

Trazando la evolución del periodismo

El horizonte de la democracia

PETER DAHLGREN

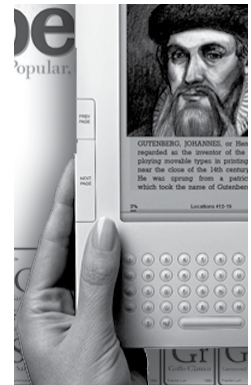
El periodismo se encuentra en una coyuntura histórica no exenta de problemas. En estas circunstancias, si simplemente nos dejamos llevar por el alarmismo no encontraremos una salida clara y satisfactoria. La situación actual es ciertamente complicada y estamos todavía a medio camino tratando de vislumbrar qué es lo que está ocurriendo. Además, no existe una única y unificada historia sobre el periodismo; hay muchas, relacionadas con distintos países, distintos géneros, distintos medios. El periodismo no va a desaparecer de la sociedad, pero conviene señalar que se enfrenta a una crisis fundamental. En este ensayo voy a tratar de aclarar algunos de los desarrollos clave del periodismo, no desde una visión profesional o práctica, sino desde una perspectiva social más amplia.

Palabras clave: crisis, prensa, democracia, futuro, internet

Journalism appears to have reached an historical juncture, one that we can find very troubling. At the same time, we gain no clarity, we can find no fruitful way forward, if we simply lapse into alarmism. The present situation is very complex, and we are still very much in the middle of things, trying to sort out what is going. Moreover, there is no one, unified story about journalism – there are many, having to do with different countries, different genres, different media. Journalism is not about to vanish from human civilization, but it is fair to say that it is facing major crises. In this essay I will try to elucidate some key developments within journalism, not from a professional or practical point of view, but from a broader, societal perspective.

Keywords: crisis, press, democracy, future, internet

PRESENTO AQUÍ UN ESPECTRO bastante amplio, tratando de proporcionar algunos parámetros generales que puedan ser aplicables a la mayoría de los países occidentales, si bien mi referente principal va a ser el caso de Estados Unidos, donde la crisis parece ser más aguda. Como base de principio, debo subrayar cuál creo que es la razón de ser fundamental del periodismo:



PETER DAHLGREN
es profesor en la
Universidad de Lund
(Suecia)

Nota del Autor: Algunas secciones de este texto aparecen, en distinta forma, en mi libro *Media and Political Engagement: Citizens, Communication, and Democracy*. New York: Cambridge University Press, 2009, y en mi capítulo "The troubling evolution of journalism", en Barbie Zelizer, ed (2009) *The Changing Face of Journalism*. London: Routledge.



la democracia. La democracia, sin embargo, no consiste únicamente en un sistema abstracto o formal; también debe proyectar un modo de vida que tenga impacto sobre el pensamiento y la acción en el día a día. Desde esa perspectiva, el rol del periodismo se extiende más allá de los elementos básicos de la correcta comunicación de información relevante: debe también emocionarnos, inspirarnos, y enriquecer nuestros horizontes democráticos cotidianos. El periodismo ha de promover una cultura cívica. Esta es una tarea ardua, pero indispensable.

Comienzo con una rápida mirada a una serie de factores estructurales que perfilan actualmente la transformación del periodismo. Desde ahí, exploro algunos de los factores tecnológicos contemporáneos y su impacto sobre el periodismo. A continuación, observo el modo en el que las audiencias del periodismo están cambiando, al igual que lo hacen sus roles como ciudadanos y consumidores. En la última sección examino el carácter crecientemente multidimensional del panorama periodístico emergente. Concluyo con algunas reflexiones sobre el rol democrático del periodismo, principalmente respecto a la promoción de una cultura cívica.

¿Se está desvaneciendo el periodismo clásico?

En tanto en cuanto conjunto de prácticas existentes en el sector de los medios de comunicación, el periodismo evoluciona con la transformación de la sociedad, la cultura y las instituciones de los medios. Sus tradiciones no se reflejan únicamente en prácticas profesionales, sino también en las circunstancias institucionales y materiales en que aquellas se enmarcan. Hace ya dos décadas algunos autores afirmaban que el paradigma periodístico “moderno tardío” o “clásico” estaba languideciendo (Altheide y Snow, 1991; Hallin, 1992). Este estilo histórico tomó forma a principios del siglo pasado y se basaba en ideales liberales tradicionales sobre democracia y ciudadanía. En este modelo, el periodismo de medios de comunicación de masas proporciona informes y análisis de acontecimientos y procesos reales, contribuyendo de este modo a la definición de la agenda pública. A través de su narrativa, el periodismo clásico se presenta como el intérprete preciso e imparcial de una realidad existente por sí misma y externa a las instituciones periodísticas. Es un periodismo para una ciudadanía heterogénea que básicamente comparte la misma cultura pública y los ciudadanos hacen uso del periodismo como un recurso para participar en la política y la cultura de la sociedad. El periodismo ejerce de este modo una función de fuerza integradora y se constituye en foro común para el debate. Si bien el periodismo en el mundo real nunca ha operado de este modo, este modelo normativo paradigmático sobre cómo debería ser ha guiado nuestra concepción y expectativas sobre el mismo.

Los motores de cambio

El periodismo está incrustado en los sectores de los medios de comunicación y hoy estos sectores están siguiendo los patrones generales existentes en la economía global. Han emergido imperios de medios de comunicación de masas a escala global, concentrando así la propiedad en las manos de un número progresivamente decreciente de mega-empresas. Dado que los imperativos de los medios de comunicación se han endurecido en las últimas décadas, el delicado equilibrio entre la responsabilidad pública y el beneficio privado se ha ido inclinando más y más a favor de este último. Son

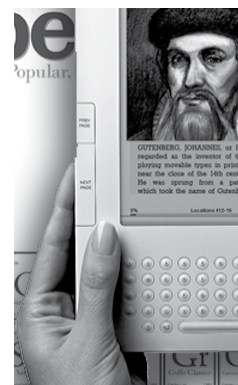
conocidos en el sector del periodismo y de los medios los duros imperativos del mercado que crecientemente erosionan los valores periodísticos, así como lo que ello significa en términos de asignación de recursos, personal, nuevos valores, etcétera.

Además, las presiones ejercidas por los centros de poder político a menudo se refieren a la falta de imparcialidad o de visión política en la definición de los temas en discusión. Hay muchas variantes en este sentido dada la diversidad de modelos democráticos y sistemas de medios de comunicación (Hallin y Mancini, 2004). Si el ejemplo de la Italia de Berlusconi es extremo respecto a las democracias occidentales, hay una cantidad innumerable de ejemplos problemáticos adicionales de independencia e iniciativa periodística inadecuada. En el caso de Estados Unidos es bien conocido el fracaso de los medios de comunicación convencionales para contrarrestar críticamente los esfuerzos de la administración Bush en la justificación de la guerra en Iraq. A un nivel más mundano y cotidiano, son habituales las críticas vertidas en todas las democracias respecto a la condición del periodismo más como perro faldero que como perro guardián del poder político.

Adicionalmente, el aumento del número de géneros en los medios de comunicación que compiten de distintas formas con el periodismo también contribuye a colocar al periodismo en una posición de defensa, acorralado por fuerzas amenazadoras. Por ejemplo, la misma definición de qué debería considerarse periodismo (así como quién es y quién no es periodista) se torna confusa, al mismo tiempo que los límites del periodismo son cuestionados desde distintos frentes en relaciones públicas, comunicación de tipo político, información no basada en noticias, periodismo *ad hoc* o ciudadano, contenido generado por usuarios y en no menor medida varias tendencias de la cultura popular. Ello genera dificultades incluso en la formación periodística: ¿cuál es la profesión y el mercado laboral para el que se está preparando a los estudiantes y cuáles son las cualificaciones adecuadas y la identidad profesional?

