinada por Beatriz Pérez Acuña que contiene un prólogo redactado por el director y guionista cinematográfico Jesús Solera. A través del análisis de una serie de películas, se estudia la figura del periodista en el cine desde su época más clásica hasta la actualidad.

Algunos de los títulos que se comentan en el libro son *El año que vivimos peligrosamente* (1982, Peter Weir), *Entrevista con el vampiro* (1994, Neil Jordan), *La sombra del poder* (2009, Kevin Macdonald), *Buenas noches, y buena suerte* (2005, George Clooney), *Bajo el fuego* (1983, Roger Spottiswoode), *Un gran reportaje* (1931, Lewis Milestone), *Luna nueva* (1940, Howard Hawks), *Primera plana* (1974, Billy Wilder), *Interferencias* (1988, Ted Kotcheff), *Ciudad de Dios* (2002, Fernando Meirelles), *Fahrenheit 9/11* (2004, Michael Moore), *El diablo se viste de Prada* (2006,

David Frankel), *Sostiene Pereira* (1996, Roberto Faenza), *El reportero* (1975, Michelangelo Antonioni), *Zodiac* (2007, David Fincher) y *Miedo y asco en Las Vegas* (1998, Terry Gilliam).



## 2. Marco teórico

### 2.1. El periodismo en el cine: La cara y la cruz de una profesión

La figura del periodista siempre ha sido una de las preferidas por los diferentes cineastas para ser trasladada a la gran pantalla, ya sea por el compromiso y la responsabilidad que tiene para con la sociedad o por las numerosas hazañas o escándalos que los profesionales de la información han protagonizado y que resultan muy jugosos a la hora de adaptarlas al formato cinematográfico.

A lo largo de los más de cien años de vida del celuloide, la profesión periodística ha sido reflejada en el cine de muchas y variadas formas. Algunos cineastas han optado por mostrarnos el rostro más profesional y comprometido de los periodistas, a quienes se nos presenta como verdaderos informadores que se preocupan por contrastar y verificar sus datos y sus fuentes, sin abandonar en ningún momento una serie de valores éticos y morales.

Sin embargo, el público también disfruta con los escándalos mediáticos, con las historias de profesionales que abandonan sus principios y son corrompidos por el poder y el dinero, con los personajes faltos de escrúpulos y con la degeneración moral de los mismos. La industria cinematográfica tardó poco tiempo en darse cuenta de esto, por eso los periodistas no se han librado a la hora de protagonizar o de verse envueltos en este tipo de historias.

Una de las películas que podríamos encuadrar en este último grupo, además de una de las más famosas de la historia del cine, es *Ciudadano Kane* (1941, Orson Welles). La cinta recrea la vida de William Randolph Hearst, uno de los magnates de la prensa más poderosos de su época, al que se nos presenta (bajo el nombre de Charles Foster Kane) como un empresario que crea un periódico con la noble intención de informar a sus lectores acerca de los temas que les interesan, siguiendo incluso una declaración de principios. Pero conforme avanza el metraje, Kane va siendo corrompido por el poder y acaba rompiendo esas premisas iniciales.

Diez años después se estrenaría probablemente la película que contiene una de las críticas más mordaces al periodismo sensacionalista, *El gran carnaval* (1951, Billy Wilder). En ella, Kirk Douglas encarna a un periodista arrogante y alcohólico cuya carrera está atravesando un momento bastante pobre hasta que el caso de un minero que ha quedado atrapado en un túnel le ofrece la oportunidad de relanzar su carrera profesional. En vista del éxito de la noticia y con tal de estirarla al máximo, decide entrevistar a la mujer de la víctima, consigue hacer lo mismo con el propio hombre mientras se encuentra sepultado e incluso hace un pacto con el sheriff del pueblo para que las tareas de rescate se ralenticen lo máximo posible.

En este caso, el personaje de Kirk Douglas representa todo aquello que no debe hacer nunca un buen profesional de la información. Cabe señalar que la historia se basa en dos casos reales: el de W. Floyd Collins, que en 1925 quedó atrapado en una cueva en Kentucky, y el de Kathy Fiscus, una niña que en 1949 cayó en un pozo en San Marino.

El mismo director rodó, casi veinte años después, la también brillante *Primera plana* (1974, Billy Wilder), uno de los films que ha reflejado con más ingenio y mala baba el periodismo menos profesional: la competencia desmesurada entre los diferentes medios de comunicación y entre los propios compañeros de trabajo, los conflictos con el poder, una absoluta ausencia de escrúpulos para conseguir una exclusiva a cualquier precio, inventándose la si es necesario... Esta película reúne todos estos elementos, con la maestría y el sentido del humor propio de Billy Wilder.

De la década de los setenta debemos rescatar *Network (Un mundo implacable)* (1976, Sidney Lumet), otra brutal crítica al amarillismo en los medios de comunicación. En ella, un presentador de informativos que sabe que su despido está cerca anuncia en directo que en los próximos días se quitará la vida ante las cámaras. La cadena de televisión, en un principio, tiene la intención de expulsarlo del informativo, pero al ver que la audiencia de los últimos días se ha disparado, le dan vía libre e incluso un programa propio para que cada día se desahogue expresando su ira y su frustración. Sin embargo, en cuanto los índices de audiencia empiezan a bajar de nuevo, dos de los propios dirigentes de la cadena organizan su asesinato en directo a manos de un grupo de terroristas.

Aquí la lucha por la audiencia llega a tal extremo que le cuesta la vida a un hombre por no ser capaz de mantener sus mejores cifras con el paso del tiempo.

En el otro extremo se encuentra un clásico, *Todos los hombres del presidente* (1976, Alan J. Pakula), posiblemente la película canónica dentro del cine de periodistas. Esta relata la investigación real llevada a cabo por Bob Woodward y Carl Bernstein, dos periodistas del *The Washington Post*, que llevó a destapar el llamado escándalo Watergate, que provocó la dimisión del entonces presidente de Estados Unidos, Richard Nixon. Sin duda, se trata de una de las películas que glorifica la profesión y que refleja el periodismo de investigación ideal, aquel que verifica la veracidad de sus fuentes, que es comprometido, de calidad y que no teme a las posibles represalias que pueda sufrir por las informaciones publicadas. Un homenaje al buen periodismo.

A finales de los noventa llegó a nuestras salas *El show de Truman* (1998, Peter Weir), que ya nos anticipaba el concepto de telerrealidad y la revolución de los reality shows. Jim Carrey es Truman, un hombre que lleva una vida aparentemente normal hasta que empieza a notar que algo no funciona en su vida. Finalmente descubre que toda su vida es un montaje, que toda la ciudad es un enorme plató, que todas las personas a las que conoce son actores que interpretan unos determinados papeles, y que toda su actividad está siendo grabada las 24 horas del día y emitida por televisión, en lo que es el reality show más ambicioso jamás creado.

Muy poco tiempo después del estreno de la cinta, llegaron a la televisión las primeras ediciones del famoso reality *Gran Hermano* (en nuestro país llegó en el año 2000) y el resto es historia. Fue un formato totalmente revolucionario en su momento y aun a día de hoy sigue siendo un programa de mucho éxito, que se ha exportado a multitud de países y que ha contado y sigue contando con numerosas adaptaciones: un grupo de personas aislado durante un periodo de tiempo en una isla desierta, encerrado en un autobús, en un búnker, en una academia de baile, etc.

Mucha gente considera que la aparición de *Gran Hermano* marcó el nacimiento de la telebasura, tal y como la conocemos hoy en día: espacios que no aportan ningún tipo de conocimiento al espectador y cuyo único interés radica en conocer la vida privada y las

miserias de los demás. De ahí que, al menos en nuestro país, este tipo de programas siempre hayan ido de la mano de otros espacios considerados de prensa rosa.

Antes de decir adiós, el siglo XX nos dejó otra gran película sobre periodismo, en este caso basada en hechos reales: *El dilema* (1999, Michael Mann). Es el caso de Jeffrey Wigand, interpretado por Russell Crowe, quien reveló en el mítico programa de la CBS *60 Minutes* que una compañía tabacalera añadía productos químicos para aumentar la adicción de quienes los fumaban. Sin embargo, la cadena de televisión, por miedo a las consecuencias que pudiera tener para ella entrar en una guerra con esta empresa tabacalera, se negó en un principio a emitir la entrevista en la que se explicaba cómo se introducían estas sustancias en los cigarrillos. Es entonces cuando entró en acción el productor del programa, Lowell Begman (Al Pacino), quien habló con diferentes diarios como *The New York Times* y *The Wall Street Journal* para sacar a la luz toda la información, provocando así un escándalo que obligó a la cadena a emitir la entrevista.

Aquí queda patente la tensión y los conflictos que pueden producirse entre los periodistas y los medios para los que trabajan, ya que estos últimos priorizan el beneficio económico y la propia imagen de su medio por encima de todo.

Ya sumergidos en el presente siglo, no podemos dejar de hablar de *Buenas noches, y buena suerte* (2005, George Clooney), también basada en una historia real. La cinta está ambientada en la década de los cincuenta, en plena Guerra Fría entre los Estados Unidos y la Unión Soviética, y narra el conflicto que se produjo entre Edward R. Murrow, un periodista de la CBS, y el senador republicano Joseph McCarthy debido a su famosa “caza de brujas” contra los comunistas, el llamado macartismo. Esta cinta es todo un canto a la libertad de expresión y al periodismo independiente.

Y por último, destacamos la reciente ganadora del Oscar a la mejor película, *Spotlight* (2015, Thomas McCarthy), una de las últimas cintas que utiliza un caso real para dignificar la labor de los periodistas de investigación. En este caso, se trata de la investigación llevada a cabo en el año 2002 por un equipo de reporteros del diario *The Boston Globe* que destapó los casos de pederastia llevados a cabo durante décadas por un grupo de curas de Massachusetts y que provocaron una gran conmoción y que hicieron tambalear los cimientos de la Iglesia Católica y de toda la ciudad.

