

Otto Groth y el periodismo como ciencia

Resumen

El periodista e investigador alemán Otto Groth formuló su propuesta sobre la ciencia periodística autónoma. Son cuatro las condiciones fundamentales y distintivas del periodismo como saber independiente: Periodicidad, actualidad, universalidad y difusión. Lectura e interpretación con base en el libro del profesor Ángel Faus Belau. Cincuenta años después, cómo se ha propuesto la actualización de las leyes desarrolladas en una obra clásica de la bibliografía comunicacional y periodística. La transferencia de las tesis de Groth de los diarios y medios impresos al periodismo digital y las nuevas opciones tecnológicas y plataformas de edición.

Abstract

German journalist and researcher Otto Groth made his proposal on independent science journalism. There are four fundamental and distinctive conditions of journalism as independent knowledge: Frequency, timeliness, diffusion and universality. Reading and interpretation based on the book by Professor Ángel Faus Belau. Fifty years later, how it has proposed updating developed a classic laws of communication and journalistic literature. The transfer of the Groth's thesis of newspapers and print media to digital journalism and new technology platforms and editing options.

Transcurrido un siglo desde cuando el escritor e investigador alemán Otto Groth (1875–1965) empezó a configurar su tesis sobre la entidad filosófica y la autonomía científica del saber periodístico, la vigencia de su propuesta teórica y en especial su identificación de las cuatro cualidades distintivas del periodismo, es decir la periodicidad, la actualidad, la universalidad y la difusión, se consolida no solo en la comprensión de la naturaleza y la fisonomía de los medios impresos, sino también para la explicación de la razón de ser y las finalidades de la cultura profesional y sus desarrollos más avanzados en los campos de la metodología y la tecnología.

Esta propuesta filosófica del maestro alemán sobre el periodismo se conoció en el idioma español en especial a partir de la obra del profesor Ángel Faus Belau, sobre los fundamentos de *La ciencia periodística de Otto Groth*, publicada en 1966 por la Universidad de Navarra (Faus, 1966). Es un

Juan José García Posada

Profesor titular y emérito de la Universidad Pontificia Bolivariana. Doctorando en Filosofía de la UPB y Comunicador Social - Periodista de la Universidad de Antioquia. Docente de la Facultad de Comunicación Social de la UPB desde 1972, en Periodismo de Opinión y Ética Profesional. Columnista del diario EL COLOMBIANO. Miembro del Observatorio de Ética, Política y Sociedad de la UPB.

juanjose.garcia@upb.edu.co

Palabras clave

Ciencia periodística, periodicidad, actualidad, universalidad, difusión, diarios, periodismo digital.

Key words

Science, journalism, periodicity, timeliness, universality, diffusion, newspapers, digital media.

libro pionero en la lectura y la interpretación de una teoría que señaló el horizonte conceptual del periodismo en el siglo veinte y en buena parte sigue indicándolo y ha originado algunos estudios posteriores, escasos y si se quiere exóticos, muy en especial realizados por investigadores y exégetas del periodismo con motivo de las transformaciones metodológicas jalonadas por la internet y las nuevas tecnologías y en medio del debate sobre el futuro previsible para la cultura profesional a partir del surgimiento de tendencias que pueden subvertir el esquema tradicional de las relaciones entre lectores, medios y periodistas y la generación de contenidos (Casasús, 2012. Fidalgo, 2004. Flores, 2010. Valbuena, 2010).

El propósito de Groth consistió en alcanzar para el periodismo el reconocimiento como saber y actividad y como ciencia cultural independiente, que en forma reiterada, incluso en el presente, se le ha diferido o negado. Como dice Faus Belau:

Se propone dar a la investigación científica periodística un objeto digno en razón de sus ventajas teóricas, su conceptualización, la estructura armónica de sus principios y de su claridad "apenas sobrepasada por otra ciencia". También en razón de la importancia y número de los problemas culturales y sociales que la prensa periódica tiene en sí, siendo por tanto capaz de un mundo social y cultural. (Faus, p.16)