El periodismo siempre ha tenido sus críticas -necesarias-, pero en estas circunstancias cambiantes, parece encontrarse crecientemente desmoralizado e impotente, tal como lo expresan los mismos periodistas (por ejemplo, Henrey, 2007). Las críticas académicas inciden en el trazado de estos problemas (de entre la extensa literatura, ver por ejemplo McChesney, 2007). Si miramos hacia la información en la era digital, el proceso de consolidación de las dinámicas privatizadoras de las telecomunicaciones y los sectores culturales continúa, sin limitarse a la transición desde los medios de comunicación de masas al nuevo panorama de las ciencias y tecnologías de la información (Schiller, 2007). La intensificación de la ofensiva para maximizar beneficios tiene un impacto particular sobre las relaciones sociales entre los innovadores técnicos, los propietarios de empresas, el gobierno, y los ciudadanos que es perjudicial para los ideales democráticos. Las noticias y las funciones de distribución de información terminan en manos de empresarios y gestores que están poco expuestos a y tienen poco contacto con las tradiciones y la ética periodística; la función crítica de perro guardián y la protección de la libertad de expresión no forman parte de las tradiciones culturales de estos actores.

Esta concentración de los medios de comunicación no sólo reduce la diversidad, sino que también limita el espacio potencial del periodismo crítico. Los periodistas contratados por un gran mega-conglomerado normalmente evitarán tratar temas que podrían dañar los intereses de gran alcance de la empresa. Cuando no lo hacen, las consecuencias pueden ser





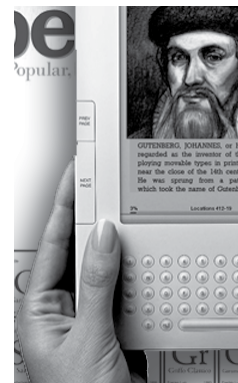
devastadoras para sus carreras (Véase la colección de relatos de las funestas experiencias personales para los periodistas en Borjesson, 2002). C. Edwin Baker (2002; 2006) argumenta que la dependencia con respecto a las fuerzas del mercado en los sectores de los medios de comunicación está desembocando en el desastre para el periodismo y la democracia. Además, tales políticas ni siquiera “dan a la gente lo que la gente quiere”: las preferencias de las personas no son primordiales y pueden ser gradualmente adaptadas a lo que se les está ofreciendo.

Giros en la portavocía: el periodismo como producción conjunta

El periodismo es parte de la esfera más amplia de la comunicación política, y el “campo” del periodismo, tal como Bourdieu lo expresa (ver Benson y Neveu, 2005), se define por su interfaz con otras esferas de actividad institucionalizada. Actualmente observamos un patrón más agudo de pluralización y especialización con respecto a los actores institucionales que marcan los contornos del periodismo. De hecho, una buena parte del periodismo se genera a través de no-periodistas: un estrato emergente de mediadores de la comunicación profesional están alterando el modo en el que se realiza el periodismo y la forma en la que la comunicación política tiene lugar. Un número creciente de asesores de portavocía, expertos en relaciones públicas, asesores de comunicación y consultores políticos que utilizan técnicas publicitarias, estudios de mercado, relaciones públicas y estudios de opinión han entrado en el campo para ayudar a los actores políticos y las élites económicas a perfilar sus estrategias de comunicación (Louw, 2005). Las relaciones públicas como tal tienen una larga historia (ver Ewen, 1996), pero en las últimas décadas se ha ido entrelazando más y más con la comunicación política, oscureciendo así la distancia entre el periodismo y el no-periodismo. Encontramos de este modo a diario una variedad de medios de comunicación y de géneros que contienen informaciones o mensajes políticos de distintos tipos: la comunicación política ya no tiene márgenes claramente definidos, y la posición del periodismo al respecto se torna problemática. Si bien el periodismo todavía puede ayudar a identificar el giro en la portavocía, está crecientemente implicado en su fomento.

Estos especialistas en el giro toman seriamente el hecho de que la comunicación política en el mundo actual abarca diferentes medios de comunicación e involucra muchos actores, contextos, marcos culturales, relaciones de poder y estilos de comunicación diferentes. Puede decirse que las formas estratégicas de gestión de noticias deberían verse como uno de los innumerables ejemplos de modernización y racionalización (ver la colección de Negrine et al, 2007). Además, las tácticas de giro también pueden ser utilizadas por parte de los menos poderosos, abriendo así las puertas para que los movimientos marginales puedan colocar sus mensajes en la agenda pública a través de su incorporación en la cobertura periodística. No obstante, a largo plazo persiste la cuestión del impacto de los recursos superiores e influencia en la fijación de los mensajes que son adoptados por los periodistas. También, si bien la profesionalización de la comunicación política habitualmente permite que agentes poderosos y grupos de interés puedan perseguir sus objetivos, tiende a no aumentar la posición de los ciudadanos y el desarrollo de una democracia fuerte y participativa (Hamelink, 2007). El periodismo queda eclipsado e incapaz de orientar al público.

En muchos casos, especialmente durante las campañas, la comunicación política se orienta hacia grupos específicos cada vez más pequeños,



en base a parámetros socio-culturales especializados y a menudo bastante limitados. Esto puede derivar en que los mensajes políticos sean formulados de un modo más estratégico, si bien también puede contribuir a la disminución de una cultura pública compartida, dado que el ambiente de comunicación política es distinto para diferentes grupos. Sin embargo, las audiencias más amplias siguen siendo objetivos importantes; no es menor el hecho de que los poderes ejecutivos de algunas democracias occidentales hayan estado haciendo un uso creciente de la gestión de noticias y la comunicación directa al gran público. El Nueva Laborismo de la administración Blair en el Reino Unido se embarcó en una “campana permanente” en los medios de comunicación con el objetivo de gestionar y dirigir la opinión (Franklin, 2004). En Italia, el dominio económico de Berlusconi en el panorama de los medios de comunicación le otorga un poder sin precedentes para influir en el clima político como primer ministro (Ginsbourg, 2004). En tiempos de guerra los gobiernos por supuesto tienden a involucrarse en la gestión de noticias y la creación de giros, incluyendo mentiras descaradas, como quedó demostrado durante la guerra en Iraq. Existen, por lo tanto, un conjunto de fuerzas más allá del periodismo que tratan de tener efecto sobre el modo en el que éste realiza su trabajo.

La reacción de la profesión

Aunque la crisis es muy visible en Estados Unidos, no deberíamos asumir, de manera un tanto determinista, que toda Europa automáticamente va a seguir el mismo camino. No obstante, la situación en Estados Unidos es particularmente interesante, no únicamente debido a la posición de Estados Unidos en el mundo, sino también porque tradicionalmente ha habido allí una fuerte tradición de profesionalismo periodístico. Por lo tanto, la reacción de los miembros de la profesión afectados puede ser edificante para los observadores europeos. Muchos periodistas y editores norteamericanos sienten una profunda frustración profesional y se han producido una variedad de reacciones en décadas recientes. El Committee of Concerned Journalists, creado en 1997, publicó un profundo estudio declarando la importancia de marcos profesionales normativos (Kovach y Rotheniel, 2001). Otro ambicioso reclamo para la reconstrucción del periodismo puede encontrarse en Meyer (2004), quien observa la actual situación de los medios de comunicación desde la perspectiva de la interrelación entre la profesión y los nuevos parámetros económicos. Sin lugar a dudas, el fuerte movimiento del periodismo público (también llamado cívico) ha constituido el esfuerzo más visible de los últimos años para redirigir la trayectoria contemporánea del periodismo (ver Voakes, 2004; Haas y Steiner, 2006).