## 2.2. El periodismo sensacionalista en el cine contemporáneo

Son numerosas las películas estrenadas en el presente siglo que han tratado de representar el lado más oscuro de la profesión, aquel en el que los profesionales de la información o los propios medios utilizan técnicas de duda moralidad con tal de alcanzar sus objetivos, principalmente económicos.

La primera de las cintas que podemos destacar es *El precio de la verdad* (2003, Billy Ray), que además está basada en una historia real. Cuenta el fraude llevado a cabo en 1998 por Stephen Glass, un por aquel entonces joven y prometedor periodista del diario *The New Republic*. El artículo que destapó el escándalo se titulaba *Hack Heayen*, y trataba sobre un pirata informático de 15 años que había sido contratado por una gran empresa como consultor de seguridad. Toda la historia resultó ser ficticia y ni el supuesto hacker ni la empresa existían realmente. A partir de ahí, se descubrió que al menos 27 de los 41 artículos que Glass había redactado para aquel diario contenían informaciones falsas, citas manipuladas, fuentes inventadas y demás.

La película, por tanto, retrata el desmantelamiento de la corrupción periodística llevada a cabo por Glass y su posterior derrumbamiento, tanto profesional como personal. No es un film memorable, pero resulta interesante ver cómo Glass se las apañaba para que todas sus historias parecieran reales y creíbles. También es importante para tener en cuenta las consecuencias de no respetar la responsabilidad que conlleva la profesión periodística.

El de *Perdida* (2014, David Fincher) es un caso curioso, ya que el argumento de este thriller va por unos derroteros completamente distintos: una mujer ha desaparecido y su marido es el principal sospechoso. Sin embargo, el periodismo y el sensacionalismo en los medios de comunicación tienen más protagonismo del que parece.

A raíz de una foto sacada de contexto en la que el protagonista posa para la prensa con una leve sonrisa junto a una imagen de su mujer desaparecida, algunos medios y líderes de opinión empiezan a demonizarlo, dando por hecho que él ha asesinado a su mujer. En esta cinta se observa la presión social que puede llegar a ejercer el periodismo y cómo influye decisivamente en la imagen que nos formamos de la realidad o, como en

este caso, de una persona sin pruebas concluyentes que lo inculpen. Si a esto le sumamos el poder que en la actualidad poseen las redes sociales, que también nos permiten opinar sobre cualquier tema sin ningún tapujo, al final se consigue distorsionar la realidad y convertir al bueno en malo y viceversa.

En este caso, nos encontramos ante una gran película que funciona igualmente como thriller de suspense que como retrato caricaturesco de los medios más amarillistas.

Incluso en otras películas de corte más familiar, como *Spider-Man* (2002, Sam Raimi), encontramos detalles que evidencian que el periodismo sensacionalista está a la orden del día. Recordemos que el protagonista, Peter Parker, cuando se quita las mallas de superhéroe, trabaja como fotógrafo en un periódico ficticio llamado *Daily Bugle*. Aprovechándose de su doble identidad, consigue colocar su cámara en lugares privilegiados para hacerse fotos a sí mismo enfundado en su traje de hombre araña, fotos que luego vende a este periódico como si se las hubiera hecho al arácnido sin que este lo sepa.

Sin embargo, mientras que Peter Parker pretende con sus fotografías transmitir una imagen de Spider-Man como un héroe que contribuye al bienestar y a la paz en Nueva York, el jefe de dicho periódico, J. Jonah Jameson pretende vender una imagen totalmente opuesta, mostrando al hombre araña como un delincuente y un peligro para la sociedad. Para ello, utiliza titulares agresivos contra él y manipula y modifica el enfoque de las fotos y las noticias para dejar al trepamuros en mal lugar.

También podemos destacar *Un juego de inteligencia* (2007, Hans Weingartner), una comedia alemana que satiriza acerca del control que la televisión ejerce sobre los televidentes que pasan las horas muertas embobados frente a ella. Está protagonizada por un productor televisivo que ha llegado a lo más alto creando programas de calidad más que dudosa pero que sin embargo han tenido un enorme éxito. Un día, tras sufrir un accidente de tráfico que casi le cuesta la vida, decide darle un giro a su carrera y crear un programa de calidad y que aporte cosas a los espectadores. Sin embargo, este nuevo programa resulta ser un absoluto fracaso en lo que a audiencia se refiere y el productor decide investigar el funcionamiento de los sistemas de medición de audiencias.

Este interesante planteamiento, más allá del tono principalmente cómico que tiene la película, nos lleva a pensar en por qué algunos programas que no aportan ningún conocimiento o que directamente insultan a la inteligencia de los espectadores, lideran sus franjas horarias y obtienen los índices de audiencia más altos. En España, sin ir más lejos, tenemos el caso de Telecinco y su buque insignia, *Sálvame*, que lleva ocho años liderando las tardes de la cadena. En cuanto a la medición de las audiencias, en nuestro país hay unos 4.600 audímetros repartidos entre diferentes hogares que en teoría han sido seleccionados de manera que sean representativos del conjunto de la sociedad. En ese sentido, hay muchas voces que ponen en duda que 4.600 audímetros puedan representar con fidelidad a 46 millones de españoles.

Tampoco debemos olvidarnos de *El desafío: Frost contra Nixon* (2008, Ron Howard), basada en un hecho que marcó un antes y un después en la historia del periodismo político: la serie de entrevistas que el periodista David Frost realizó al que fuera presidente de los Estados Unidos, Richard Nixon, tras el escándalo Watergate.

Aunque la película refleja el arte de la entrevista política, también encontramos en ella algunos valores negativos de la profesión periodística, como por ejemplo la imparcialidad del protagonista, que debido a su propia ideología y a lo dañada que había quedado la imagen del presidente en su país, se sitúa en una posición claramente contraria a la de Nixon. Solo le interesa conseguir su confesión, así como la financiación y la difusión que pueda tener la entrevista.

De este modo, el periodista es presentado como una persona a la que solo le preocupa el beneficio que la entrevista pueda proporcionarle. Sabe que para ello necesita sonsacarle una confesión, de ahí su actitud por momentos machacona y agresiva con tal de que el presidente diga lo que él, y sobre todo la audiencia, quiere oír.

Por último, uno de los títulos más recientes que muestra el mal hacer periodístico y que también se basa en un caso verídico es *Una historia real* (2015, Rupert Goold). La cinta arranca con el despido de Michael Finkel, un reportero de The New York Times, que había redactado un artículo sobre el trabajo de niños en África con datos falsos y entrevistas manipuladas: entrevistó a varios niños y juntó todas las declaraciones en una misma persona, como si solo hubiera hablado con un único niño, con la intención de

añadir fuerza al reportaje. La historia toma otros derroteros cuando un asesino perseguido por el FBI suplantó su identidad durante semanas, pero ya desde un principio nos encontramos ante un periodista desacreditado y que sumió al famoso periódico en una de las peores crisis de credibilidad de su historia.



### **3. *Nightcrawler*: Periodismo escrito con sangre**

#### **3.1. Introducción a la película**

La película objeto de análisis y piedra angular del presente trabajo se titula *Nightcrawler* y está dirigida por el debutante Dan Gilroy. Se estrenó en Estados Unidos el pasado 31 de octubre de 2014, mientras que en España lo hizo tres meses después, el 30 de enero de 2015. Sin embargo, la cinta fue presentada por primera vez el 5 de septiembre de 2014 en el Festival Internacional de Cine de Toronto, donde ya encandiló a la crítica. El reparto principal está compuesto por Jake Gyllenhaal, Rene Russo y Riz Ahmed. Por su parte, entre los secundarios se encuentran nombres como Bill Paxton, Ann Cusack, Kevin Rahm, Kathleen York, Eric Lange, Jonny Coyne, Michael Hyatt y Kiff VandenHeuvel.

La película cuenta la historia de Louis Bloom (Jake Gyllenhaal), un joven que busca empleo desesperadamente. Una noche, mientras deambula por la ciudad de Los Ángeles, Bloom es testigo de un accidente de tráfico y observa cómo unos reporteros llegan al lugar del suceso con sus equipos de grabación dispuestos a filmar las imágenes para venderlas al mejor postor. A partir de ese momento, el protagonista comienza a interesarse por ese mundo y decide convertirse en un periodista *freelance*. Para ello, cada noche se dedica a merodear por las calles más peligrosas de Los Ángeles en busca de todo tipo de accidentes, crímenes y asesinatos para capturar las mejores imágenes con su cámara.

Bloom lleva sus primeras grabaciones a una cadena de televisión liderada por Nina Romina (Rene Russo), quien no tarda en darse cuenta de que ese joven puede proporcionarle grandes beneficios en lo que a audiencia se refiere. Las imágenes de Bloom resultan cada vez más explícitas, morbosas y macabras, a lo que Nina responde pagándole una mayor cantidad de dinero por ellas. A partir de ahí, la falta de escrúpulos se adueña de ambos personajes, especialmente de Bloom, quien llega a rebasar los límites de la moralidad y la legalidad manipulando los escenarios de un crimen o actuando a espaldas de la ley.

### 3.2. Dan Gilroy: Una ópera prima atrevida y descarada

*Nightcrawler* es el debut como director de Dan Gilroy, nacido el 24 de junio de 1959 en Santa Mónica, California. Es hijo de Frank D. Gilroy (1925-2015), dramaturgo que ganó un premio Pulitzer por su obra *The Subject Was Roses*, y de Ruth Gaydos (1954), escultora y escritora. Su hermano mayor, Tony Gilroy (1956), es también director de cine y guionista, nominado al Oscar al mejor director y al mejor guion original por su película *Michael Clayton* (2007). Tiene además un hermano gemelo, John Gilroy (1959), montador de películas como la citada *Michael Clayton* (2007), *El legado de Bourne* (2012), *Pacific Rim* (2013), la propia *Nightcrawler* (2014) y *Escuadrón suicida* (2016).