Groth convirtió en fuente de observación y experiencia para las digresiones teóricas su actividad como periodista en diarios como el *Frankfurter Zeitung*, del que fue Director y como profesor en el Instituto de Periodismo de Munich. Se doctoró en Economía Política y Derecho. Fue discípulo de Max Weber y Luka Brentano (Faus, 1966, p.14). Trabajó en la definición académica del *periodik* o la *periodistika* y en la organización de sus bases conceptuales y normativas, así como también en la concreción de los alcances y limitaciones del periodismo en los marcos de la cultura, la política y la sociedad (Moragas, 2011, p.52). Al periódico, al diario como producto y objeto cultural, le atribuyó la responsabilidad de comunicar *bienes inmateriales*, además de la condición mediadora, de tal modo que su función social está unida a la interacción entre periodistas, periódicos y lectores. Ninguno de los tres se concibe como ente aislado. Entre ellos se crea una relación que no es ocasional y transitoria, sino que se mantiene como forma de vinculación habitual. Hacia 1910, Groth comenzó una voluminosa obra enciclopédica sobre el origen y la evolución de la ciencia periodística autónoma y fue elaborándola hasta el final de su vida, en 1965, cuando se publicó en seis volúmenes.

Del diario impreso al periodismo digital

El interés principal de Otto Groth se concentró en los medios impresos, periódicos y revistas, como expresiones fundamentales del periodismo. El porqué es obvio. Se explica por el predominio casi hegemónico del periódico en un largo tramo de la historia, como el ente periodístico reconocido y valorado en la sociedad y por la vivencia, el compromiso y el testimonio personal del autor en las tareas habituales propias del periodista. En el argot periodístico se habla hoy del *Buque insignia*, para hacer referencia al periódico tradicional que se publica en papel, como líder natural y trascendente del multimedia convergente que se edita en las más diversas plataformas. Pero en ninguno de los estudios que se han publicado sobre su obra, sobre todo en los cincuenta años recientes, se ha negado la posibilidad de extensión de la ciencia periodística a los primeros fenómenos sobrevinientes y derivados del periodismo de papel, es decir, la radio y la televisión, que el autor presencié y a los que no podía ser ajeno. En forma análoga, hoy en día se acepta la formulación teórica de Groth para interpretar las novísimas realidades creadas a partir de internet, las nuevas tecnologías y plataformas mediáticas y la evolución actual del periodismo digital. La multimedialidad, la polimedialidad y la transmedialidad, al igual que la convergencia, pueden explicarse, guardadas las proporciones y con algunas mutaciones recomendables debido a la necesaria actualización conceptual y semántica, desde los patrones de pensamiento y reflexión analítica y crítica ideados y defendidos por el profesor Groth.

Los cuatro elementos característicos enunciados atrás, para Groth son únicos y diferenciales y marcan la identidad del periodismo. Josep María Casasús ha escrito, a propósito:

Groth definió las siguientes características: Periodicidad, Universalidad, Actualidad y Accesibilidad. La Prensa, el periódico impreso, de acuerdo con la formulación de Groth, se fundamenta en el desarrollo y profundización de estos cuatro elementos que conforman su identidad. Sólo en la Prensa concurren al mismo tiempo estas cuatro características o elementos de la acción humana y social. Esta concurrencia otorga a la Prensa su carácter de fenómeno dotado de personalidad y autonomía respecto al resto de instituciones o fenómenos sociales y culturales (Casasús, p.4)

Las cualidades de periodicidad, actualidad, universalidad y difusión pueden denominarse con términos distintos, pero que siguen siendo muy afines a los originales, como se aclara en este mismo artículo. Por periodicidad podría entenderse continuidad. Por actualidad, vigencia o memoria. La palabra universalidad podría cambiarse por proximidad de mundos. Y la difusión podría ser publicidad. Tales vocablos han sido propuestos por

varios autores y ninguno altera el concepto planteado por Groth, así lo actualice y lo adecue a las nuevas realidades y formas de expresión de los medios periodísticos.

Casasús, en su ensayo citado, propone cuatro nuevas denominaciones: Continuidad, para periodicidad; integralidad, para universalidad; transtemporalidad, en lugar de actualidad; interactividad, para difusión o accesibilidad. Y añade otras dos cualidades, que afiancen el modelo de Groth en el periodismo digital como derivación o forma emancipada de aquel. Dice que en el periodismo digital concurren rasgos nuevos, sin antecedentes ni parangón con las anteriores formas de materialización periodística y son la versatilidad y la multiplicidad:

La versatilidad, como característica propia del periodismo en Internet, sin equivalente en la prensa, significa que el medio no agota sus prestaciones en las funciones estrictamente comunicativas sino que es susceptible de servir a otros objetivos y usos que no son únicamente los objetivos y usos periodísticos y publicitarios propios del periodismo impreso. La multiplicidad, la otra característica específica del Periodismo digital que tampoco tiene parangón en prensa, radio y televisión, significa que el nuevo medio puede integrar productos y prestaciones propios de estos otros medios (Casasús, p.9).