Otra extensa reacción a la crisis del periodismo puede encontrarse en los informes anuales *The State of the News Media* (www.stateofthemedias.org), elaborados por el Project Excellence in Journalism, afiliado a la Facultad de Periodismo de la Universidad de Columbia y financiado por Pew Charitable Trusts. En ellos se ofrece anualmente un detallado informe electrónico (el actual, de 2010, es el séptimo). La seriedad de la situación se refleja en la primera página del primer informe: “El periodismo se encuentra en la mitad de una época de transformación, tan trascendental como la invención del telégrafo o la televisión.” Si bien estos informes ofrecen información detallada y estadísticas sobre la decadencia del periodismo tradicional y la difícil transición hacia una nueva alineación de los medios, también proporcionan un análisis fundado y profundo, observando los distintos medios de

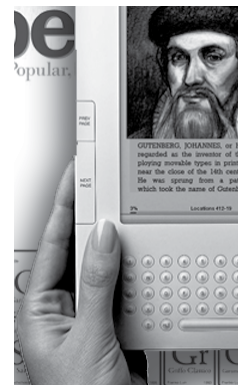


comunicación, audiencias, economías, y tecnologías, al tiempo que identifican tendencias y ofrecen medidas tanto a corto como a largo plazo para facilitar que las transiciones sean lo más fructíferas posible. La crisis del periodismo en Europa puede ser menos pronunciada, al menos en algunos de los países y, sin duda, es igualmente seria en varios otros, especialmente en las democracias más jóvenes. Si bien algunas de las circunstancias son diferentes en Europa, la profesión del periodismo a este lado del Atlántico podría beneficiarse inmensamente si se dejara inspirar por este trabajo y lo emulara en sus propios contextos nacionales y regionales.

Las señales ambivalentes de la tecnología: la adaptación al ambiente cibernético

Como en tantos otros sectores, internet y otras formas relacionadas/integradas de ciencias y tecnologías de la información han revolucionado el modo en el que se hace periodismo, alterando los procesos de búsqueda de noticias, producción, almacenamiento, edición, y distribución (ver Allan, 2006 para una visión general de estos desarrollos). No es de menor importancia que el carácter multimedia de la producción de noticias esté transformando los patrones básicos de producción y difusión. Los periódicos y otras organizaciones tradicionales de noticias están pasando por unos momentos tumultuosos de difícil reestructuración. Si bien las organizaciones tradicionales de noticias han desarrollado su presencia en línea, otros actores externos “no-prensa” más nuevos, como Yahoo y Google, también compiten por la atención de la audiencia.

Además, también encontramos proveedores especializados en “comunidades” específicas para determinados tipos de noticias, anuncios, información sobre estilos de vida (sobre, por ejemplo, asuntos financieros, aficiones, salud), como parte de esta nueva mezcla. Desde otro horizonte, encontramos organizaciones de noticias alternativas, tales como Indymedia (www.indymedia.org), con presencia actualmente en más de 150 países. Toman como punto de partida premisas ideológicas alternativas a las de los operadores convencionales. También debemos mencionar sitios que realizan análisis críticos de las noticias e informaciones convencionales, como MediaChannel (www.mediachannel.org). Por ejemplo, Corporate Watch (www.corpwatch.org) hace seguimiento de las acciones de las principales empresas e instituciones financieras, mientras que One World (www.oneworld.org) incide en noticias sobre temas medioambientales y de democracia y PR Watch. Respecto al periodismo convencional en línea, los trabajos de Boczkowski (2004; 2009) y Deuze (2007; 2009), derivados de sus respectivos estudios de campo sobre el modo en el que se realiza el trabajo periodístico en el nuevo entorno de salas de redacción multimedia, ilustran lo que está sucediendo de forma muy interesante. De Boczkowski aprendemos que la extensa infraestructura de mediación, con periodistas y editores vigilantes los unos de los otros, dificulta la diversidad. De forma casi paradójica, el aumento tanto de la transparencia como del número de canales de ejercicio del periodismo tiende a intensificar el mimetismo, con más voces diciendo las mismas cosas. Igualmente, se rompen los patrones temporales básicos de trabajo, con sus periodicidades establecidas. Creo que es clave también indicar que la tecnología como tal no es determinista; sin embargo, juega un papel clave en formular las dinámicas editoriales que determinan qué tipo de historias se cuentan, quién las cuenta, cómo se cuentan, y a qué público se dirigen. Podríamos lamentar que el periodismo convencio-



nal tradicional perdiera esta oportunidad para diversificar, si bien dada la lógica económica nuestro nivel de sorpresa debería ser moderado.

Deuze (2007; 2009) en su trabajo subraya una perspectiva político-económica sobre las condiciones de la producción periodística en línea. Tal como ocurre en los medios de comunicación convencionales, la creciente “contratación temporal” de periodistas no hace sino debilitar su condición profesional. Generalmente, la cultura de la nueva era capitalista en que se produce la reestructuración del trabajo periodístico indica un deterioro de las condiciones de trabajo: flexibilidad funcional, subcontratación, traslados fraudulentos (*off-shoring*), todo ello contribuye a minar la solidez profesional. Y con tanta información circulando en el ciberespacio, el trabajo periodístico abarca más edición y maquetación, y menos escritura original. El otro lado de la misma moneda se observa en el desarrollo de varias formas de periodismo no profesional en línea; y aquí creo que debemos ser especialmente cautos para evitar evaluaciones categóricas sobre sus contribuciones al periodismo y la democracia (ver más abajo).

En otro estudio similar sobre organizaciones de noticias, Klinenberg (2005) observó que la extensa reestructuración provocada por la interrelación de presiones económicas y posibilidades tecnológicas de convergencia multimedia resultó en mayores presiones laborales sobre el personal, el cual se encontró con menos tiempo que antes de las reorganizaciones para preparar y escribir las historias. Los objetivos de productividad, eficiencia y rentabilidad desplazaron los valores periodísticos tradicionales a posiciones aún más marginales. Claramente, en las enormes transiciones en proceso, sería insensato concluir que así ocurrirá siempre, pero es destacable que una tecnología “mejor” no siempre deriva en un “mejor” periodismo. No podemos analizar debidamente el impacto de la tecnología en el periodismo y los periodistas tradicionales en línea sin prestar atención a la economía política. En consecuencia, si bien las tecnologías digitales están modificando las prácticas de producción periodística, en el conjunto de noticias tradicionales estos desarrollos no necesariamente promueven valores periodísticos o de calidad, sino que están más bien dirigidos a lograr beneficios a corto plazo.

Participación de aficionados (con herramientas profesionales)

De manera creciente, sin embargo, no sólo los periodistas profesionales participan en el periodismo en línea. Se observa, por ejemplo, el aumento del periodismo de asistencia ciudadana, en el que las personas envían su material, habitualmente imágenes captadas por medio de sus teléfonos móviles, con el objetivo de establecer organizaciones periodísticas (“¿Se encuentra usted en la escena del desastre? ¡Contáctenos!”). O simplemente interactúan con periodistas establecidos, contestando, añadiendo información, haciendo preguntas, ofreciendo correcciones. Ello puede ciertamente mejorar el periodismo clásico, pero también puede ser caro: simplemente la acción de contestar los correos electrónicos de los lectores puede llevar mucho tiempo que se suma a los gastos de las operaciones periodísticas.