Dan Gilroy creció en Washingtonville (Nueva York), se graduó Escuela Secundaria de Washingtonville y después asistió a la Universidad de Dartmouth, donde se graduó en 1981.

El primer trabajo cinematográfico de Dan Gilroy fue como coguionista de la película de ciencia ficción *Freejack (Sin identidad)* (1992), protagonizada por Emilio Estévez, Mick Jagger, Anthony Hopkins y Rene Russo, esposa del director que también aparece en *Nightcrawler*. Poco después volvió a ser coguionista, en este caso de la comedia *Misión explosiva* (1994), dirigida por Dennis Hopper. Años después escribió en solitario el guion de la película *Apostando al límite* (2005), un drama sobre el mundo de las apuestas deportivas protagonizado por Al Pacino y nuevamente Rene Russo. Un año más tarde ejerció de coguionista de la aclamada *The Fall: El sueño de Alexandria* (2006). En los años posteriores colaboró en los guiones de cintas como *Acero puro* (2011) y *El legado de Bourne* (2012), esta última junto a su hermano Tony. Su trabajo más reciente como coguionista ha sido para la película *Kong: La isla calavera* (2017).

Como curiosidad, Gilroy también fue uno de los guionistas que trabajaron en el proyecto *Superman Lives*, una película basada en el famoso superhéroe de DC Comics que en un principio iba a dirigir Tim Burton y a protagonizar Nicolas Cage, pero que finalmente fue cancelada antes de iniciar su rodaje. En relación con esta cinta que nunca vio la luz, el cineasta también intervino en *The Death of "Superman Lives": What*

*Happened?* (2015), un documental en el que se explican los motivos que llevaron a la cancelación definitiva del proyecto.

Finalmente, su debut como director llegó de la mano de *Nightcrawler* (2014), cuyo guion también se encargó de escribir y que le valió una nominación al Oscar al mejor guion original en la ceremonia de 2015, premio que finalmente se llevaría el equipo de guionistas de *Birdman (o la inesperada virtud de la ignorancia)* (2014). Con esta potente ópera prima, el cineasta se ha hecho un hueco importante en la industria cinematográfica y ha pasado a ser uno de esos directores a los que hay que seguir la pista muy de cerca.

En cuanto a sus próximos proyectos, Dan Gilroy va a ser el encargado de escribir la adaptación cinematográfica de *The Annihilator*, un superhéroe de origen chino creado por Stan Lee, el padre del universo Marvel. Por otra parte, se ha anunciado que su segundo trabajo como director llevará por título *Inner City* y será un drama inspirado en el drama judicial de Sidney Lumet *Verdicto final* (1982), protagonizada por Paul Newman y nominada a cinco Oscar. El actor Denzel Washington se encuentra en negociaciones para protagonizar el filme.

Gilroy está casado desde 1992 con la actriz Rene Russo, con la que tiene una hija, Rose, nacida un año después.

### **3.3. Premios y reconocimientos**

Desde su estreno, la película ha recibido todo tipo de halagos tanto por parte de la crítica especializada como del público, siendo considerado uno de los mejores films de 2014.

En la página web *Rotten Tomatoes*, cuenta con un 95% de críticas positivas basándose en las 251 que recoge, así como un 85% de puntuaciones positivas por parte de los internautas, con más 80.000 votos. En *IMDb*, la mayor base de datos de películas de Internet, ostenta una puntuación de 7,9 a partir de los votos de más de 340.000 usuarios. En España, podemos consultar *FilmAffinity* para comprobar que las cifras son similares: una puntuación media de 7,3 basada en más de 30.000 votos. Todas estas valoraciones

tan positivas y en muchos casos entusiastas por parte de la crítica y el público se han visto traducidas en un buen número de premios y reconocimientos.

Por encima de todos ellos, destaca la nominación al Oscar al mejor guion original que recibió su también director, Dan Gilroy. La película también recibió cuatro nominaciones a los Premios BAFTA, los más importantes de Gran Bretaña: mejor actor para Jake Gyllenhaal, mejor actriz de reparto para Rene Russo, mejor guion original para Dan Gilroy y mejor montaje para su hermano, John Gilroy. En los Critics Choice Awards recibió otras tres nominaciones: mejor película, mejor actor y mejor guion original. Su protagonista, Jake Gyllenhaal, también estuvo nominado en los Globos de Oro y en los Premios del Sindicato de Actores. En todas estas ceremonias, la película se fue de vacío.

Bastante mejor le fue en las ceremonias organizadas por los críticos, destacando su papel en los Premios de la Sociedad de Críticos de San Diego, donde ganó siete de los nueve premios a los que optaba, incluyendo mejor película, mejor director y mejor actor.

Del mismo modo, el American Film Institute y el National Board of Review, la asociación de críticos estadounidenses, incluyeron la película en sus respectivas listas de los diez mejores títulos del año.

En cuanto a su taquilla, la película recaudó un total de 50,3 millones de dólares durante su recorrido en las salas, una cifra modesta pero nada despreciable teniendo en cuenta que no gozó de una distribución tan potente ni llegó a tantas salas como las grandes superproducciones de Hollywood. Su presupuesto de 8,5 millones de dólares, también muy modesto, fue cubierto sin grandes problemas.

#### 4. Análisis de la película *Nightcrawler*

En las siguientes páginas, analizaremos una serie de escenas de la película objeto de estudio que hemos seleccionado al considerarlas relevantes, bien porque se prestan a una lectura más profunda o bien porque contienen una crítica directa al periodismo sensacionalista o a algún otro aspecto de la sociedad moderna que venga a colación del tema que tratamos.

##### **Primera escena: Descubriendo el mundo del periodismo criminalista**

La primera escena que vamos a destacar es, a su vez, el primer acercamiento que el protagonista, Lou Bloom, tiene con el periodismo criminalista. Este presencia, de manera casual, un accidente de tráfico, por lo que se acerca para comprobar qué ha sucedido. Allí se encuentra con un coche siniestrado en llamas en cuyo interior se halla una mujer atrapada. Al tiempo que los agentes de policía tratan de rescatarla, aparece una furgoneta de la que bajan dos cámaras que se acercan rápidamente al lugar del incidente con la intención de grabar imágenes de lo sucedido. Todo esto sucede bajo la atenta mirada de Bloom, quien no duda en acercarse a uno de los cámaras, Joe (Bill Paxton), para interesarse por su trabajo:

**Bloom:** Disculpe, ¿esto va a salir en la tele?

**Joe:** En las noticias de la mañana. La sangre vende.

**Bloom:** ¿En qué canal?

**Joe:** En el que mejor pague.

**Bloom:** ¿Cuánto gana por algo así?

**Joe:** No lo suficiente (...) Te diré algo. Es un trabajo de mierda.

En este diálogo apreciamos una crítica directa tanto a los medios sensacionalistas como al público que los consume, resumida en una simple frase: “la sangre vende”. Intuimos que Joe ya lleva tiempo ejerciendo de reportero *freelance* y que, por tanto, sabe el tipo de imágenes que las cadenas de televisión quieren y las que mejor se pagan. Él y su compañero tratan de captar los planos más cercanos y las imágenes más explícitas posibles del accidente, por lo que se da a entender que las cadenas televisivas ofrecen una mayor suma de dinero cuanto más impactantes sean las imágenes, porque al mismo

tiempo, son las que despiertan un mayor interés entre los espectadores, lo que se traduce en unos índices de audiencia más altos.

Otro punto interesante que se puede extraer de esta escena es la importancia, casi podríamos decir la necesidad, de ser los primeros. De hecho, al término de la misma, observamos cómo los cámaras regresan a su furgoneta y se marchan rápidamente tras recibir el aviso de otro suceso que acaba de producirse a través de un receptor de radio. Lo que les interesa, al fin y al cabo, es obtener imágenes escabrosas independientemente del contexto en el que se hayan producido. Y es que si de algo peca el periodismo actual, en general, es de falta de contextualización. Consumimos información rápida, ligera y “visual”, que entra fácilmente por los ojos. Incluso en los periódicos se aprecia cómo cada vez se le otorga un mayor protagonismo a la imagen frente al texto, que ha ido cediendo terreno.

A este respecto, el periodista y divulgador multimedia José Cervera opina que la competitividad siempre ha sido uno de los principales atractivos de la profesión, nacido de la carencia de información: “El primero en publicar tenía ventaja. Hoy se trata de repetir esto mismo en un entorno completamente diferente porque se ha interiorizado en la profesión como el símbolo de todo lo bueno, y estamos viendo el resultado: periodismo de filtraciones, ‘fake news’, sensacionalismo, ‘clickbait’...”.

En esto han jugado un papel fundamental Internet y las redes sociales, que nos permiten enterarnos de manera casi instantánea de cualquier cosa que suceda a cientos de miles de kilómetros de distancia, pero en la mayoría de casos se trata de una información muy poco desarrollada. Todo esto ha derivado en que nos hayamos convertido en unos devoradores de tuits y titulares, y en que los periodistas den prioridad a la inmediatez por encima de la documentación, la investigación y la contextualización, elementos que toda información de calidad debería cumplir a rajatabla.

Tras la conversación que mantiene con el cámara, Bloom comienza a sentirse atraído por el mundo del periodismo criminalista, ya que ve en él un interesante nicho de mercado y una forma de ganarse la vida. Más adelante veremos cómo roba una bicicleta que posteriormente cambia por una cámara de vídeo y por un receptor de radio gracias al cual consigue captar la señal de la policía. De este modo, nuestro protagonista podrá

llegar antes que nadie al lugar de los hechos y filmar las mejores imágenes antes que cualquier otro reportero o incluso que la propia policía.