Pero el periódico, sean cuales fueren su continente o su plataforma de edición, sigue siendo el mismo en lo esencial. Es comprensible que se pongan en cuestión las cuatro cualidades propuestas por Groth. Tal es el caso del concepto de actualidad, que ha sido objeto de reelaboraciones como las planteadas por Ángel Benito en *La invención de la actualidad*, donde hace énfasis en la responsabilidad ética y la finalidad de que “los medios masivos de comunicación contribuyan al pluralismo social con una información abierta, objetiva y comprometida con la búsqueda de la verdad” (Benito, 1995).

Así, António Fidalgo ha hecho una actualización de las cuatro cualidades para extenderlas al periodismo en internet, en una digresión que tiene ciertas afinidades con la de Casasús, y ha avanzado hasta *El periodismo on line de acuerdo con el modelo de Otto Groth* para decir, al final de su ensayo, que, así como el periódico para Groth no tiene fronteras, el periódico *on line* también es ilimitado:

Según Groth, el diario es, por naturaleza y tendencia, ilimitado, sin fronteras. Textualmente escribe: “El diario, por su naturaleza y para alcanzar la plenitud de sus características, no conoce fronteras y para la realización de sus propiedades es ilimitado”. El periodismo on line conoce ciertamente menos límites que las formas tradicionales de periodismo (Fidalgo, p.13)

Cinco leyes de la ciencia periodística

El profesor Faus Belau sintetiza las cinco leyes de la ciencia periodística pura planteadas por Groth. Dice que esta es la parte más interesante de la obra. Ya expuestas y estudiadas las cuatro características fundamentales, el pensador alemán establece un valioso sistema de relaciones entre ellas e infiere, entonces, las leyes en referencia. Es presumible que para varios comentaristas tales leyes conduzcan a una suerte de reduccionismo. El mismo Faus estima que no pocos pueden cuestionar la reducción del periodismo a fórmulas. No obstante, es posible con ellas sustentar una realidad sencilla, clara y sistemática, de la realidad de la disciplina periodística: “Nunca, hasta Groth se habían compendiado en unas leyes, fórmulas o como quiera llamárselas, la síntesis de teoría y práctica a través de un camino filosófico-matemático-lógico” (Faus, 1966, p. 81).

Primera ley: Cuanto más ampliamente se elija la universalidad de la materia de un periódico, tanto más extensa será la difusión del mismo, su accesibilidad general al número potencial de los lectores; o bien, cuanto más estrecho sea el círculo ideal de la universalidad, tanto más estrecho también será el círculo de su difusión. Por consiguiente, la difusión es una función de la universalidad.

Segunda ley: Cuanto más actualidad quiera darse a la materia de un periódico, tanto más frecuentemente deberá ser publicado (tanto más alta debe ser su tirada); o bien, cuanto más pequeño es el tiempo que media entre el hecho y su publicación, tanto más corto será el período entre ediciones. Cuanto mayor sea el tiempo entre el acontecer y la publicación, tanto más amplios serán los períodos de aparición. La periodicidad es, pues, una función de la actualidad.

Tercera ley: Cuanto más intensa o extensa se elija la accesibilidad del periódico, tanto más extensa o limitada debe ser también determinada su universalidad.

Cuarta ley: Cuanto más cortos (largos) sean determinados los períodos entre dos ediciones de un periódico, tanto más frecuente aparecerá, tanto más actual (o menos actual) será su materia.

Quinta ley: Cuanto más universal y actual debe ser un periódico, tanto más frecuentemente debe aparecer. Y tanto mayor será su accesibilidad general, su público potencial. (Faus, 1966, p.82 y ss.)

Por consiguiente, las características primordiales del periodismo no se quedan como condiciones estáticas o como enunciados nebulosos o etéreos. Poseen su propio dinamismo y su vínculo con la realidad, gracias a la formulación de las leyes que las interconectan y les infunden funcionalidad. Las cuatro cualidades adquieren una interdependencia tal que las hace

inseparables. Ninguna de las cuatro puede faltar, puesto que se diluiría la completud y la complejidad de la disciplina periodística. Una sola de ellas que falte haría corta e incompleta la concepción del periodismo con fundamentación científica. Pero además pueden someterse las cinco leyes a una prueba de verificación, con la cual se deja en evidencia su razonabilidad y se concluye que tienen concatenación lógica.

