

[Inicio](#)[¿Quiénes somos?](#)[Sobre nosotros](#)[Premio Vicente Verdú](#)[Idea, diseña, emprende](#)[IR AL MÁSTER](#)

Cómo y por qué es más importante que nunca hacer periodismo en la era de las emociones

ALICIA DE LARA — 14/01/2025

Josep Carles Rius ha sido decano del Colegio de Periodistas de Cataluña (2007-2010) y es autor de *Periodismo en reconstrucción* (Universidad de Barcelona, 2016). Ha ejercido durante 25 años como profesor de Periodismo en la Universidad Autónoma de Barcelona. En su amplia faceta profesional, ha sido subdirector de La Vanguardia, redactor en El Noticiero Universal, redactor jefe en El Periódico de Catalunya y director del diario Público en Catalunya. Ha trabajado en TVE, ha sido comentarista en la cadena SER y colabora en Diari de Tarragona. Ha impulsado y preside la **Fundación Periodismo Plural**, entidad sin ánimo de lucro dedicada al periodismo en Cataluña. En este artículo reseñamos el libro de Josep Carles Rius *Periodismo y democracia en la era de las emociones*.



Entradas recientes

[Las narrativas más innovadoras de 2024 \(3\)](#)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/23/25

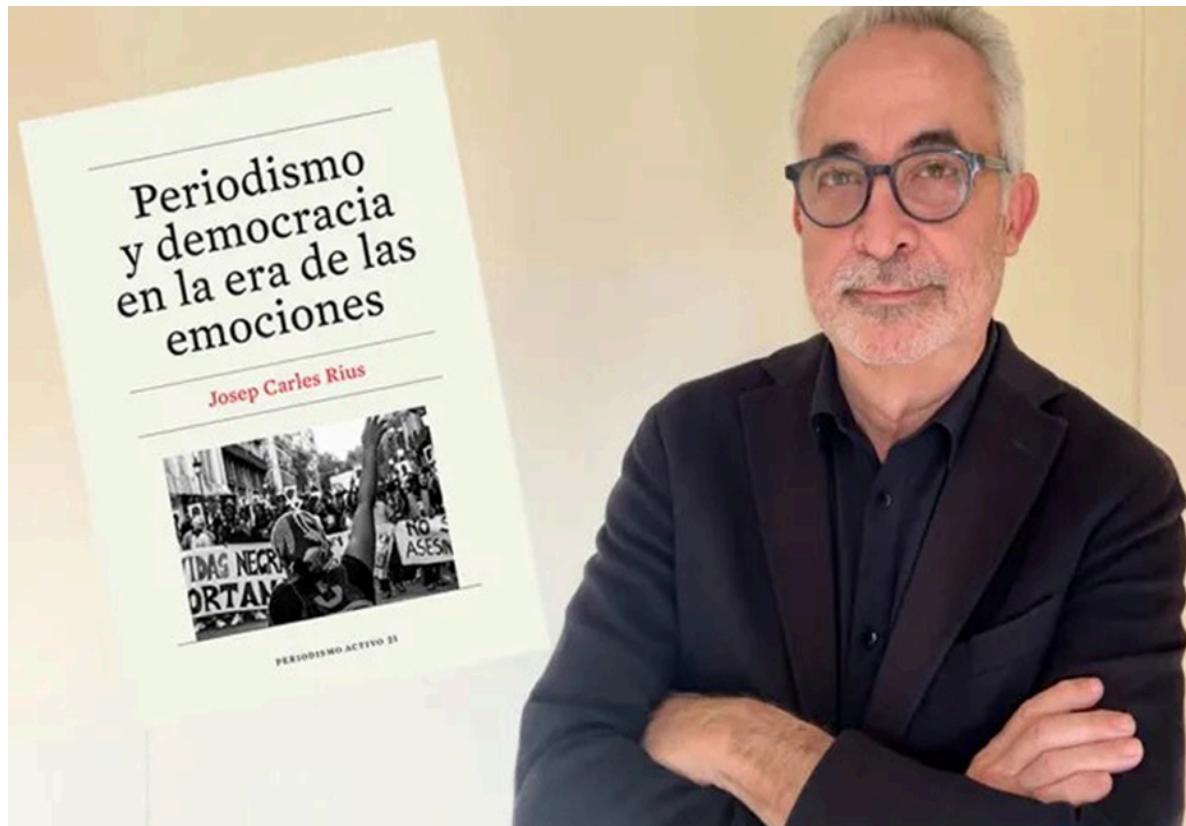
[Fuera de los medios tradicionales: periodistas independientes en la era de la suscripción y los boletines \(1\)](#)

MIGUEL CARVAJAL — 03/11/25

[Las narrativas más innovadoras de 2024 \(2\)](#)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/11/25

El poder de las emociones sobre nuestra forma de pensar, sobre lo que recordamos y lo que nos impacta es innegable. Sin embargo, el resultado de generar estos impulsos no es inocuo. Depende de la propia emoción, de lo que la remueva y, sobre todo, de quién la genera y con qué objetivo. Lo vemos a diario en las redes sociales: emociones que surgen en lo digital, pero con la capacidad de viajar hasta lo real. Espacios que han ganado terreno a los medios de comunicación y que constituyen la única dieta informativa de una parte importante de la población.