### **Segunda escena: Todo por la audiencia**

Lou Bloom se dirige a las instalaciones de una cadena de televisión para vender su primera grabación, un hombre que ha recibido una herida de bala en el pecho durante un tiroteo. Allí conoce a la directora del telediario, Nina (Rene Russo), quien le dice que ya han recibido esas imágenes, a lo que Bloom responde que ha conseguido unos planos muy cercanos. Entonces Nina pone la cinta y observa las imágenes recogidas por la cámara de Bloom: un primer plano del cuerpo de la víctima, totalmente ensangrentado, mientras es asistida por el policía. Sin duda, unas imágenes duras y muy explícitas. Tras verlas, Nina llama a Frank, el Redactor Jefe del informativo para que también las vea, y mantienen el siguiente diálogo:

**Nina:** Será la entrada. Quiero el sonido para integrarlo en la locución. Quiero un reportero, un avance a las 17:00 y que la copia empiece con una advertencia.

**Frank:** ¿Vas a emitir esto?

**Nina:** Con una advertencia.

**Frank:** Es muy fuerte.

**Nina:** Deberíamos tener paquetes así todos los días.

**Frank:** La gente está desayunando.

**Nina:** Y hablarán de ello en el trabajo.

Si hasta el momento Lou Bloom nos parecía un tipo carente de sensibilidad y escrúpulos, en esta breve escena comprobamos que Nina no se queda muy atrás, con el agravante de que se trata de la directora de informativos de una cadena de televisión. En este sentido, José Cervera opina que quien compra estas imágenes tiene más culpa que el que las graba: “El que está metido en el ajo acaba perdiendo la perspectiva y la sensibilidad en la vorágine. Quien le incita y anima y luego se beneficia de esa locura con la cabeza fría no tiene la excusa de la pasión”. Hasta tal punto llega la falta de ética de Nina, que ante la estupefacción del Redactor Jefe al ver las imágenes, decide hacer caso omiso y abrir el informativo de la mañana siguiente con ellas.

El sentido común nos dice que no es apropiado arrancar un informativo a primera hora de la mañana con unas imágenes tan desagradables, más aun teniendo en cuenta que puede haber gente desayunando o incluso niños frente al televisor en ese momento. Sin embargo, a Nina no solo no le importa eso, sino que le estimula el hecho de que las personas que vean el informativo quedarán tan impactadas que comentarán esa noticia con sus compañeros de trabajo, lo que aumentará la popularidad de la cadena.

En esta escena, por tanto, entra en acción un elemento fundamental en el proceso comunicativo de cualquier medio: la audiencia, los receptores de la información. Los hay de muchos tipos, pero todos tienen en común un impulso natural: la curiosidad. Los seres humanos somos curiosos por naturaleza, y los consumidores de la información no son una excepción. Los medios de comunicación son conscientes de esto, y aprovechan nuestras inquietudes para ofrecernos noticias que nos mantengan pegados a la pantalla, al papel o a la radio. Esto vendría a apoyar la teoría de la *agenda setting*, según la cual los medios de comunicación tienen una influencia decisiva sobre la sociedad y la opinión pública. Los medios deciden sobre qué asuntos se va a hablar, en qué orden y durante cuánto tiempo.

Asimismo, como sucede en la película, la posibilidad de emitir imágenes en movimiento otorga a la televisión una serie de posibilidades que otros formatos no disponen (solo Internet) a la hora de despertar una reacción en el receptor. No provoca el mismo impacto ver una foto en un periódico de un hombre herido y cubierto de sangre, que apreciar cómo la sangre corre por su cuerpo, cómo trata de moverse y de articular palabras de auxilio y escuchar el gentío y los intentos de la policía por salvarle la vida.

### **Tercera escena: Contando historias predefinidas**

Nina le ofrece a Bloom 250 dólares por las imágenes que le ha entregado y ambos se quedan charlando a la salida. Ella le dice que tiene buen ojo y le sugiere que con el dinero se compre un equipo mejor, un micrófono direccional y que consiga entrevistas. La conversación sigue de la siguiente manera:

**Nina:** Quiero que me llames a mí cuando tengas algo.

**Bloom:** ¿Algo como esto?

**Nina:** Exacto.

**Bloom:** ¿Violento?

**Nina:** Bueno, eso es una parte. Nos gusta la delincuencia, pero no cualquiera (...) A nuestra audiencia le interesa el delito urbano que se desplaza a los suburbios. Eso implica una víctima o víctimas, preferiblemente adinerados y blancos, heridos a manos del pobre o de una minoría.

**Bloom:** ¿Solo delitos?

**Nina:** No, accidentes también. Autobuses, trenes, incendios, suicidios...

**Bloom:** Con sangre.

**Nina:** Bueno, gráficos. La mejor forma que se me ocurre de que entiendas la esencia de lo que emitimos es que imagines nuestro telediario como una mujer corriendo por la calle con el cuello rajado.

Con este diálogo, y sobre todo con esta última frase, podemos confirmar la sangre fría y la falta de escrúpulos de Nina, sobrepasando incluso al propio Bloom. El objetivo de la directora del telediario no es otro que provocar un impacto absolutamente salvaje en los espectadores.

Puede que en Europa todavía no hayamos llegado a ese extremo, pero es indudable que los informativos que vemos a diario también pretenden provocar una reacción emocional en el público, ya sea con noticias impactantes, duras y crueles, o con otras más emotivas, lacrimógenas o divertidas. A menudo se combina este tipo de informaciones con un gran contraste entre sí, dando lugar al fenómeno del llamado infoentretenimiento. Este concepto es definido como “la tendencia a presentar la información como mero espectáculo, cuya función real es la de servir de contenedor para la publicidad o las actividades comerciales” (García Avilés, 2007).

De este diálogo también es interesante cómo Nina ya tiene predefinida la historia que quiere contar, que es cómo el crimen y la delincuencia va penetrando en los barrios aparentemente normales. Esto es lo que quiere contar y no importa que se ajuste o no a la realidad. De este modo, su intención es infundir en los espectadores el miedo a salir a la calle por la noche, ya que pueden ser víctimas de cualquiera de los terribles sucesos

que ven en televisión. Para José Cervera, esta es “la receta más sencilla para atraer atención: gritar constantemente “¡Fuego!”. Es efectivo, pero a la larga acaba desensibilizando”.

Así, encadenando varias noticias de temática similar en un corto espacio de tiempo, Nina prevé que los espectadores sigan muy de cerca toda la información que su informativo pueda ofrecer al respecto, ya que se trata de un tema que les toca muy de cerca y que por tanto les despierta un gran interés.

#### **Cuarta escena: El intrusismo laboral en el Periodismo**

A lo largo de la cinta, se nos presenta a Lou Bloom como un hombre decidido, autodidacta, con las ideas claras y que está dispuesto a hacer cualquier cosa con tal de alcanzar sus objetivos propuestos. En este diálogo, vemos cómo elogia a Nina por haber decidido emitir las imágenes que acaba de entregarle, en contra de las recomendaciones de Frank, el Redactor Jefe, de no hacerlo.

**Bloom:** Me ha gustado cómo has manejado a Frank. No has suavizado la verdad ni la has atenuado. Creo que ser claro en tus objetivos es más importante que presentar tus ideas evitando la confrontación.

**Nina:** ¿Tienes experiencia en oficina?

**Bloom:** No, hasta la fecha no.

**Nina:** ¿De dónde has sacado eso?

**Bloom:** Me documento por Internet.

**Nina:** ¿Sí? ¿Sobre qué?

**Bloom:** Sobre todo, la verdad. Me paso el día en el ordenador. No he recibido una educación formal, pero se puede encontrar de todo si se busca bien.

Aquí encontramos, por un lado, un pequeño dardo envenenado hacia el uso que algunos individuos hacen de Internet, y por otro, una crítica al intrusismo laboral que desde hace ya muchos años viene sufriendo la profesión periodística.

En ningún momento sabemos gran cosa acerca de la vida y el pasado de Lou Bloom, pero en esta escena confiesa que no es un tipo con una gran formación académica, y que

casi todos los conocimientos que posee los ha obtenido gracias a Internet. No cabe duda de que la conocida Red de redes ha sido el invento más revolucionario de las últimas décadas y de que ha contribuido a que nuestra vida cotidiana haya cambiado, en muchos aspectos, a mejor. Sin embargo, un invento maravilloso como Internet puede convertirse en un arma de doble filo. Esto depende, como ocurre con todo, del uso que hagamos del mismo.

De entre la multitud de usos inadecuados que puede hacerse de Internet, uno de ellos sería utilizarlo como sustituto de las clases y los libros de texto. Puede ser una herramienta complementaria muy útil, pero en ningún caso la base del conocimiento.

Aquí tenemos, sin ir más lejos, el caso de Lou Bloom, que ejerce de reportero sin haber pasado por la facultad de Periodismo y sin haber recibido una formación adecuada. Quién sabe si habiendo recibido unas buenas clases de Ética y deontología periodística actuaría de la forma en que lo hace. O quién sabe si habiendo tenido un mayor contacto social con las personas en lugar de pasarse el día en la soledad de su habitación sentado frente al ordenador estaríamos ante un individuo con mayor capacidad de empatía, algo de lo que parece carecer completamente.

### **Quinta escena: Los peligros de Internet**

Tras varias insistencias, Nina acepta la invitación de Bloom para ir a cenar. Durante dicha cena, mantienen el siguiente diálogo:

**Bloom:** Estar solo tiene algunas ventajas. Tienes tiempo para hacer lo que quieras, como estudiar, pero no tienes cenas como esta ni contacto físico con alguien aparte del puro coqueteo.

