

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 11, año 2023. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-17600-75-4

El problema de la verdad. Retos y riesgos en la comunicación (2022)

Francisco J. Caro-González, Manuel Garrido-Lora,
María del Mar García-Gordillo (editores)

Separata

Capítulo 3

Título del Capítulo

«Pero ¿qué me cuentas? Una revisión del concepto de verdad en el siglo XXI»

Autoría

María del Mar García-Gordillo;
Dolors Palau-Sampio;
Rubén Rivas-de-Roca

Cómo citar este Capítulo

García-Gordillo, M.M.; Palau-Sampio, D.; Rivas-de-Roca, R. (2022): «Pero ¿qué me cuentas? Una revisión del concepto de verdad en el siglo XXI». En Caro-González, F.J.; Garrido-Lora, M.; García-Gordillo, M.M. (editores) (2022), *El problema de la verdad. Retos y riesgos en la comunicación*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-17600-75-4

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c3.emcs.11.p98>

Francisco Javier Caro-González
Manuel Garrido-Lora
María del Mar García-Gordillo
(editores)

EL PROBLEMA DE LA VERDAD

Retos y riesgos en
la comunicación



COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones



El libro *El problema de la verdad. Retos y riesgos en la comunicación* está integrado en la colección «Periodística» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

La «verdad» ha sido tradicionalmente objeto de debate e investigación de diferentes disciplinas académicas. *El problema de la verdad* trata de situar este esquivo e inaprensible concepto en el marco de los estudios propios del campo de la Comunicación. Teniendo en cuenta que los medios de comunicación de masas son la instancia clave en la construcción social de la realidad y que definen los marcos de visibilidad y referencias compartidas, los ensayos que componen esta obra colectiva abordan el fenómeno de la «verdad» y los procesos de producción, distribución y recepción de ésta en el ámbito de la comunicación profesionalizada.

El problema de la verdad cubre un vacío en la investigación sobre comunicación, interpretando este fenómeno desde enfoques multidisciplinares actualizados: sociología, periodismo, publicidad, comunicación empresarial y comunicación política. Concepto polifacético y de difícil gestión en un ecosistema de comunicación incierto —como el actual—, «la verdad» es un objeto primordial de preocupación en el periodismo, la publicidad y en la comunicación en general, asunto sobre el que esta obra pretende generar nuevas conversaciones

Sumario

Prólogo	
<i>por Ofa Bezunartea</i>	9
1. Medios y miedos. Reflexiones sociológicas sobre el valor de la verdad en tiempos de pandemia	
<i>por Jordi Busquet; Luis Concepción</i>	25
1. <i>Los medios y el encuadre de la realidad</i>	29
2. <i>Tiempo de crisis y crisis de confianza</i>	33
3. <i>El eclipse de la realidad en el mundo virtual</i>	37
4. <i>Conclusiones</i>	44
<i>Bibliografía</i>	45
2. Mito y posverdad: entre la ficción y la política	
<i>por Adrián Huici</i>	47
1. <i>Introducción: entre el mito y la posverdad</i>	47
2. <i>Mito y pensamiento mítico</i>	48
3. <i>Elementos míticos en el discurso de Donald Trump</i>	50
4. <i>Conclusión</i>	59
<i>Bibliografía</i>	60
3. Pero ¿qué me cuentas? Una revisión del concepto de verdad en el siglo XXI	
<i>por Mar García-Gordillo; Dolors Palau-Sampio</i>	
<i>Rubén Rivas-de-Roca</i>	61
1. <i>Introducción</i>	61
2. <i>Revisión de los conceptos de los elementos del periodismo</i>	62
2.1. <i>La verdad: el primer principio y el más confuso</i>	62
2.2. <i>Para quién trabaja el periodista</i>	63
2.3. <i>Periodismo de verificación</i>	65