Josep Carles Rius. Imagen: Catalunya Plural

Las narrativas más innovadoras de 2024 (1)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/04/25

Javier Bardají, consejero delegado de Atresmedia: “La regulación es un aliado de la innovación al servicio de las personas, no simplemente al servicio de las cuentas de resultados de las empresas”

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 02/25/25

Cómo el periodismo de proximidad construye comunidad: cinco estrategias innovadoras

MANUEL ARENAS — 02/18/25

¿Conoces el *Local*

Pero las redes sociales, a diferencia del periodismo, no se sustentan en la verdad. **Por lo tanto, ¿qué papel juegan los medios en este escenario?** La cuestión es compleja y si hay alguien que consigue responderla es Josep Carles Rius en su obra **Periodismo y democracia en la era de las emociones**. Un libro que recoge la opinión de expertos, académicos, filósofos, periodistas, sociólogos, economistas y directoras de medios, con el objetivo de ofrecer una guía esencial sobre los retos actuales de la profesión.

El libro se estructura en cinco apartados con títulos que avanzan tanto problemáticas como retos.

El primer capítulo, **El desafío de las democracias**, trata temas de actualidad geopolítica como la invasión de Israel a Palestina, la ocupación rusa de territorio ucranio y el discurso de odio que aflora en terrenos políticos y sociales. También se centra en episodios recientes relacionados con estados de ánimo colectivos que impregnan el debate político, como el ascenso de Donald Trump a la presidencia de Estados Unidos o el Brexit.

El autor se detiene en la situación de países donde la libertad de expresión está debilitada. Para Josep Carles Rius, la desinformación constituye un arma peligrosa en todos estos conflictos y en aquellos en los que juega un papel crucial la ideología, por su capacidad para

Data Lab?

Es un seminario integrado por profesionales, profesores y alumnos que producen historias locales apoyadas en datos

Descarga gratis el libro *La crisis del informativo televisivo*

Contribuciones a las XIV Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

envenenar los mensajes. Como sentencia el periodista, quien domina el lenguaje, domina el relato y tiene más posibilidades de ganar la batalla mediática.

Descarga gratis el libro *Pistas y tendencias sobre innovación en periodismo*

Este libro recoge los mejores post publicados en el blog durante los últimos cinco años

Descarga gratis el libro *Mobile first: comunicación multipantalla*

Contribuciones a las XI Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

Periodismo y democracia en la era de las emociones

Josep Carles Rius



PERIODISMO ACTIVO 21

Descarga gratis el libro *Cómo innovar en periodismo*

Este libro reúne entrevistas a 27 profesionales que han pasado por el Máster

Descarga gratis el libro *Innovar en periodismo*

Contribuciones a las X Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

Ranking de Innovación Periodística 2014

Descubre este informe que analiza las iniciativas periodísticas más innovadoras en España

En el epígrafe **Bajo el imperio de las plataformas**, el autor aborda el funcionamiento de los algoritmos y su impacto en la difusión de contenidos y emociones. El investigador describe esta dinámica como una tiranía digital: un sistema donde los valores tradicionales del periodismo —veracidad, rigor, análisis— son relegados por métricas de clics y likes. El periodista no solo denuncia este modelo, también destaca su impacto en la sociedad: la fragmentación de audiencias, el auge de las noticias falsas y la polarización creciente. El desafío, según Rius, es monumental. Los periodistas deben aprender a operar en este entorno sin sacrificar su misión. Esto implica resistir las presiones de la viralidad y priorizar la creación de piezas que enriquezcan el debate público.

La disyuntiva parece estar entre la cantidad y la calidad. En la era digital, está ganando la primera opción: las estrategias para conseguir audiencia a cualquier precio. Que los anuncios se paguen a partir del número de clics provoca que los medios se vean obligados a apostar por la cantidad y estar sometidos al constante uso de los análisis y métricas de las audiencias. A partir del control de estos datos, los medios deciden sus apuestas informativas. Es lo que el autor denomina la “dictadura de la página vista” y el contexto perfecto para que nazca el llamado clickbait.