**Nina:** ¿Adónde quieres llegar?

**Bloom:** Quiero eso. Contigo. Igual que tú quieres conservar tu puesto de trabajo.

**Nina:** Escucha, para empezar, no te necesito para conservar mi puto trabajo.

**Bloom:** Tienes el informativo de la hora de los vampiros de la cadena de televisión menos vista de Los Ángeles. Tenemos lo que podría ser casi una relación exclusiva. Podría acudir a muchos otros. Tengo que creer que tú inviertes en esta transacción.

**Nina:** Vaya. ¿De dónde has sacado las pelotas para sugerir algo como eso?

**Bloom:** Estamos hablando.

**Nina:** No. No hay nada más que decir.

**Bloom:** Vete.

**Nina:** A ver, escucha. Lo haces bien, ¿vale? Y te pagamos bien, muy bien. Siempre lo hemos hecho. Podría hacerte, si quieres, un contrato en exclusiva, además de tus honorarios. Podría conseguirte un trabajo para que empezaras como ayudante de producción, así aprenderías la profesión desde dentro. Siempre has dicho que te interesaba eso.

**Bloom:** No estás escuchando. Sé que no has estado en una cadena más de dos años seguidos y que pronto llegarás a los dos años en esta. Imagino que tu contrato será de esa duración, y que la audiencia del mes que viene te afectará.

**Nina:** ¿Me estás amenazando con dejar de venderme?

**Bloom:** Esa es tu decisión. El precio real de algo es el que uno está dispuesto a pagar. Tú quieres algo y yo te quiero a ti.

**Nina:** Para follar.

**Bloom:** Y como amiga.

**Nina:** Santo Dios, un amigo no presiona a otro para que se acueste con él, joder.

**Bloom:** Eso no es verdad, Nina. Estoy seguro de que sabes que un amigo es un regalo que te haces a ti misma.

En este caso la crítica a Internet se hace más evidente, ya que el protagonista recurre en varias ocasiones a frases y refranes que, sabiendo lo que sabemos de él, seguro que ha leído en alguna página web. En este sentido, Bloom vendría a representar aquello en lo que puede llegar a convertirse una persona si se deja absorber por Internet: un individuo hueco y vacío por dentro, repleto de eslóganes pero sin ningún tipo de contenido. Y, por supuesto, como decíamos en la anterior escena, un tipo carente de toda empatía, puesto que no duda en chantajear a Nina para que mantenga relaciones sexuales con él a cambio de seguir vendiéndole imágenes para su informativo.

El mensaje es, volviendo a Internet, que no toda la información que encontramos en la red es válida. Esto es especialmente importante en el terreno periodístico, donde la importancia de las fuentes y una correcta documentación son fundamentales.

Por último, en esta misma escena, hay otra parte del diálogo digna de ser analizada:

**Nina:** ¿Quieres hacerte reportero?

**Bloom:** No, yo quiero ser el dueño de la cadena de televisión.

Al protagonista no le importa el periodismo, le da igual. Lo único que le interesa es ganar dinero, y aquí podemos hallar una crítica al capitalismo salvaje en el que nos encontramos sumidos, con una sociedad que coloca el beneficio económico por encima de todo y que permite que tipos como Lou Bloom asciendan y tengan éxito a base de trepar y de machacar a quien haga falta para ello.

### **Sexta escena: Los límites morales y legales de la profesión**

Otro momento de la película al que merece la pena hacer mención es cuando Bloom entra en una casa en la que se acaba de producir un violento asesinato. El protagonista llega al lugar antes que nadie, incluso que la policía, y aprovecha para grabar con detenimiento a cada una de las víctimas que se encuentran cubiertas de sangre. Cuando Nina ve estas imágenes, habla con Linda, que se encarga de las cuestiones legales y jurídicas, para consultarle acerca de la posibilidad de emitirlas:

**Nina:** El allanamiento de Granada Hills, ha llegado antes que la policía. Quedan diez minutos para entrar. ¿Qué podemos emitir de esto?

**Linda:** ¿Legalmente?

**Nina:** Moralmente, pues claro.

**Linda:** ¿Han sido identificados?

**Frank:** Acaba de pasar, así que tenemos que asumir que no y eso es un problema.

**Linda:** No podemos emitir esto sin notificarlo a sus familiares.

**Nina:** No estamos identificándolos.

**Linda:** Lo haces al enseñar sus caras.

**Nina:** Pues les pixelamos las caras. (...) Por el amor de Dios, ¿violamos la ley si emitimos esto?

**Linda:** Cubridles los rostros, no deis la dirección exacta. Haced eso, supongo... no sé, será mejor que no.

**Frank:** ¿Y periodística y éticamente?

**Nina:** Esto no es Hartford.

**Frank:** Quebranta todas las normas de radiodifusión.

**Nina:** ¿Has visto los índices de la noche? Nos arriesgaremos.

Esta escena resulta especialmente interesante por el dilema ético y moral que plantea para los profesionales de la información, ya que la mayoría de ellos, en algún momento de su carrera, tendrán que enfrentarse a alguna situación similar. En este caso, entran en conflicto el derecho a la información de la audiencia con el derecho a la intimidad y la vida privada de las víctimas.

Al no existir una ley que regule las imágenes que pueden o no emitirse en televisión, los medios llevan a cabo unos mecanismos de autorregulación para hacer un uso responsable y cuidadoso de la información que se trata en los mismos. Del mismo modo que cada medio tiene su línea editorial y sus normas profesionales, también tiene sus propios mecanismos de autorregulación.

La opinión sobre esta cuestión de Elena Real Rodríguez, Doctora en Ciencias de la Información y profesora de Ética y Deontología Profesional en la Universidad Complutense de Madrid, es que “hay un campo para el Derecho, otro para la Ética y otro para la Deontología. Cada cual debe prevalecer donde le corresponda”, y añade: “Yo siempre apuesto por el máximo ético y deontológico y por el mínimo jurídico. Pero para ello, es necesario arbitrar los mecanismos e instituciones periodísticas necesarias. Avanzar en la congelada profesionalización para garantizar o dar facilidades y opciones a la profesionalidad del periodismo y de los periodistas. Pero nada de esto servirá si no hay una clara y férrea voluntad de hacer un periodismo con mayúsculas. La educación ética resulta fundamental a nivel personal y profesional. Y después, cada cual debe aplicarla en el uso de su libertad responsable, y de acuerdo con la exigencia de la situación y circunstancia.

En el caso de la película, Nina opta por emitir las imágenes pixelando los rostros de las víctimas, a pesar de que tanto Linda como Frank no están muy de acuerdo con la decisión. Ni siquiera ellos parecen tener del todo claro dónde está el límite legal, ya que Nina pregunta si estarían violando la ley al emitir las imágenes. Del mismo modo,

resulta curioso cómo se juega con términos como “legalmente”, “moralmente”, “periodísticamente” o “éticamente”, aunque de todos ellos, a Nina solo parece preocuparle el primero.

### **Séptima escena: Imágenes “duras”**

Finalmente se decide emitir las imágenes del allanamiento de morada de Granada Hills obtenidas de manera poco ética por Lou Bloom, y resulta cuanto menos curioso el tratamiento que hacen los informativos de dichas imágenes.

Los presentadores introducen la noticia a los espectadores mientras en la parte inferior de la pantalla aparece el titular “La casa del terror”, y adelantan que van a poder ver unas imágenes del interior de la escena del crimen en las que se observan hasta tres cuerpos. Al mismo tiempo, Nina se comunica con ellos desde la sala de control para que no se olviden de resaltar que se trata de imágenes duras, cosa que los presentadores hacen al instante.

A este respecto, conviene destacar el cambio paulatino que se ha instalado en el mensaje que se transmite en los informativos de televisión a la hora de dar paso a imágenes relacionadas con alguna tragedia, como en este caso un asesinato. Hasta no hace mucho tiempo, lo habitual era que los presentadores advirtieran a los espectadores de que las imágenes que iban a ver a continuación “podían herir su sensibilidad”. Sin embargo, de un tiempo a esta parte, este mensaje ha ido experimentando una serie de cambios y ahora lo que hacen los presentadores es avisarnos de que las imágenes que vamos a ver son “especialmente duras”. Se ha pasado de apelar a nuestra sensibilidad a simplemente hacer referencia a la dureza de las imágenes.

Este hecho puede dar lugar a pensar que los espectadores de ahora están más insensibilizados o tienden a impactarse menos ante este tipo de imágenes que los de hace unos pocos años. En este sentido, es innegable que Internet ha contribuido a que se produzca esta situación, ya que la sociedad tiene acceso a un sinnúmero de contenido multimedia al que en otra época no sería tan fácil acceder.

Sobre este tema, Elena Real Rodríguez opina que “los espectadores siempre han sido insensibles o indiferentes, en su mayor parte. Si se critica se hace de boquilla, pero no se pasa a la acción. No importan los avances tecnológicos, ahí sigue el problema. Parece que todo el mundo puede tomar imágenes de cualquier persona, pública o privada, subirla a la red, hacer un comentario y ya está. Es periodista, ya que ha lanzado una “noticia”. La banalidad y la falta de responsabilidad que hay detrás de todo esto deberían hacernos reflexionar sobre el papel que cada cual juega. La ética de la audiencia se suma a la del empresario y a la del periodista”.

Pero no solo Internet; los propios informativos televisivos, con la emisión de imágenes a menudo explícitas y morbosas a lo largo de todos estos años, han acabado provocando que los televidentes se escandalicen cada vez menos ante ellas, hasta el punto de verlas como algo “normal” debido a su consumo diario. De ahí que ya no se haga referencia a la sensibilidad de los espectadores, porque se da por hecho que ya no la tienen, o al menos no en la misma medida que antes.

Siguiendo con la escena, comienzan a emitirse las imágenes de Bloom mientras los presentadores las comentan. Aquí son incontables los detalles y los comentarios de tinte sensacionalista que tratan de enganchar a los televidentes a través del miedo, empezando por los propios cuerpos de las víctimas cubiertos de sangre.