La periodicidad por sí sola carecería de sentido, si no fuera porque asegura la difusión universal de contenidos actuales. La actualidad sin periodicidad ni universalidad y sin difusión quedaría reducida a una condición despojada de utilidad práctica. La universalidad, desconectada de las otras tres condiciones, se convertiría en una abstracción. De igual modo desaparecería la difusión como requisito formal para la propagación de un producto cultural como el periodismo sin periodicidad, sin universalidad y sin contacto con la actualidad.

Sí es preciso hacer una distinción, para catalogar la actualidad como la condición imprescindible del periodismo. A veces tiene la apariencia de un mal necesario, sobre todo cuando se llega a extremos que pasan a someter el trabajo periodístico a una suerte de abominable tiranía de lo actual y lo inmediato. No obstante, sin actualidad el periodismo no puede ofrecer respuestas a las demandas cotidianas de los lectores, sean del medio impreso, o en su papel de oyentes, televidentes o cibernautas. Sin el componente de la actualidad, el contenido periodístico, marcado de hecho por el sello de la caducidad, no causará ningún impacto social, no despertará el interés público. Lo resalta Felicísimo Valbuena de la Fuente, en su ensayo sobre *Los medios y la publicística alemana*:

El Periodismo, para ser tal y ofrecer un servicio a la sociedad, no ha de ofrecer otra cosa que proporcionar al público información de aquella parte más sobresaliente de la Universalidad, que es la Actualidad, mediante la Difusión Periódica y en función de la Proximidad que se da siempre entre los acontecimientos y los hombres. La Actualidad denota toda la realidad, todo el campo de acción del Periodismo profesional puesto que en ella se enlazan formando una unidad, los hechos vigentes, actualizados o previstos; además, es inseparable de la selección que los periodistas efectúan según la importancia objetiva y el interés humano que conllevan ciertos acontecimientos. Los teóricos alemanes, basándose en las aportaciones filosóficas de siglos, han descubierto la Actualidad como concepto esencial y han comprobado que la Actualidad ha impulsado, junto con las tecnologías, el trabajo periodístico diario. Las tecnologías han posibilitado la batalla contra el tiempo; gracias al poder de conservación y recuperación de la información, el periodismo ha podido acortar el plazo entre un acontecimiento cualquiera y su versión periodística. (Valbuena, 2010, p.417)

Los cuatro elementos característicos y diferenciales de la entidad del periodismo serían una simple entelequia si no se aplicaran mediante las cinco leyes que establecen, al combinar unas y otras (cualidades y normas), la relación teleológica, de medio a fin, que le da vida a una disciplina autónoma, con identidad propia pero con una función social que le es inmanente y sin la cual perdería su justificación filosófica y ética.

Hasta el momento actual del discurrir de la reflexión filosófica sobre la naturaleza y las condiciones y características distintivas del periodismo y su estatus de entidad científica autónoma, no se ha desvirtuado la validez de las tesis de Otto Groth ni se ha intentado un modelo alternativo para explicar la razón de ser, los fundamentos teóricos y los criterios éticos de esta profesión como saber y actividad y para comprender el sentido de la metodología y el uso consecuente de la tecnología.

Defensa de la fundamentación filosófica

La importancia de enfatizar en la discusión sobre las tesis de Groth reside, además, en que pueden representar una aportación estimable a la clarificación de ideas y figuraciones sobre el porqué, la naturaleza y el deber ser del periodismo. En los años recientes se ha extendido una corriente, alentada por la industria del entretenimiento y por las demandas del mercado, que ha incidido en el desdén o la indiferencia por las discusiones teóricas y ha estimulado la degradación del periodismo a la condición subalterna de actividad utilitaria gobernada por las demandas del mercado. Tanto en los diálogos académicos y gremiales como en algunos trabajos escritos se ha indagado por la ausencia de una fundamentación teórica más consistente para el periodismo. La llamada tiranía de la actualidad, la banalización de la realidad, la búsqueda afanosa de divulgación inmediata de los hechos y la preocupación obsesiva por la primicia, entre otros factores, apartan la práctica rutinaria del periodismo de la profundización en sus fundamentos filosóficos. Por ejemplo, en un artículo publicado en el portal *Sala de Prensa*, Gustavo Valdivieso pregunta si le falta ciencia al periodismo y dice:

¿Por qué no se ha intensificado el uso del método científico en el periodismo? La posible respuesta es que la lógica de la Ciencia de la Información —que es la ciencia del periodismo— en el marco de un paradigma de mercado (que busca aumentar el tamaño de las audiencias) aconseja concentrarse en los formatos de presentación del mensaje, en las formas de simplificar los contenidos hasta hacerlos accesibles para todos y en la economía de tiempo, siempre con escasez de recursos. Para la ciencia del periodismo, el método científico en la investigación periodística no se ha revelado como prioridad. (Valdivieso, 2003, p. 4)

Es pertinente hacer la aproximación a una respuesta a las interpelaciones que (tal como se muestra en la cita anterior) suelen lanzarse acerca de la ausencia de reflexión filosófica sobre el periodismo y el tiempo perdido en la construcción de una cultura profesional sólida, que se base en la tríada de teoría, metodología y tecnología y no solo enseñe progresos en lo metodológico y lo tecnológico, sino, ante todo, en el fortalecimiento de la columna de la teoría.

La reflexión filosófica fue pasando no tanto al olvido como a la condición de disciplina *demodé*. Si bien es cierto que ha mantenido alguna vigencia la discusión sobre la ética profesional y la deontología, no lo es menos que las cuestiones del porqué y el para qué del periodismo han venido siendo minimizadas hasta un extremo tal que tienen prevalencia las preguntas por el cómo, por la metodología y por el uso de las tecnologías. Y en este aspecto es innegable que los avances han sido notorios. Se ha decantado el método de trabajo en la indagación y elaboración de contenidos, se han ajustado las retóricas o los lenguajes de acuerdo con las condiciones de cada medio periodístico y se han generado innovaciones acordes con las novísimas plataformas informáticas, de tal modo que ya no son exóticos ni ajenos los conceptos y las prácticas de convergencia, multimedialidad, polimedialidad y transmedia. Pero la argumentación por el periodismo, el fondo dialéctico del problema, las preguntas por la razón de ser, la naturaleza y las finalidades de la profesión son asuntos relegados a un plano secundario. Hoy en día parece casi irrelevante enfatizar en la hermenéutica, en la vocación histórica e incluso en la estética literaria como dimensiones esenciales del periodismo. Y es obvio que esa subestimación de los elementos principales de la cultura profesional esté determinada por presiones externas, por las demandas del mercado, por la competitividad mediática, en fin, por tantas fuerzas que gravitan de modo apabullante sobre la profesión. (García, 2015, p. 3)

Retomar la propuesta de Otto Groth y confrontarla con otras opciones para la comprensión del periodismo como disciplina dotada de autonomía, método y objeto de estudio, es recomendable como opción inteligente de las discusiones académicas. Son plausibles, entonces, los trabajos destinados a demostrar que no solo tiene esa entidad de saber y hacer con autonomía el periodismo fundante, es decir el escrito e impreso, sino que todas las variadas modalidades de periodismo que se han inventado al amparo de los desarrollos tecnológicos, de internet y las nuevas plataformas de edición, pueden nutrirse de las mismas fuentes teóricas formuladas por Groth, con todas las posibilidades de reelaboración semántica y discursiva en consonancia con las circunstancias cambiantes del periodismo y la presencia influyente de las audiencias.

Autonomía y exactitud vs. carácter conjetural

En defensa de la validez, la pertinencia y la vigencia de la propuesta de Groth es preciso hacer otra consideración necesaria: El periodismo no es una dedicación apendicular, no puede concebirse como una actividad sujeta a las variaciones políticas, económicas y culturales en sociedades expuestas a los vaivenes y remezones de las fuerzas que manejan y controlan los diversos poderes. La independencia del periodismo y la asunción de su responsabilidad ética en la categoría de conciencia crítica y contrapoder fiscalizador, se defiende también con la vigorización de su autonomía como disciplina esencial en una sociedad abierta.