El epígrafe sobre **El proceso en Cataluña** examina las “olas emocionales” que han marcado este conflicto, explicando su complejidad y el papel que han jugado los medios. Como periodista catalán, el análisis del proceso independentista ocupa un lugar destacado en la obra. Rius utiliza

Consulta el *Diccionario del cliché*

Un proyecto de innovación docente desarrollado por profesores y estudiantes del Máster y el Grado en Periodismo de la Universidad Miguel Hernández

¿Quieres conocer a otros *periodistas de datos*?

Este innovador proyecto de profesores del Máster te ofrece una lista de profesionales en España y Latinoamérica

Universidad con Sello de Excelencia

este caso para ilustrar cómo las emociones colectivas pueden dominar el debate público, relegando la razón y el análisis a un segundo plano. El autor describe este fenómeno como un “terremoto emocional” que sacudió tanto a los medios como a los ciudadanos. En su relato, los periodistas aparecen atrapados entre dos fuerzas opuestas: la presión por alinearse con una narrativa dominante y el deber de ofrecer una cobertura equilibrada y honesta.

Europea

La Universidad Miguel Hernández de Elche consiguió el Sello de Excelencia Europea 500+ en 2004, y posteriormente fue renovada en dos ocasiones consecutivas, la primera en 2007 y la segunda en 2009.



Imagen: Manifestación en Barcelona. Creative Commons Wikipedia

Rius se sirve del ejemplo catalán para subrayar la importancia de un periodismo que sea capaz de desactivar las tensiones, no de amplificarlas. Porque, a su juicio, en un contexto donde las pasiones a menudo eclipsan los hechos, los medios tienen la responsabilidad de ofrecer un espacio para el entendimiento y la reflexión.

Cara y cruz del ecosistema mediático. El cuarto capítulo analiza las dos principales crisis que afectan a la industria mediática en la actualidad: modelo de negocio y confianza. “Han desaparecido las fronteras geográficas, pero se han levantado otras barreras”, que es como Rius considera a los muros de pago de los medios. El investigador apunta que tanto los editores, como los periodistas y académicos de todo el mundo están tratando de descubrir la fórmula mágica que revitalice la prensa escrita, y describe el escenario como un laboratorio donde se suceden pequeños avances, algunos fracasos y numerosas incógnitas.

Para el experto, el mayor problema está en romper la gratuidad universal y poner en valor los contenidos sin padecer una absoluta dependencia de la publicidad. La fórmula mayoritaria son los muros de pago, “pero si se cierran los contenidos de calidad, los que salen perdiendo son los ciudadanos que no tienen capacidad para pagar por esos medios y tienen que conformarse con aquellos que mantienen sus ediciones completamente en abierto y que, salvo excepciones, están plagados de noticias sin valor añadido y sometidas a las dinámicas del clickbait”, reflexiona Rius.

Sobre modelos de negocio alternativos, el autor menciona, entre otras, la vía propuesta por la **economista francesa especializada en medios Julia Cagé**, quien en el ensayo *Salvar los medios de comunicación*, ofrece claves para nuevos modelos de sociedad de medios de comunicación sin ánimo de lucro, como el caso de las fundaciones. Se trata de apuntar a fórmulas que permitan garantizar financiación de los actores mediáticos

y limitar el poder de decisión de los accionistas. Alcanzar un marco jurídico y fiscal favorable al desarrollo de opciones de crowdfunding o financiación participativa, así como reformar las ayudas a la prensa.

Hacia el final, Josep Carles Rius aborda **Los grandes retos del periodismo**. Aquí se centra en cuestiones como la ética, la transparencia, la credibilidad, la independencia profesional y el impacto de la inteligencia artificial.

El libro lleva a cabo un análisis del ecosistema mediático actual, que Rius describe como un “terreno minado” donde los problemas estructurales de la industria, como la concentración empresarial y la precarización laboral, se ven agravados por la pérdida de confianza del público en los medios tradicionales.



Imagen generada con ChatGTP.

La obra no se centra especialmente en abordar el papel de la inteligencia artificial en la profesión, pero cuando la menciona, se advierte su opinión: el buen periodismo siempre necesitará personas. Para ilustrarlo, alude a las palabras de la [editora del Financial Times Roula Khalaf](#): “En la nueva era de la IA, el periodismo del Financial Times seguirá siendo elaborado y escrito por los humanos, que son los mejores en sus campos y que se dedican a informar y analizar el mundo tal y como es, de forma precisa y justa”.



Alicia de Lara

Profesora Titular en Periodismo UMH

© 2025 Máster en Innovación en Periodismo · Blog · Inicio ·