En todo caso, esta no es sino la punta del iceberg. Actualmente, las actividades periodísticas de los ciudadanos están en expansión, gracias en buena medida al abanico de nuevas plataformas multimedia relativamente económicas y aplicaciones disponibles para el gran público, habitualmente denominadas Web 2.0. Chadwick (2006) destaca una serie de tendencias relevantes para nosotros: en la medida en que aumenta la disponibilidad



de banda ancha, la cuestión de la escasez de anchura de banda progresivamente desaparece de escena, haciendo que el carácter multimedia de la red sea más accesible en tanto en cuanto servicio de usuario en la vida cotidiana para un gran número de actividades de comunicación. Los ciudadanos son cada vez más capaces de sortear el formato tradicional del periodismo y recuperar (y producir) información por ellos mismos, “eliminando así al intermediario” del periodismo. El rol histórico de narrador de historias del periodismo se complementa así con grandes flujos e información electrónica socialmente relevante entre personas y organizaciones ajenas al periodismo convencional.

Los grupos organizados con facultades de información sofisticadas no sólo proporcionan materiales de utilidad a sus miembros, sino que en algunos casos también funcionan como fuentes de información para organizaciones periodísticas convencionales. Por ejemplo, grupos medioambientalistas o activistas del consumerismo que tienen por objetivos los centros de explotación de trabajadores de empresas transnacionales también pueden transmitir esta información a los medios de comunicación de masas. La distinción entre quién es y quién no es periodista en este contexto se hace crecientemente confusa dado que se genera una variedad de funciones informativas para clasificar, escudriñar y canalizar datos electrónicos en contextos organizativos y sociales diferentes. Algunos esfuerzos de periodismo-ciudadano hágalo-usted-mismo como Wikinews (www.wikinews.org) adoptan una identidad particular de profesionalismo periodístico, mientras que otros grupos e individuos prescinden totalmente de tales pretensiones. En resumen, hay una gran afluencia de intercambio cívico de información en el ciberespacio que tiende crecientemente a superar los modelos clásicos de producción y difusión periodística. El modelo tradicional de comunicación de masas de enfoque descendente, *top-down*, está siendo cuestionado en este nuevo entorno mediático, con el aumento de comunicación cívica, horizontal, incluyendo modelos periodísticos.

Al máximo alcance, más allá de las variantes del periodismo clásico en línea, encontramos lo que yo denomino esferas públicas cibernéticas cívicas (EPCC) (CCPS de acuerdo con sus siglas en inglés), un universo en expansión, aparentemente infinito, compuesto por la blogosfera, las redes sociales, las producciones individuales y colectivas, incluyendo los esfuerzos de movimientos sociales y activistas de todo tipo imaginable, grupos políticos y religiosos, defensores de determinados estilos de vida, aficionados, y muchos más. Se encuentra aquí una olla cibernética intensamente agitada repleta de hechos y opiniones, debates, chismes, sin sentidos, desinformación, lo intuitivo, lo engañoso, lo poético, todo mezclado, embarullando los límites tradicionales entre lo público y lo privado.

Fenton (2009) indica tres atributos principales de estas EPCC: velocidad y un espacio virtualmente ilimitado; diversidad y calidad descentralizada; y carácter interactivo y participativo. Esto obviamente expresa disponibilidades democráticas. Además, esta esfera pública cibernética proporciona sitios y espacios para la participación política, así como la oportunidad para que los ciudadanos hagan periodismo de una u otra forma. Nuevas herramientas periodísticas ofrecen nuevas prácticas, nuevas posibilidades; la revolución digital ha suministrado nuevos modelos para hacer periodismo, no sólo formas de hacer mejor lo mismo que se hacía antes. Estos desarrollos evocan preguntas sobre el alcance en el que el periodismo puede reinventarse a sí mismo y ser visto todavía como periodismo “tradicional”. Sin embargo, sospecho que es en esta esfera cambiante, caótica y confusa de las

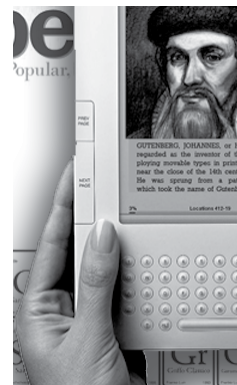
EPCC donde observaremos los contornos de un nuevo periodismo emergente y en proceso de estabilización. Probablemente no sea “clásico” en sus formas o modos de expresión; sólo podemos esperar que sea clásico en el sentido de que contribuya a la democracia, ayudando a que los ciudadanos tomen parte en la definición de sus sociedades.

Ciudadanos, audiencias, consumidores: audiencias proteicas

Los cambios en el periodismo tienen que ver con lo que está ocurriendo tanto en sus propias instituciones como en el más amplio espectro socio-cultural de la modernidad tardía. Por ejemplo, la posición del periodismo en el conjunto de fuentes de información se ha visto reducida. Lo que el público conoce sobre el mundo se debe cada vez menos al periodismo tradicional; su rol en la democracia por lo tanto se ha alterado, se ha reducido. No se trata sólo de que la audiencia sea menor, sino también de que el perfil social y cultural de ésta ha evolucionado. Las audiencias de los medios de comunicación de hoy van en paralelo con las principales tendencias de cambio de la sociedad de la modernidad tardía, donde conceptos como heterogeneidad, fragmentación, construcción de nichos, e individualización se han hecho emblemáticos. En Europa occidental las culturas públicas relativamente homogéneas y unificadas de las primeras décadas después de la Segunda Guerra Mundial se han diversificado. El contexto en el que sólo había un número reducido de canales de radio y televisión, y en el que el acceso a los medios de comunicación transnacionales estaba limitado, ha dejado paso a un nuevo panorama con un gran número de medios de comunicación fragmentados. Por un lado, esto podría considerarse como una victoria democrática: mayor producción y mayor elección, al menos cuando la abundancia no se traduce simplemente en más de lo mismo. Por otro lado, la creciente heterogeneidad de la cultura pública, marcada por un creciente individualismo en los patrones de consumo de medios, ha provocado una mayor dispersión, y, debido las nuevas innovaciones tecnológicas, movilidad, en las audiencias periodísticas.

La noción de “audiencia” ha ido cambiando con los cambios en los enfoques teóricos y empíricos de los investigadores y de los medios de comunicación (ver McQuail, 1997; Ross y Nightingale, 2003); el desafío es especialmente importante en la era de los medios interactivos (Livingstone, 2005). Asimismo, la relación de las personas con los medios, tanto los medios de comunicación tradicionales de masas como los medios digitales más recientes, es cada vez más multidimensional, ya que los encuentros de las personas con los medios se producen en nuevos contextos. Las nuevas tecnologías otorgan a las personas un mayor control sobre la información que reciben, así como el momento y la forma en el que la reciben.

También se observan reducciones, de distinto grado, en el “público lector” de la audiencia en la mayoría de las democracias occidentales, especialmente entre la juventud, conforme los medios basados en la imagen van mostrando posiciones más firmes respecto a noticias y temas de actualidad. Asimismo, a medida que la ciudadanía se va fragmentando, de forma horizontal, emergen nichos de mercado específicos de la segmentación social continua, generando de este modo una distinción jerárquica (vertical) más pronunciada. En general, el fuerte concepto de “público” como voz de una ciudadanía inclusiva apunta más hacia un concepto más débil de espec-





tador de medios, concepto complementado por un conjunto de públicos menores en línea, más exclusivos y habitualmente interactivos.