La primera condición ha de consistir, por consiguiente, en la *desideologización* de la razón de ser periodística y la consiguiente depuración de la intencionalidad en la elaboración de contenidos y el manejo de los medios de difusión periódica, actual y universal de los resultados de la exploración en la plétora de los hechos representativos del *aquí y ahora* y resaltados por el interés público. La ideología constriñe, disminuye independencia de criterio y marca más límites imaginarios, al tiempo que frena la apertura de fronteras de conocimiento y comprensión de la realidad. Es ilusorio pensar un periodismo en estado puro, porque la fuerza de las circunstancias suele condicionar todas las actividades humanas y sociales. La asepsia absoluta es una utopía. Sin embargo, sí es posible y realizable un periodismo que haga valer su independencia y ejerza una resistencia ética proyectiva, en primer término a partir del fortalecimiento de su identidad y la consolidación de sus bases filosóficas y teóricas.

Un trabajo que podría catalogarse como pendiente consiste en avanzar en la disquisición sobre el carácter conjetural que siempre se le ha asignado al periodismo, sea como profesión aislada o como saber comprendido en el contexto de las ciencias sociales. Es conocida la diferenciación que hacía Jacques Lacan, en sus estudios sobre el psicoanálisis, entre ciencias exactas y ciencias de la conjetura. En esta segunda categoría incluía las ciencias sociales. La falta de objeto de estudio, método, cualidades distintivas y leyes propias, más el tratamiento habitual de los hechos en sociedades cambiantes y dinámicas, impredecibles y desconcertantes, han acentuado la condición conjetural del periodismo. No hay elementos suficientes como para concluir que la teoría de Groth de modo automático va a blindar la disciplina periodística para asegurar su cientificidad, su exactitud y su autonomía como saber. Sin embargo, sí puede presumirse (o conjeturarse, si se permite la expresión) que, a mayor y más consistente basamento filosófico y teórico, más probable será la asunción de responsabilidades que alejen la conjetura como norma general y le asignen a la exigencia de exactitud en interpretaciones, dictámenes y pronósticos sobre la realidad

una influencia mayor de la que ha tenido en el periodismo a lo largo de su discurrir como profesión.

Cien años después del comienzo de las pesquisas y elaboraciones teóricas sobre la científicidad del periodismo y cincuenta que han pasado a partir de la muerte del autor y la publicación última de su obra en 1965, su vigencia puede comprobarse. La ciencia periodística de Otto Groth se sostiene como referencia capital de las indagaciones y los estudios orientados a fortalecer la cultura académica y profesional del periodismo, no solo en las facetas de la tecnología y la metodología, sino, muy en especial, en el campo de la teoría y la fundamentación filosófica y ética. En el presente y hacia el futuro, esta obra esencial, tan desconocida en nuestra época, tiene la categoría de clásica de la bibliografía comunicacional y periodística.

Referencias

- Benito, A. (1995). *La invención de la actualidad*. México, D.F: Fondo de Cultura Económica.
- Casasús, J. (2002). *Nuevos conceptos teóricos para la investigación en periodismo digital*. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra. Recuperado de https://cibermensaje.files.wordpress.com/2012/03/2005_nuevos-conceptos-tec3b3ricos-para-la-investigacic3b3n-en-periodismo-digital.pdf
- Faus, A. (1966). *La ciencia periodística de Otto Groth*. Pamplona: Universidad de Navarra.
- Fidalgo, A. (2012). *Jornalismo Online segundo o modelo de Otto Groth*. Covilha (Portugal): Universidade da Beira Interior. Recuperado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-groth-jornalismo-online.pdf>
- Flórez, J. (2011). *Reinventar el periodismo y los medios*. Madrid: Editorial Fragua.
- García, J. (2015). *Filosofía del periodismo. La integralidad como hamaca*. Recuperado de: <http://eljustomedioperiodistico.blogspot.com.co>
- Moragas, M. (2011). *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gedisa. Recuperado de: <https://books.google.com.co/books?id=jjMlBQAAQBAJ&pg=PA52&lpg=PA52&dq=otto+groth+periodismo&source=bl&ots=O8kd1PB114&sig=JItCoX9D-P2VhIQ9PtH0mqfdyal&hl=es&sa=X&ved=0CCMQ6AEwBDgKahUKewiDlMHd2tjHAhVGax4KHTT5BLM#v=onepage&q=otto%20groth%20periodismo&f=false>
- Valbuena, F. (2010). *Los medios en la publicística alemana*. Recuperado de <http://www.fgbueno.es/edi/val/fvtgi28.pdf>
- Valdivieso, G. (2003). *¿Le falta ciencia al periodismo?* Recuperado de <http://www.saladeprensa.org/art456.htm>