Por ejemplo, destacan que se trata de una casa preciosa y ubicada en una zona muy segura de la ciudad, lanzando el mensaje de que nadie está a salvo y de que es algo que puede ocurrirle a cualquier familia, sea cual sea el barrio en el que viva. A su vez, Nina les dice a los presentadores en varias ocasiones que remarquen que los autores del crimen han escapado y andan sueltos, reforzando la sensación de miedo e inseguridad entre todos los vecinos de la zona. Los propios presentadores hacen comentarios como “es imposible no sentir miedo” o “esto ha provocado una gran alarma no solo entre los vecinos de Granada Hills, sino de todo Los Ángeles”.

Las cotas de morbo más altas se alcanzan cuando la cámara entra en la habitación de un bebé y, mientras esta se acerca lentamente a la cuna, uno de los presentadores dice: “Esperemos que no haya un bebé en esa cuna”, a lo que su compañera responde: “Recemos para que esté vacía porque está claro que es la habitación de un niño

pequeño”. Finalmente se descubre que la cuna está vacía, pero durante unos segundos los presentadores han hecho temer lo peor a los espectadores, que han llegado a imaginarse la escabrosa imagen del cuerpo ensangrentado de un bebé dentro de su propia cuna.

Todo esto ocurre ante la mirada orgullosa y la sonrisa inquietante de Lou Bloom, que sabe que con estas imágenes va a otorgarle a la cadena unos índices de audiencia excelentes.



## 5. Conclusiones

Una vez llevado a cabo un detallado análisis de la película *Nightcrawler*, a partir de la selección de una serie de escenas que hemos considerado relevantes, podemos confirmar nuestro planteamiento inicial, que es:

- El valor del cine contemporáneo como un eficiente instrumento de crítica social, en este caso hacia el periodismo sensacionalista.

En este caso es el amarillismo el eje central sobre el que gira la cinta, pero como hemos comprobado, podemos encontrar en ella muchos otros aspectos y elementos de la sociedad actual que son objeto de crítica, tales como Internet, el intrusismo laboral e incluso el capitalismo, al que se acusa de la crisis de valores éticos y morales que sufre nuestra sociedad.

Volviendo al terreno periodístico, la película muestra una profesión intoxicada que ha olvidado su razón de ser, que es informar a la ciudadanía con veracidad y objetividad. Una profesión que trata de explotar al máximo la vena morbosa que todos llevamos dentro. Del mismo modo, se nos presenta una sociedad que responde a estos contenidos, que los consume, entrando así en una espiral de retroalimentación de la que resulta muy difícil salir porque, al fin y al cabo, los medios le dan al público lo que quiere.

Asimismo, podemos llegar a otras conclusiones más generales tales como:

- El periodista ha sido trasladado al cine desde una multitud de puntos de vista. Así, el profesional de la información puede llegar a ser visto como un héroe comprometido con la sociedad y con su función de informar, o bien como un psicópata al que solo le importa su propio beneficio y que no duda en alterar y manipular la realidad con tal de conseguir llamar la atención del público.
- El cine contemporáneo refleja el periodismo sensacionalista con una impactante crudeza, suavizada en ocasiones con pinceladas de humor negro, pero sin escatimar en detalles, con personajes psicológicamente complejos y carentes de empatía.

En definitiva, volviendo a *Nightcrawler*, se trata de una película cruda y puede que por momentos un tanto exagerada, pero que nos muestra una realidad que de alguna manera está ahí y que no podemos pasar por alto. El periodismo siempre ha sido y siempre será una profesión necesaria, al igual que siempre ha habido y siempre habrá buen periodismo y mal periodismo. En nuestras manos está el alimentar a uno u otro tipo, el decidir si queremos recibir una información veraz, contrastada y de calidad, o por el contrario, puro espectáculo.



## 6. Bibliografía y artículos online consultados

García Avilés, José Alberto (2010): *Fundamentos sobre Teoría de la Comunicación Mediática*. Universidad Miguel Hernández. Elche (España).

En algún lugar de Los Ángeles: Reflexionando sobre Nightcrawler:

<http://www.elcineenlasombra.com/en-algun-lugar-de-los-angeles-reflexionando-sobre-nightcrawler/>

[Fecha de consulta: 20 de marzo de 2017]

Periodistas: Así los ven el cine y la televisión de hoy:

<http://www.caninomag.es/periodistas-asi-los-ven-el-cine-y-la-television-de-hoy/>

[Fecha de consulta: 23 de marzo de 2017]

10 películas sobre periodismo que todo periodista debería ver:

<http://elcondensadordefluzo.blogs.fotogramas.es/2015/04/22/10-peliculas-sobre-periodismo-que-todo-periodista-deberia-ver/>

[Fecha de consulta: 29 de marzo de 2017]

Películas sobre periodismo que ningún periodista puede perderse:

<http://www.elcineenlasombra.com/peliculas-sobre-periodismo-que-ningun-periodista-puede-perderse/>

[Fecha de consulta: 17 de abril de 2017]

Juez y periodista, las profesiones peor valoradas por los españoles:

[http://cadenaser.com/ser/2013/03/06/sociedad/1362539611\\_850215.html](http://cadenaser.com/ser/2013/03/06/sociedad/1362539611_850215.html)

[Fecha de consulta: 17 de abril de 2017]

La imagen del periodista en el cine de la primera década del siglo XXI (Trabajo de Fin de Grado). Universidad de Valladolid, España:

[https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/8471/1/TFG\\_F\\_2014\\_111.pdf](https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/8471/1/TFG_F_2014_111.pdf)

[Fecha de consulta: 4 de mayo de 2017]

**Otras páginas web consultadas:**

<http://www.filmaffinity.com/>

<http://www.imdb.com/>

<http://www.rottentomatoes.com/>

<http://es.wikipedia.org/>



## ANEXOS

### 1. Ficha de la película: *Nightcrawler*

Título original: Nightcrawler

Año: 2014

Duración: 113 min.

País: Estados Unidos

Director: Dan Gilroy

Guion: Dan Gilroy

Música: James Newton Howard

Fotografía: Robert Elswit

Reparto: Jake Gyllenhaal, Rene Russo, Riz Ahmed, Bill Paxton, Kevin Rahm, Ann Cusack, Eric Lange, Anne McDaniels, Kathleen York, Michael Hyatt

Productora: Open Road Films / Bold Films

#### Premios:

2014: Premios Oscar: Nominada a Mejor guion original

2014: Globos de Oro: Nominada a Mejor actor - Drama (Jake Gyllenhaal)

2014: Premio BAFTA: 4 nominaciones, inc. Mejor actor (Jake Gyllenhaal)

2014: American Film Institute (AFI): Top 10 - Mejores películas del año

2014: National Board of Review: Mejores 10 películas del año

2014: Premios Independent Spirit: Mejor ópera prima y guion

2014: Premios Gotham: 2 nominaciones, incluyendo Mejor nuevo director

2014: Satellite Awards: Mejor guion original

2014: Sindicato de Productores (PGA): Nominada a Mejor película

2014: Sindicato de Guionistas (WGA): Nominada a Mejor guion original

2014: Sindicato de Actores (SAG): Nominada a Mejor actor (Jake Gyllenhaal)

2014: Critics Choice Awards: 3 nominaciones, inc. Mejor película

2014: Asociación de Críticos de Chicago: 2 nominaciones, inc. Mejor actor (Jake Gyllenhaal)

### **Críticas destacadas:**

“Demencial y brillante Jake Gyllenhaal (...) Entre la parodia y el fino análisis social, el director acierta a radiografiar la basura de un tiempo (el nuestro) obsesionado en convertirse en espectador de sus miserias.”

Luis Martínez: Diario El Mundo

“Estimulante película (...) un personaje apasionante al que Jake Gyllenhaal pone rostro demente (...) fascinante atmósfera.”

Javier Ocaña: Diario El País

“Nightcrawler es implacable, y como intriga hipertensa consigue mantener al espectador con los dedos del pie en alerta y sin saber con certeza dónde colocar su fascinación por el monstruo.”

Oti Rodríguez Marchante: Diario ABC

“Tiene momentos de cine negro, con una mirada descarnada donde la doblez moral es evidente. Estamos ante una crítica, pero también ante una parodia revestida de thriller nocturno.”

Salvador Llopart: Diario La Vanguardia

“En realidad este sobresaliente debut en la dirección de Dan Gilroy es un film de denuncia sobre la pornografía de la noticia de estos tiempos multipantalla”.

Joan Pons: Fotogramas

“Una sátira contra el hambre de morbo y la falta de ética de los media (...) Gyllenhaal en una interpretación pletórica de ferocidad impasible, posiblemente la mejor que ha ofrecido nunca.”

Nando Salvá: Cinemanía

“Nightcrawler serpentea y sisea para introducirse en tu cabeza con demoníaca habilidad (...) Un trabajo deliciosamente retorcido.”

Peter Travers: Rolling Stone

## **2. Entrevistas**

**Elena Real Rodríguez. Doctora en Ciencias de la Información y profesora de Ética y Deontología Profesional en la Universidad Complutense de Madrid. Entrevista realizada el 23 de abril de 2017.**

**P:** ¿Es el sensacionalismo en los medios de comunicación un fenómeno relativamente reciente o algo que, de un modo u otro, siempre ha estado presente?

**R:** El sensacionalismo es tan viejo como el periodismo. La denominada prensa amarilla aludía a los periódicos sensacionalistas del siglo XIX. El periodismo llega a las masas y consigue influir en la creación de la incipiente opinión pública de la época. Si manejas a las masas, a la gente, tienes poder. Controlas la política, la economía, etc. Esto ya se hacía antes de la prensa, pero la prensa se convirtió en un instrumento de deseo por su capacidad. No había aún conciencia profesional, ni labor de servicio público ni ciudadano. Eso fue surgiendo con el tiempo. La preocupación de asegurar una prensa libre, que ofreciera una información sin manipulación y ajustada a la verdad de los hechos. Tras la Segunda Guerra Mundial, la ética y la deontología periodística comenzaron a eclosionar, aunque todavía quedaría mucho camino que recorrer.