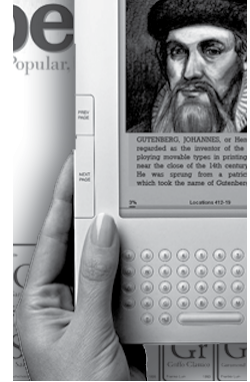
Las audiencias cada vez son más “nómadas”, toman más decisiones independientes y cuentan con mayores capacidades tecnológicas a su disposición; en consecuencia, cada vez se alejan más de ser la típica “presa fácil” de la comunicación a través de los medios de masas. A medida que los medios en sus distintas formas saturan la vida diaria, cada vez es más difícil identificar la atención real que un grupo específico presta a un producto mediático dado. La situación es incierta, y se multiplican las dificultades de medición de audiencia: el informe del año 2007, elaborado por el Project Excellence in Journalism titulado *The State of the News Media* lo formula del siguiente modo: “Conforme las audiencias se disgregan a través de más y más plataformas, prácticamente todas las mediciones de audiencia se hacen deficientes bien porque son defectuosas o porque quedan obsoletas...” (www.stateofthemedias.org).

Ahora bien, si bien puede considerarse que un periodismo inadecuado es un fracaso para la democracia, una forma de desempoderamiento, es igualmente cierto que la teoría democrática también requiere que los ciudadanos asuman ciertas responsabilidades para el bienestar de la democracia. La traducción de este postulado normativo en algún tipo de política concreta, sin embargo, no está exenta de problemas. Aunque puede afirmarse que el periodismo contemporáneo ha contribuido a la limitación de las expectativas de la audiencia debido a su deriva lejana a los ideales tradicionales de la profesión, en el tiempo presente no puede decirse simplemente que recuperar la “calidad periodística” en el sentido tradicional de los términos generará automáticamente unas audiencias mayores. Este es un dilema realmente económico, incluso para aquellos que propugnan sólidos ideales periodísticos.

Ciudadanos alerta pero desconectados

Estudios comparados (ver Milner, 2001) demuestran que aquellos países en que existe calidad periodística, hay radio y teledifusión pública, y los ciudadanos hacen uso de estos medios de comunicación, suelen tener unos niveles de participación electoral más altos. Lo que Milner (2001) denomina “alfabetismo cívico” marca una diferencia. Sin embargo, también puede ser que en el caso de los países nórdicos, por ejemplo, que cuentan con altos niveles de participación en el ejercicio del voto, el elemento de los medios de noticias no pueda considerarse como el factor decisivo.

Hay que tener en cuenta de forma conjunta los medios de comunicación, la cultura política y la capacidad de respuestas de los gobiernos en estas sociedades pequeñas y todavía relativamente homogéneas. Hay fuertes indicadores que apuntan a que precisamente este conjunto de factores es de crítica importancia a largo plazo: no se trata sólo de una mera cuestión de evaluación del rendimiento de los medios, sino también de observar cómo funciona la democracia y cómo toma parte la ciudadanía en el proceso político llamado a determinar el carácter y extensión del compromiso cívico. Un ambicioso estudio reciente (Couldry, Livingstone y Markham, 2007) en el Reino Unido tomó como punto de partida el concepto de “conexión pública mediatizada”, el cual hace referencia a que la ciudadanía comparte una orientación hacia lo público que va más allá de sus preocupaciones de tipo privado, y que dicha orientación se mantiene sobre todo a través de va-



rias formas de periodismo. Los autores enfatizan la distinción entre alerta genuina y en curso, y este tipo de orientación “conexión”.

En consecuencia, la mayoría de las personas no hacen seguimiento de las noticias y temas de actualidad. Pero cuando algo surge que les llama la atención, pueden comenzar a prestar atención y generalmente así lo harán, si están conectados. Aquellos que están “desconectados” generalmente no lo harán. En este sentido, la conexión pública mediatizada puede ser considerada como un recurso al que se puede recurrir cuando las circunstancias lo requieren; se puede decir que una cultura pública compartida necesaria para la democracia depende de personas “cívicamente preparadas”. Tal conexión naturalmente no puede darse por supuesta. “Debe estar basada en individuos e impulsada en el más amplio contexto social, cultural y gubernamental” (Couldry, Livingstone y Markham, 2007: 181).

No obstante, en algún momento las audiencias pueden percibir que pueden hacer uso del periodismo de algún modo. El periodismo tradicional se ha sustentado sobre la premisa de ofrecer noticias e información para permitir que los ciudadanos puedan participar de forma significativa. Sin embargo, esto se basa en la premisa de que los mecanismos políticos para hacer que dicha participación sea posible están funcionando.

Por consiguiente, hay que tomar en consideración no sólo el rendimiento periodístico, sino también cómo está funcionando en cuanto a las dinámicas de la democracia y cómo los ciudadanos lo perciben en relación con el proceso político. El principal problema identificado por los autores es que la mayoría de los participantes en el estudio que mantenía esta conexión pública no creía que haya un claro vínculo entre dicha atención y las oportunidades para algún tipo de acción cívica; el periodismo no tiene influye sobre su condición de ciudadanos. Los autores encontraron “pocas muestras de que la ciudadanía del Reino Unido tuviera acceso a “comunidades de práctica”... a través de las que actuar conjuntamente en el mundo de lo público; como consecuencia resulta más complicado construir... “narrativas plausibles del individuo” que vinculen ciudadanía con el resto de la vida cotidiana” (Couldry, Livingstone y Markham, 2007: 188).

En este punto llegamos a una especie de balance final: el papel fundamental del periodismo en democracia es vincular ciudadanía con vida política. Si los ciudadanos están al menos alerta a los medios de comunicación (si están “conectados”), esta es una condición importante para el compromiso. Sin embargo, si tienen pocas posibilidades para participar realmente, si tienen pocas opciones para sentirse ciudadanos comprometidos, entonces los problemas para el periodismo (y la democracia) se profundizan. En cierto sentido, a largo plazo el futuro del periodismo tradicional está vinculado con el desarrollo de la democracia; lo cual se traduce en un reto presente muy problemático.

La tabloidización de los problemas contra la popularización positiva

Podría argumentarse que la respuesta económica de los sectores de los medios ante las dificultades del periodismo en buena medida ha tomado la forma de una tabloidización creciente. El término tiene varias connotaciones y Sparks delinea varios aspectos básicos del mismo en la introducción a una antología fundamental sobre el tema (Sparks y Tulloch, 2000). Uno de los aspectos dominantes es el patrón por el que los valores de las noticias son escándalos, entretenimiento, celebridades, deportes, etc., negando así áreas tradicionalmente importantes, como sociedad, política y economía.



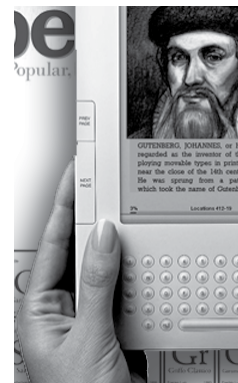
Así, se presta una menor atención a noticias importantes en el contexto de confusión mediática generalizada. Lo “importante” no se corresponde necesariamente con lo que es considerado “interesante”. Y en buena medida lo que se presenta como interesante puede no ser de importancia para la democracia.

En su contribución a la discusión sobre la tabloidización, Elizabeth Bird (2009) observa que una serie de características apuntan hacia esta tendencia periodística, pero todavía no hemos alcanzado una definición última de qué se trata realmente. (La autora también nos recuerda que lo mismo sucede con el periodismo tradicional y sus estándares de verdad y objetividad...). Acertadamente, dirige el debate en esta dirección: si no nos ponemos de acuerdo sobre qué nos preocupa realmente sobre la tabloidización, ¿cómo podemos decir en qué sentido es peligrosa? Esta es una pregunta retórica de importancia, si bien ella misma también reconoce que los argumentos de la crítica son igualmente problemáticos, no sólo porque la tirada de dicho periodismo está teniendo lugar a expensas de otras posibilidades de contribución periodística.