**P:** Parece que vivimos en una época para el periodismo en la que “todo vale” con tal de obtener los mejores índices de audiencia. ¿Dónde está (o dónde debería estar) el límite?

**R:** Las épocas se repiten. Los primeros magnates de la prensa deseaban el poder, el control de la audiencia y la obtención de beneficios. Claro que había otros que buscaban la verdad y servir a la gente, a la democracia que se iba abriendo paso de forma clara. Los seres humanos mantienen los mismos vicios de siempre, y eso se ve reflejado en lo que hacen. El periodismo no es distinto. Aunque ahora existe un deseo de profesionalización que no se daba antes. Una mayor conciencia del deber cívico. Pero los empresarios siguen mirando más por su balance de resultados y la cercanía con el poder económico y político, al cual sirven en gran medida. Un periodista que quiera hacer su trabajo de forma impecable en lo que a los principios éticos y deontológicos se refiere, no lo tiene fácil. No ayuda que en las redacciones no puedan aplicarse los mecanismos de autorregulación, que buscan responder al ideal de servicio del

periodismo y a una información de calidad. Ciertamente, estos son el mejor aliado del buen periodismo. Si tuviéramos un público realmente exigente con esto, los empresarios mirarían con más cuidado qué dan y cómo lo dan. No es un problema solo de los periodistas y de su baja profesionalización (que poca ayuda ofrece a la profesionalidad que deberían ejercer), sino de los públicos indiferentes o poco organizados para exigir la información que merecen.

**P:** ¿Piensa que los espectadores actuales están más insensibilizados que los de hace unos años? Debido, sobre todo, a las imágenes a menudo explícitas y morbosas que emiten los informativos de televisión.

**R:** Los espectadores siempre han sido insensibles o indiferentes, en su mayor parte. Si se critica se hace de boquilla, pero no se pasa a la acción. Desde que me inicié en el periodismo en los años ochenta, no he visto muchos cambios. No importan los avances tecnológicos, ahí sigue el problema. Tal vez se haya agravado más por la televisión, pero sobre todo por los móviles y las redes sociales. Parece que todo el mundo puede tomar imágenes de cualquier persona, pública o privada, subirla a la red, hacer un comentario y ya está. Es periodista, ya que ha lanzado una “noticia”. La banalidad y la falta de responsabilidad que hay detrás de todo esto deberían hacernos reflexionar sobre el papel que cada cual juega. La ética de la audiencia se suma a la del empresario y a la del periodista.

**P:** ¿Quién tiene más culpa de esta situación, los medios por caer en el morbo o los espectadores por responder otorgándoles una mayor audiencia?

**R:** Ambos. Hay una corresponsabilidad de todos los sujetos participantes: empresarios, periodistas y públicos.

**P:** Mucha gente también culpa al cine y a los videojuegos de esa insensibilización de la sociedad actual. ¿No le parecen algo atrevidas estas afirmaciones cuando a diario se ven cosas peores en cualquier informativo? (con el agravante de que lo que estamos viendo es real).

**R:** Como ya indiqué, es todo. La falta de educación ética y de la aplicación de los principios morales (o deontológicos, si hablamos de las profesiones) está en la raíz de esa pérdida de valores. Los videojuegos no son más que otra manifestación del problema. El cine y los medios en general no hacen malas o buenas a las personas, no son el desencadenante sino la manifestación. El problema está en la persona y en lo que esta decide ser. Y en su decisión importa y mucho lo que se le transmite por parte de las instituciones educadoras, principalmente la familia. Si esto se desmorona, todo lo que depende de ello se destruye.

**P:** ¿Podemos afirmar que la televisión atraviesa actualmente el momento menos ético de su historia?

**R:** La ética, a nivel general, está en sus mínimos. La razón de esta crisis que aún colea es la enorme pérdida de principios morales que rigen las vidas y profesiones de la gente. No es solo la televisión, es todo. Todo lo que el hombre maneja. La televisión en sí no es buena ni mala. Quien la hace de una forma u otra, son quienes trabajan en ella, quienes comercian con sus contenidos y quienes los consumen. Si la televisión, y el periodismo en general, está en sus mínimos éticos, es porque todos los sujetos implicados en su proceso padecen esa falta y ausencia de principios fundamentales en la constitución de la dignidad humana en general y de esta actividad informativa en particular.

**P:** ¿Son los profesionales de la comunicación del todo conscientes de cuándo están sobrepasando los límites éticos de su profesión? ¿Y el público, es consciente de que está siendo sometido a informaciones de tintes sensacionalistas?

**R:** No hay desconocimiento por parte del periodista. Si lo hubiera, no estaríamos hablando de ausencia de principios o de baja estimación ética. La voluntad de hacer viene condicionada por un saber previo. El periodista sabe cuándo trasgrede la deontología. La ética está en la razón de ser del periodismo. No es algo que pueda o deba olvidarse. El público, por su parte, no siempre es consciente de la tergiversación o de la mentira. Podemos poner como ejemplo *Operación Palace*, el documental dirigido por Jordi Ébole en 2014 que hizo creer a muchos españoles que el 23F había sido un montaje. Pero en otras ocasiones, el espectador sabe perfectamente que está

consumiendo basura, como por ejemplo *Sálvame* y sus variantes. Ciertamente, sin embargo, que hay que diferenciar entre periodismo y otras formas comunicativas que no lo son. Este es el caso de este último ejemplo, más propio del espectáculo.

**P:** Lo que es indudable es que la prensa rosa, a la que acaba de hacer referencia, lleva muchos años obteniendo grandes índices de audiencia en nuestro país. ¿Sería posible orientar la curiosidad o el interés de los espectadores hacia unos contenidos de más calidad y respeto hacia ellos mismos?

**R:** La prensa rosa es prensa por su periodicidad, pero no es periodismo. La forma no hace el contenido. El periodismo como tal solo responde al interés público o general, no al interés del público. Es otro tipo de información social. Me inclino por el espectáculo dentro de las categorías existentes. Dejará de existir cuando la gente deje de consumirla, eso es obvio. Con la educación de las audiencias y de los públicos en general, de los ciudadanos, podría cambiarse esa tendencia. Pero el quid está en la voluntad de las personas, en lo que quieren hacer realmente con lo que han recibido y con lo que son al fin y al cabo. ¿Algún día se terminará el mal humano? Si tienes respuesta para eso, contestas a tu pregunta.

**P:** ¿Piensa que debería existir algún tipo de legislación que regulase las imágenes que aparecen en los medios de comunicación, o debería bastar con la autorregulación de los mismos?

**R:** Hay un campo para el Derecho, otro para la Ética y otro para la Deontología. Cada cual debe prevalecer donde le corresponda. Yo siempre apuesto por el máximo ético y deontológico y por el mínimo jurídico. Pero para ello, es necesario arbitrar los mecanismos e instituciones periodísticas necesarias. Avanzar en la congelada profesionalización para garantizar o dar facilidades y opciones a la profesionalidad del periodismo y de los periodistas. Pero nada de esto servirá si no hay una clara y férrea voluntad de hacer un periodismo con mayúsculas. La educación ética resulta fundamental a nivel personal y profesional. Y después, cada cual debe aplicarla en el uso de su libertad responsable, y de acuerdo con la exigencia de la situación y circunstancia.

**P:** También hay quien piensa que la obligación de los medios de comunicación es mostrar los hechos tal como suceden, por muy duros que sean. Por poner un ejemplo, en el 11M hubo bastante polémica por una fotografía tomada durante las tareas de rescate en la que se apreciaba un miembro de una de las víctimas, ya que algunos diarios publicaron la imagen tal cual mientras que otros optaron por eliminar dicho miembro mediante Photoshop. ¿Cuál es su postura al respecto? ¿Podríamos considerar esto como manipulación?

**R:** Si optas por el Photoshop para borrar un elemento o variar el color, entonces olvida la imagen. No todas las imágenes valen. Hay que pensar su idoneidad y conveniencia antes de difundirlas. Algunas requieren una necesaria “manipulación” ética para conciliar el derecho a la intimidad y vida privada con el derecho a la información. Me refiero a pixelar o velar los rostros, si se entiende que sin esa imagen la información adolece de un dato vital e imprescindible.

No comparto el pensamiento del ya fallecido fotógrafo español Fernando Mújica, de que todo lo que el hombre haga, incluido lo más perverso, tenemos que ser capaces de verlo. Se refería, cuando pronunció estas palabras, a una imagen de un resto de cerebro al lado de una cajetilla de tabaco, en las guerras yugoslavas de los noventa. ¿Qué aporta eso al conocimiento de la guerra? ¿No se puede narrar y ya está? ¿Hay que verlo porque sí? Eso es morbo y nada más. Hay que contar la realidad de lo ocurrido y cómo ha ocurrido, pero cuando la palabra es suficiente, la imagen se queda fuera. Sobra. Y si aun así se necesita una imagen, se opta por otra que sin desvirtuar el hecho, no contribuya a generar puro sensacionalismo.

La imagen que tú apuntas del 11M fue portada de *El País*, y las imágenes de su interior eran igualmente impactantes y sin más valor informativo que su simple narración. Completamente fuera de lugar y prescindibles. Me quedo con la portada y la contraportada de *ABC*. *El País* se equivocó ese día, y lo hizo por la politización de la información. No fue una orientación periodística lo que motivó su tratamiento informativo. Había que cargar contra el PP y hacer todo lo posible para que no ganaran las elecciones del 14M. El gran mal de la prensa en España es su excesiva politización.

**P:** ¿Piensa que, por todo esto que hemos comentado, la profesión periodística sigue siendo una de las peor valoradas por los españoles según los últimos barómetros del CIS?