No obstante, si bien buena parte del periodismo consiste en sensacionalismo, escándalo, personalización, dramatización excesiva y el desbaratamiento de valores cívicos de noticias, la democracia todavía puede nutrirse si la confusión general del producto periodístico de la sociedad sigue conteniendo información relevante y de utilidad para los ciudadanos, independientemente de la forma que adopte. Yo prestaría atención a la importancia de la existencia de muchos estilos y géneros en el periodismo, dirigidos a diferentes preferencias, diferentes modelos y niveles de competencia lingüística y analítica. Sin embargo, en la medida en que los elementos centrales del periodismo tradicional siguen menguando, debería hacerse sonar la alarma.

Los medios de comunicación siempre han querido alcanzar mayores audiencias, y puede considerarse que la tabloidización no es más que una forma extrema de popularización, esto es, no más que una simple estrategia para llegar a un mayor público. Esto no es ni intrínsecamente bueno ni malo; la popularización en la práctica no tiene por qué ser negativa (ver por ejemplo, Dahlgren y Sparks, 1992), incluso si bien la distinción entre popularización aceptable y tabloidización deplorable seguirá siendo polémica. La popularización puede significar hacer que la esfera pública esté al alcance de un mayor número de personas a través de formatos y estilos de presentación más accesibles, ayudando a que las personas se sientan más integradas en la sociedad como ciudadanos. También puede traducirse en seleccionar temas y experiencias del ámbito de la experiencia privada e incorporarlos en la esfera pública como asuntos importantes y discutibles. En un panorama mediático diverso, las formas populares de periodismo pueden dirigirse a aquellos segmentos de la población que pueden sentirse excluidos por formatos y registros discursivos más intelectuales; las formas populares pueden involucrar, incitar, y provocar, actuando como catalizadores para la discusión y el debate.

Existen, en otras palabras, distintas versiones de la popularización. Por lo tanto, si bien la popularización puede caer directamente en los escollos obvios y convertirse, simplemente, en tabloidización en el sentido negativo del término, especialmente si el cimientamiento de la información cívica relevante decae, no es siempre cierto que aferrarse a los formatos periodísticos tradicionales per se sea el mejor modo de defender la democracia en un tiempo de dramático cambio socio-cultural. Deberíamos mover nuestra



atención desde la tabloidización como trayectoria negativa a la observación de cómo la popularización puede utilizarse de forma satisfactoria para la participación cívica.

Es realmente cierto que la producción de los medios debe ser “oportunista” respecto a las audiencias, esto es, ha de estar alerta a sus preferencias, expectativas, etcétera. Sin embargo, también es verdad que los medios de comunicación tienen una responsabilidad en estructurar los horizontes de las expectativas: ofrecer más diversión y formular menos demandas sobre las audiencias conduce a expectativas de, bueno... más diversión y menos demandas. Tales desarrollos se encuentran en el centro de buena parte del debate en el periodismo actual, y van a continuar provocando el debate. El gran reto, podría parecer, es desarrollar nuevas formas populares que al mismo tiempo den con amplias audiencias y comuniquen significativamente sobre asuntos de importancia.

Realidades plurales

Uno de los fundamentos del periodismo tradicional siempre ha sido su compromiso con la verdad. Pero no hace falta ser un filósofo en la disciplina para comprender que la noción de “verdad” puede ser resbaladiza. Desde el mismo momento en que vamos más allá de la simple correspondencia entre teorías de la verdad y realidad fáctica básica e incontestable (esto es, el general rebelde fue asesinado o no en la emboscada) las cosas se complican. Ahora bien, la complicación no justifica la capitulación ante la invención creativa sobre qué es lo que realmente tuvo lugar en un suceso. En un momento en el que el relativismo parece ganar cierta legitimidad, tanto periodistas como lectores necesitan herramientas útiles para orientarse. Nociones como “corroboración estructural”, junto con otras, pueden y deber servir como criterios prácticos y críticos para la evaluación de la veracidad de los textos, incluso aunque nuestra comprensión de las perspectivas posicionadas, sistema de valores, etcétera puede evolucionar (volveré sobre este tema más adelante). En el periodismo, el compromiso con la verdad debe ser sustancial, incluso cuando este compromiso deba verse atenuado por el entendimiento de las dificultades en alcanzar la verdad y definirla en situaciones complejas.

La verdad prismática

La indiferencia de la administración Bush con respecto a la verdad, su rechazo a aceptar la realidad fáctica y su preferencia por la intensidad de los sentimientos, fue por supuesto profundamente problemática en sí misma, pero también es peligrosa en tanto en cuanto podría generar un precedente para el futuro, tanto en la política como en el sector de los medios de comunicación. Junto con las lógicas económicas que restringen el ejercicio del periodismo, uno puede imaginar que tal pendiente ética descendente puede perfectamente continuar si no cuenta con una oposición activa; y la lucha ascendente siempre sería más complicada. Se han sucedido muchos comentarios críticos entre periodistas y académicos en respuesta a tales tendencias actuales.

Es importante apreciar la importancia del humor político en este contexto y en el espacio político en general. En Estados Unidos se observa bastante sátira y parodia en la esfera pública (ciertamente mucho más que en mi país, Suecia), especialmente en televisión, y se ve habitualmente a los

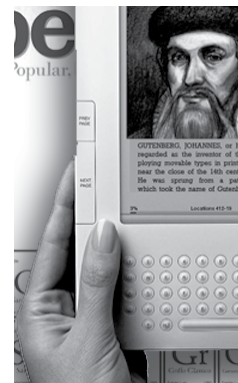


cómicos nocturnos como un nuevo tipo de líderes de opinión. Tales intervenciones exponen las “ficciones creíbles”, engaños, desinformaciones, giros de la clase política, así como las carencias del periodismo. Jones (2005) indica que este tipo de intervención cómica no debería reemplazar el periodismo, si bien deberíamos observar el humor político como parte integral y necesaria de la esfera pública. La risa es saludable, tanto como intervención crítica para la democracia, como para nuestros propios espíritus. Si bien puede ser indicador del estado del periodismo en Estados Unidos el hecho de que el programa de televisión *The Daily Show with Jon Stewart*, que toma la forma de un programa de noticias satírico con la política y los medios, sea considerado periodismo por muchos espectadores jóvenes.

Dicho humor toma como punto de partida la idea de que hay una verdad, y que en principio esa verdad está a nuestro alcance. Sin embargo, si los clásicos problemas de conocimiento y verdad siempre van a estar presentes, no podemos evitar enfrentarnos al relativismo. El relativismo no es una desagradable e innecesaria enfermedad, sino que deriva de la comprensión propia de la Ilustración de nuestras limitaciones epistemológicas; desde Kant hemos sido bastante conscientes de las condiciones que modulan y delimitan nuestro conocimiento del mundo. La reflexión sobre lo que conocemos (y cómo lo conocemos) no es sólo útil sino que debería ser también esencial para el arte y la profesión del periodismo (al igual que con respecto a cualquier otro contexto humano). Reconocer que nuestro conocimiento es posicional y contingente no significa que no podemos conocer, que la verdad (en el sentido de conocimiento y comprensión sobre asuntos humanos) siempre está más allá de nosotros. Más bien, dicha reflexión nos empuja no sólo a estudiar nuestros hechos. Más aun, también nos sirve para mantener cierto nivel de humildad sobre nuestro conocimiento y una curiosidad sobre lo que queda tras él.