**R:** Sin lugar a dudas, y la puntuación decrece cada año. Desde la Transición, el periodismo ha perdido el norte porque no ha hecho nada por evitar su manipulación y mal uso. Pero no toda la responsabilidad es del periodista, el eslabón más débil de la cadena. La alta precarización profesional no es el mejor aliado para la ética y la deontología. Pero aún estamos a tiempo de revivir y lograr el ideal informativo y de servicio social. ¿Cómo? Armarnos con la profesionalización y con una férrea e inquebrantable voluntad por hacer bien nuestro trabajo.



**José Cervera. Periodista y divulgador multimedia. Entrevista realizada el 9 de mayo de 2017.**

**P:** Partiendo de la base de que en el cine todo tiende a exagerarse un poco, ¿hasta qué punto lo que se muestra en la película “Nightcrawler” ocurre en la vida real?

**R:** Mucho, me temo que demasiado. Y no es solo un fenómeno reciente: en los años cuarenta, el famoso fotógrafo de prensa Arthur H. Felling, conocido como Weegee, llegaba a las escenas del crimen antes que la policía y cambiaba o movía elementos para que sus fotografías quedasen más atractivas. El periodismo “amarillo”, basado en lo sensacional, lo sangriento y llamativo, es tan viejo como la misma prensa.

**P:** La cinta refleja el lado más oscuro y carroñero del periodismo que se practica en los informativos de los Estados Unidos. ¿Cómo valora la situación actual en el caso de España? ¿Vamos por el mismo camino?

**R:** En España se han producido casos equiparables, como la explotación del asesinato de las niñas de Alcácer en televisión. En su momento había incluso un periódico, llamado *El Caso*, dedicado a este tipo de temas en exclusiva. En inglés dicen “If it bleeds, it leads” (si sangra, manda) y muchos informativos de televisión dedican ahora mucho tiempo a crímenes, accidentes y desastres “fotogénicos”. También mucha prensa, en especial ciertos medios digitales obsesionados por recibir visitas. Siempre que quieras hacer números grandes de tráfico, audiencia o lectores, la sangre (y el sexo) son los recursos más sencillos. También aquí. Aunque curiosamente, aparte de *El Caso* y del fugaz ejemplo de Claro, nunca ha cuajado una verdadera prensa sensacionalista del estilo de *The Sun* o el *Bild* alemán, quizá por vergüenza.

**P:** La película también contiene una crítica hacia la sociedad consumista de este tipo de contenidos. Que el morbo vende es un hecho, y en este sentido es lógico que los medios sigan apostando por aquello que les otorga mejores índices de audiencia. ¿Cómo salimos de esta espiral?

**R:** Complicado asunto. Nuestra base biológica de primates altamente sociales nos convierte en irremediables voyeurs de todo lo que sean conflictos interpersonales y

tragedias sangrientas. No es imposible ir contra las tendencias mentales básicas, pero es un proceso lento. Y siempre que se apuesta a conseguir enormes audiencias, el contenido tiende a reducirse al mínimo común denominador: sangre y sexo. La historia de los mismos medios lo demuestra.

**P:** Se tiende a echar toda la culpa del problema a los medios de comunicación, pero lo cierto es que el espectador medio es proclive a consumir imágenes escabrosas. ¿Quién es realmente el malo aquí?

**R:** Unos tiran y los otros empujan. Hay un efecto de retroalimentación que puede arrastrar a los periódicos (y las sociedades) hacia el abismo o hacia arriba, dependiendo de quién lidere. Como dato, en las áreas que más han votado a favor del Brexit o de Trump se leen más periódicos, pero tabloides.

**P:** ¿Qué opina de la fórmula del miedo que sigue la mayoría de cadenas de televisión, sobre todo locales? Es como si nos estuvieran advirtiendo de que ahí fuera hay muchos peligros que solo podemos conocer viendo su cadena.

**R:** Es la receta más sencilla para atraer atención: gritar constantemente “¡Fuego!”. Es efectivo, pero a la larga acaba desensibilizando.

**P:** ¿Cómo describiría la personalidad del personaje de Lou Bloom? ¿Estamos hablando de un psicópata o simplemente de un emprendedor que encuentra un nicho de mercado y lo explota sin escrúpulos?

**R:** En el caso de Lou Bloom, parece claro que fusiona ambos elementos, destacando quizá ese punto de locura que tienen algunos creadores de empresas: gente muy eficiente en lo económico pero poco agradable en lo temporal. En este caso fuerzan un poco más y nos colocan a un psicópata que encaja a la perfección en el nicho.

**P:** ¿Quién tiene más sangre fría, quien filma y vende unas determinadas imágenes (Lou Bloom) o quien las compra y emite (Nina)?

**R:** En mi opinión, quien las compra. El que está metido en el ajo acaba perdiendo la perspectiva y la sensibilidad en la vorágine. Quien le incita y anima y luego se beneficia de esa locura con la cabeza fría no tiene la excusa de la pasión.

**P:** ¿Es comparable el “periodismo” que practica Lou Bloom con el que llevan a cabo los paparazzi en la prensa rosa? Con la diferencia de que el primero vendría a ser una versión adaptada a los informativos.

**R:** Podríamos incluso compararlo con la prensa deportiva, donde a veces, cuando no hay noticias, se provocan, lanzando rumores o directamente falsedades para después cubrir las consecuencias. El principal problema, sin embargo, es el rigor, en cualquiera de esas especialidades: si se hace con rigor y con una estrategia para mejorar la información que tiene el lector/espectador, lo importante no es el tema que se escoja, sino cómo se cubra.

**P:** En los últimos años parece que se ha instalado la necesidad de que los informativos deben ser rentables y generar dinero, y como consecuencia de ello las noticias se han convertido en espectáculo y entretenimiento. ¿Dónde ha quedado la finalidad última de informar?

**R:** Como tienen que generar (mucho) dinero, los informativos tienen que ser espectaculares, es la única manera. En su momento, los informativos en televisión eran una obligación impuesta por el Estado, derivada del carácter limitado del espectro radioeléctrico: si querías una concesión de televisión, tenías que tener informativos. No eran parte de los ingresos, sino del coste de hacer negocios. El verdadero problema es que el Estado, los políticos, no se atreven a obligar a las televisiones a cumplir sus obligaciones, porque las temen y porque se benefician de dejarles hacer.

**P:** Muchas veces entra en conflicto la responsabilidad moral de informar con las necesidades económicas de las empresas de comunicación. ¿Cómo se puede solventar este problema?

**R:** En tiempos de bonanza no hay problema. Es en momentos de crisis como el actual cuando entran en conflicto. Y es complicado, porque el panorama informativo ha

cambiado: antes vivíamos en un desierto informativo con pocas fuentes, y ahora vivimos en una sobreabundancia de información. Los medios, sin embargo, siguen queriendo vender productos iguales y de la misma manera. La única forma de sobrevivir en el nuevo entorno es adaptar las ofertas, pero las empresas de medios siguen encastilladas. No será sencillo, y quizá muchas de ellas mueran, aunque no importa: nacerán otras.

**P:** ¿Es el exceso de competitividad, el afán por ser los primeros, una de las lacras del periodismo actual?

**R:** Desde siempre fue uno de los principales atractivos, nacido de la carencia de información: el primero en publicar tenía ventaja. Hoy se trata de repetir esto mismo en un entorno completamente diferente porque se ha interiorizado en la profesión como el símbolo de todo lo bueno, y estamos viendo el resultado: periodismo de filtraciones, ‘fake news’, sensacionalismo, ‘clickbait’...

**P:** ¿Son los medios un reflejo de la sociedad en la que vivimos o viceversa?

**R:** Los medios forman parte de la sociedad. Al mismo tiempo, se supone que cumplen con la función de facilitar que la sociedad piense, en conjunto. Hay por tanto una fuerte retroalimentación.

**P:** ¿Hasta dónde debe llegar la necesidad o la ambición por ganarse uno la vida?

**R:** Existen muchos ejemplos de gente que cree que hasta el fin. Personalmente, hasta donde estés a gusto con lo que haces. Más allá, los efectos son terribles en las personas, a la larga.

**P:** ¿Qué debería cambiar para que el periodismo no sobrepasara ciertos límites éticos y morales? ¿Basta con la autorregulación o hace falta imponer algún tipo de sanción?

**R:** Cualquier tipo de sanción debería tener un tribunal externo imparcial, leyes claras y un reglamento exhaustivo. Es imposible crear semejante cosa porque la calidad de la información no se puede medir con una regla, y cualquier intervención de políticos en el

proceso lo convertiría automáticamente en una herramienta de censura y manipulación. Si se establece un sistema de control de calidad externo, todo ha terminado. Por eso es tan importante la autorregulación profesional, que en España desgraciadamente no existe debido a las divisiones políticas y empresariales entre grupos. Porque sin autorregulación se corre el riesgo de que entre un ente político a controlar, y en RTVE ya vemos lo bien que eso funciona.

**P:** ¿Es optimista de cara al futuro o cree que el periodismo va a seguir estando dominado por el morbo y el amarillismo?

**R:** Siempre va a haber morbo y amarillismo. Siempre lo ha habido. Y así debe ser: en una sociedad con prensa libre siempre habrá gente con menos escrúpulos que optarán por hacer morbo, trabajar menos y ganar más. La clave es que también haya periodismo del otro tipo, y no solo del amarillo.

**P:** ¿Cuál es para usted la moraleja de la película? ¿Qué mensaje pretende transmitir?

**R:** Yo más que una película de periodistas, creo que es una película de empresas, trabajadores y la tendencia psicópata del trabajo actual. Más *American Psycho* que *Todos los hombres del presidente*, vaya. Un retrato de un cierto estilo de ultraliberalismo más que de un tipo de prensa. Podría estar ambientada en cualquier otra industria y funcionaría igual.