Para el periodismo, así como para todos nosotros en nuestras vidas diarias, buena parte del mundo consiste en verdades fácticas no-negociables, en el sentido de que son sólidas y no pueden ser negociadas o corrompidas. En este sentido, el periodismo simplemente ha de acceder correctamente a la información. Otros campos de la actividad humana están más abiertos a la interpretación, sus mensajes pueden ser negociados, contestados, como con respecto a la declaración “El primer ministro está teniendo grandes problemas políticos”. Incluso con hechos sólidos puede haber modos diferentes de enmarcarlos, haciendo uso de distintas premisas, etcétera. Las tensiones sobre la verdad por lo tanto no sólo incluyen disputas sobre hechos, sino también sobre el significado que debería atribuirse a los hechos, lo cual habitualmente tiene que ver con los marcos de percepción y predisposiciones normativas. Frente a cierto grado de relativismo inexorable, una forzada adhesión a la noción de objetividad formal no nos lleva demasiado lejos. La verdad puede ser realmente multidimensional, e incluso si bien no todas las versiones tienen igual validez ante nosotros, otros pueden ser de distinta opinión, dependiendo de premisas ideológicas: así, ¿la desregulación dirigida a aumentar las fuerzas del mercado fomenta o restringe la libertad en la sociedad? Por lo tanto, el compromiso del periodismo con la verdad, y su enfoque basado en hechos, sigue siendo crucial, pero no le va a eximir de la necesidad de abordar la naturaleza plural de la realidad social.

En cierto modo así ha sido siempre, pero creo que podemos esperar que este reto epistemológico para el periodismo continúe creciendo, conforme más y más actores sociales hagan cada vez un mayor uso de los resortes de la Web en expansión. Como señalé previamente, podemos anticipar que



el conocimiento público seguirá derivando de forma paulatina de fuentes no-profesionales o no-tradicionales, con más géneros nuevos y formas híbridas emergentes. Esta tendencia se alimenta de las capacidades de uso y acceso, así como de la creciente difusión de nuevas tecnologías de los medios de comunicación, especialmente entre la juventud. En el periodismo, es importante mantener altos estándares respecto a la exactitud de los hechos, veracidad de las fuentes, autenticidad de los documentos, etcétera. En esas circunstancias, surge una tensión: el carácter prismático de la realidad social confronta versiones monolíticas del mundo. Esto es especialmente destacado en el contexto de la globalización de la comunicación entre individuos, grupos, instituciones, públicos, y culturas políticas, así como en el marco de sociedades nacionales divididas en base a horizontes políticos, etnias y culturas. En principio se podrían contar muchas posibles historias sobre el mismo fenómeno. El periodismo, en todas sus formas heterogéneas, lo enfatiza aun más. Pero también tiene que mantener su compromiso con la verdad.

Muchos periodismos: ¿hacia un “orden multi-epistémico”?

El dilema se ejemplifica claramente cuando prestamos atención a los medios alternativos y activistas. Tienen una larga historia; su relevancia hoy no hace sino crecer, conforme las nuevas tecnologías colaboran facilitando dichas formas de periodismo comprometido y aumentan su visibilidad (Downey, 2000; Atton, 2002; Ostertag, 2007; Waltz, 2005). Existe un vasto abanico de este tipo de sitios y actividades periodísticos en la red, y divergen de formas significativas de los medios de comunicación de masas convencionales (Baily, Cammaerts y Carpentier, 2007). Al mismo tiempo, como se suele señalar a menudo, la dicotomía entre periodismo “convencional” y “alternativo” no es siempre tan obvia como se tiende a sospechar de inicio. Hay muestras de distintos “entrecruzamientos” al nivel de la práctica, lo que indica que tendría sentido tratar las diferencias como un continuo y no como una ruptura, especialmente teniendo en cuenta la emergencia de un cuadro pequeño pero creciente de periodistas “híbridos”, con un pie en cada sector (Harcup, 2005).

Sería insensato minimizar los contrastes entre aquellos medios de información convencionales de noticias y aquellos que explícitamente contrarían sus visiones del mundo, como Altnet, Zmag y Fair (www.altnet.org; www.zmag.org; www.fair.org). La red establecida por el Centro de Medios Independientes, Indymedia, mencionada previamente, es la más extensa y conocida de entre los servicios de noticias alternativas en línea, y es un buen caso de estudio. Viktor Pickard (2006) considera que el modelo básico detrás de Indymedia es fundamentalmente diferente e incompatible con el de las organizaciones corporativas de noticias. En términos periodísticos, Indymedia se considera una fuerza de oposición, y ofrece una visión del mundo decididamente alternativa a la que se puede encontrar en los medios comerciales convencionales. Tal como lo formula Hyde (2005), Indymedia puede considerarse en parte como una respuesta al periodismo basado en beneficios propio de los medios corporativos, y en parte como una manifestación de la tradición de la prensa alternativa en Estados Unidos que ahora se muestra en línea. Podemos añadir otras versiones de periodismo ciudadano cibernético, en el que individuos y grupos procedentes de distintas direcciones políticas y epistemológicas proveen información a los medios con materiales empíricos originales, informes editados, comen-



tarios, discusiones, debates, manifiestos políticos haciendo uso de un abanico de plataformas tecnológicas.

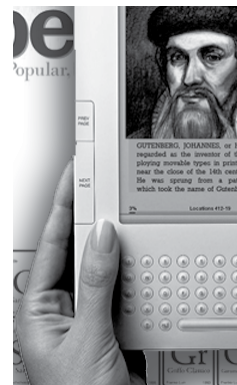
Una noción prismática de la verdad se sustenta en lo que podríamos denominar “orden multi-epistémico” emergente, en el que se entiende y acepta de forma generalizada que todas las narrativas son posicionales, todas las perspectivas en la sociedad son contingentes, especialmente en un mundo en el que la comunicación política se dispersa en una matriz compleja de medios de carácter global. Sin embargo, al mismo tiempo seguiremos necesitando criterios factibles para distinguir las buenas historias de las menos buenas, los relatos fieles de las distorsiones, las verdades de las falsedades. ¿Cómo se posicionará el periodismo tradicional en el marco de este nuevo régimen epistemológico, y qué constituirá de hecho “periodismo” bajo estas nuevas condiciones de medios? ¿Seguirá siendo el periodismo tradicional la institución principal, con la que los varios modelos de periodismo ciudadano cibernético tendrán que enfrentarse? ¿O seguirá erosionándose la posición del periodismo tradicional?

Sospecho que el referente tradicional de “objetividad” seguirá desvaneciéndose en cuanto a estrategia profesional e ideológica definitiva, mientras que la noción de “verdad” seguirá siendo operativa, a pesar de sus dificultades. Conforme el modelo tradicional mono-epistémico sigue decayendo, y el multi-epistémico gana en importancia, ¿Cómo mantener, normativamente y en la práctica, lo que podríamos denominar criterios de línea de fondo para los estándares de la calidad periodística? ¿Cómo distinguiremos la verdad real de la verdad aparente? Si la “objetividad” tradicionalmente ha sido el concepto legitimador de primera línea del buen periodismo, pero actualmente parece ser más difícil de afirmar de manera convincente en el nuevo contexto mediático, podría ser recomendable echar la vista hacia otras nociones directamente asociadas con la objetividad (y todavía útiles) y promocionarlas como atributos de primera categoría. En ese sentido, tenemos:

1. Certeza: adhesión a lo que es fácticamente indiscutible;
2. Imparcialidad: representación de una pluralidad de voces;
3. Transparencia: exposición del proceso productivo, así como de los límites del conocimiento propio, a través de la reflexión y la revelación.
4. Rendición de cuentas: control y asunción de las consecuencias por mala praxis, tal como mentiras, errores y desinformaciones.

Estos son sólidos criterios para la calidad periodística, que parece que todavía dejarían lugar para una naturaleza plural de la realidad en caso de ser aplicados rigurosamente, incluso cuando es posible anticipar muchos espacios potenciales de tensión entre ellos en casos concretos.

En consecuencia, parece posible mantener el ideal de la verdad y movilizar los criterios para un buen periodismo incluso en un orden multi-epistémico. En la práctica, sin embargo, lo problemático es el grado de no-comunicación observable entre actores dispares en la esfera pública así como en ciertas formas de periodismo enfrentado. El peligro clásico de la esfera pública fragmentada constituida por actores políticos dispares con escasos o nulos elementos comunes corre el riesgo de acentuarse debido al desarrollo de un orden multi-epistémico en el periodismo mismo. Es esencial matener una cultura pública mínima compartida que permita que los adversarios políticos puedan comunicarse entre ellos mismos de forma significativa (en las calles, casas, parlamento, en línea). No obstante, si el ambiente multi-epistémico se traduce en una segregación cognitiva entre



grupos, en la que las visiones del mundo se refuerzan a través de periodismos desconectados entre sí, los dilemas de la democracia serán realmente profundos.

El periodismo en la modernidad tardía va a seguir siendo un espacio de dificultad institucional, incertidumbre profesional, y contención política. Sólo nos queda esperar que siga siendo un espacio de imaginación y creatividad. Si las condiciones sociales e institucionales que dieron lugar al surgimiento del periodismo tradicional han evolucionado, por supuesto el periodismo deberá cambiar también. Las preguntas fundamentales son: ¿Podemos encontrar vías para completar las funciones tradicionales del periodismo en un contexto social distinto, pero a través de nuevos medios, nuevos géneros, y nuevas relaciones con la audiencia, de forma tal que todavía se promoció una democracia saludable y la cultura cívica necesaria para comprometer a la ciudadanía? ¿Y podemos generar criterios nuevos y viables para definir lo que significa calidad en estas prácticas periodísticas nuevas?

Bibliografía

- Altheide, D. y Robert S., (1991), *Media Worlds in the Post-Journalism Era*, New York: Aldine de Gruyter.
- Allan, S., (2006), *Online Journalism*. Maidenhead: Open University Press.
- Atton, Chris, (2002), *Alternative Media*. London: Sage.
- Baily, Olga, Bart Cammaerts, y Nico Carpentier, (2007), *Understanding Alternative Media*. Maidenhead, UK: Open University Press.
- Baker, C. Edwin (2002), *Media, Markets and Democracy*. New York: Cambridge University Press.
- Baker, Edwin C. (2006), *Media Concentration and Democracy: Why Ownership Matters*. New York: Cambridge University Press.
- Benson, Rodney y Erik Neveu, (eds) (2005), *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge: Polity Press.
- Bird, Elisabeth (2009), 'Tabloidization: What is it and does it really matter?' en: Barbie Zelizer, ed. *The Changing Face of Journalism*. London: Routledge, pp. 40-50.
- Boczkowski, Pablo (2004), *Digitalizing the News: Innovation in Online newspapers*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Boczkowski, Pablo (2009), 'Materiality and mimicry in the journalism field'. En Barbie Zelizer, ed. *The Changing Faces of Journalism*. London: Routledge, pp 56-67.
- Borjesson, Kristina, ed, (2002), *Into the Buzzsaw: Leading Journalists Expose the Myth of a Free Press*. Amhurst, NY: Prometheus Books, 2002.
- Chadwick, Andrew (2006), *Internet Politics: States, Citizens and New Communication Technologies*. New York: Oxford University Press.
- Couldry, Nick, Sonia Livingstone, y Tim Markham (2007) *Media Consumption and Public Engagement: Beyond the Presumption of Attention*. Basingstoke: Intellect.
- Dahlgren, Peter, & Colin Sparks, (eds) (1992), *Journalism and Popular Culture*. London: Sage.
- Deuze, Mark (2007), *Media Work*. Cambridge: Polity Press.
- Deuze, Mark (2009), *Technology and the individual journalist: Agency beyond imitation and change*. En Barbie Zelizer, (ed). *The Changing Faces of Journalism*. London: Routledge, pp 82-97.
- Downing, John, (2000), *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. London: Sage
- Ewen, Stuart (1996), *PR! A Social History of Spin*. New York: Basic Books
- Fenton, Natalie (2009), "Drowning or waving? New media, journalism and democracy" En Natalie Fenton, ed. *New Media, Old News? Journalism and Democracy in the Digital Age*. London: Sage, pp. 3-16.



- Ginsbourg, Paul (2004), *Silvio Berlusconi: Television, Power and Parsimony*. London: Verso.
- Haas, Tanni y Linda Steiner (2006), "Public journalism: A reply to critics." *Journalism* 7, no 2, pp. 238-254.
- Hallin, Daniel (1992), "The passing of the 'high modernism' of American journalism". *Journal of Communication*, 42, no. 3, pp. 14-25.
- Hallin, Daniel C. y Paolo Mancini (2004), *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. New York: Cambridge University Press.
- Hamelink, Cees (2007), "The professionalization of political communication: democracy at stake?", en: Negrine et. al, op cit, pp. 177-192.
- Harcup, Tony (2005), "I'm doing this to change the world': journalism in alternative and mainstream media". *Journalism Studies* 6, no. 3, pp. 361-374.
- Henry, Neil (2007), *American Carnival: Journalism Under Siege in an Age of New Media*. Berkeley: University of California Press, 2007.
- Hyde, Gene (2003), "Independent media centers: Cyber/subversion and the alternative press". *First Monday: Peer-Reviewed Journal on the Internet* 7, no. 4. Acceso online: [www.fitstmonday.org/issues//issue7_4/hyde/index.htm]
- Klinenberg, Eric (2005), "Convergence: News production in a digital age." *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 597, pp. 48-64.
- Jones, Jeffrey (2005), *Entertaining Politics: New Political Television and Civic Culture*. London: Sage.
- Livingstone, Sonia, ed. (2005a), *Audiences and Publics: When Cultural Engagement Matters for the Public Sphere*. Bristol: Intellect.
- Lowy, Eric (2005), *The Media and Political Process*. London: Sage.
- McChesney, Robert (2007), *Communication Revolution: Critical Junctures and the Future of the Media* New York: The New Press, 2007.
- McQuail, Denis (1997), *Audience Analysis*. London: Sage
- Meyer, Phillip (2004), *The Vanishing Newspaper: Saving Journalism in the Information Age*. Columbia: University of Missouri Press.
- Milner, Henry (2001), *Civic Literacy: How Informed Citizens Make Democracy Work*. Hanover, NH: University Press of New England.
- Negrine, Ralph, Paolo Mancini, Christina Holtz-Bacha, y Stylianos Papatathananassopoulos, eds. (2007), *The Professionalization of Political Communication*. Bristol: Intellect.
- Ostertag, Bob (2007), *People's Movements, People's Press: The Journalism of Social Justice Movements*. Boston: Beacon Press.
- Pickard, Viktor W. (2006), "United yet autonomous Indymedia and the struggle to sustain a radical democratic network." *Media, Culture and Society* 28, no. 3, pp. 315-326.
- Schiller, Dan (2007), *How to Think About Information* Urbana: University of Illinois Press.
- Sparks, Colin, y John Tulloch, eds (2000), *Tabloid Tales: Global Debates Over Media Standards*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- Voakes, Paul S. (2004), "A brief history of public journalism". *National Civic Review* 93(3), pp. 25-35.
- Waltz, Mitzi (2005), *Alternative and Activist Media*, Edinburgh: University of Edinburgh Press.