2.4. <i>Independencia</i>	66
2.5. <i>Vigilar al poder y dar voz a quien no la tiene</i>	67
2.6. <i>El periodismo como foro público</i>	69
2.7. <i>Compromiso y relevancia</i>	70
2.8. <i>Las informaciones deben ser exhaustivas y proporcionadas</i>	71
2.9. <i>Los periodistas tienen una responsabilidad con su conciencia</i>	73
3. <i>Discusión y resultados</i>	74
<i>Bibliografía</i>	77
4. La lucha contra la desinformación en la sociedad post-pandemia: un reto para el periodismo y más allá <i>por Concha Pérez-Curiel; Andreu Casero-Ripollés</i>	83
1. <i>Introducción</i>	83
2. <i>Desinformación y bulos contra la salud pública: la influencia de nuevos actores</i>	85
3. <i>Oportunidades y nuevo rol del periodismo: entre el fact-checking y la media literacy</i>	88
4. <i>Plan de acción de instituciones y plataformas sociales contra la infodemia</i>	91
5. <i>Conclusiones</i>	93
<i>Bibliografía</i>	94
5. El camino de la verdad en el periodismo local. Una aproximación desde la teoría de redes y del actor-red <i>por Francisco J. Caro-González; Rubén Rivas-de-Roca</i>	99
1. <i>Introducción</i>	99
2. <i>Los recursos de verificación</i>	102
3. <i>Las teorías del actor-red y de las redes sociales</i>	103
4. <i>Las variables de la red social personal</i>	104
4.1. <i>La red social personal (RSP)</i>	109
4.2. <i>Recursos no humanos</i>	112
4.3. <i>El periodismo local</i>	114
5. <i>Conclusiones</i>	116
<i>Bibliografía</i>	118

6. Precarización y desinformación, un muro para la verificación. Desafíos para la verdad informativa en el nuevo entorno de producción y consumo mediático	
<i>por Juan Manuel Moreno Mesa; William Sánchez Decicco</i>	121
1. <i>Las reglas del juego siguen cambiando</i>	122
2. <i>De la calle y la libreta a la pantalla y las notificaciones</i>	124
3. <i>La nueva manera de recibir y participar en el proceso informativo</i>	131
4. <i>Recuperar la credibilidad como respuesta</i>	134
<i>Bibliografía</i>	137
7. La matriz desinformativa del periodismo futbolístico. La permanente confusión entre rumores y hechos en la cobertura del mercado de fichajes	
<i>por José Luis Rojas-Torrijos; Matheus Simões Mello</i>	141
1. <i>La verdad como fin, la objetividad como método en el periodismo</i>	141
2. <i>La desinformación no es algo nuevo en la información deportiva</i>	143
3. <i>Un estudio sobre cuatro diarios europeos</i>	146
4. <i>Resultados</i>	147
5. <i>Conclusiones</i>	152
<i>Bibliografía</i>	154
8. Luces y sombras en los estereotipos de mujer en la publicidad	
<i>por Manuel Garrido-Lora; Victoria Tur-Viñes</i>	157
1. <i>Introducción</i>	157
2. <i>Implicaciones legales y deontológicas de la representación estereotipada de la mujer en el discurso publicitario</i>	160
3. <i>Evolución diacrónica de la representación de la mujer y su interacción con la masculinidad en el discurso publicitario</i>	164
4. <i>Esfuerzos en la publicidad actual conducentes a una representación más veraz de la mujer en la publicidad</i> ..	168
5. <i>A modo de conclusión</i>	171
<i>Bibliografía</i>	172

9. La escenificación del poder a través de los actos oficiales.

**Análisis comunicativo del uso de simbología religiosa
en las ceremonias de Estado de la España aconfesional**

por Ricardo Domínguez García;

<i>Ana María Velasco Molpeceres</i>	175
1. <i>Introducción</i>	175
2. <i>La importancia de los símbolos y los ritos en la política</i>	177
3. <i>La aconfesionalidad española</i>	180
4. <i>La presencia de simbología religiosa en las ceremonias de Estado de España</i>	184
4. <i>Conclusiones</i>	188
<i>Bibliografía</i>	189

Pero ¿qué me cuentas? Una revisión del concepto de verdad en el siglo XXI

Mar García-Gordillo
Universidad de Sevilla

Dolors Palau-Sampio
Universitat de València

Rubén Rivas-de-Roca
Universidad de Sevilla

1. Introducción

La información es sustancial para las sociedades democráticas. Su difusión, atribuida a los medios de comunicación, ha ido cambiando al ritmo que lo hacía la tecnología. Esta evolución, unida a una permanente crisis estructural (Blumler, 2018; Casero-Ripollés, 2014) a la que se han ido sumando continuas crisis coyunturales de los medios, ha hecho que elementos externos determinen la calidad del producto y su papel como articulador de una esfera pública (Habermas, 2006) sostenedora del debate social.

Hace casi 25 años (1997) se reunieron en la Universidad de Harvard 23 periodistas que constituyeron el *Committee of Concerned Journalists* (Comité de los Periodistas Preocupados) con la intención de estudiar la evolución sufrida por el periodismo. Toca ahora revisar la situación a partir de aquel planteamiento certero. Los medios padecen su mayor crisis de credibilidad con un consumo a la baja, la irrupción de sistemas híbridos de medios (Chadwick, 2013; Bennett; Pfetsch, 2018) y la consolidación de nuevos espacios como las redes sociales soportadas en la transformación digital (Perloff, 2019; Blumler, 2016; Bimber; Gil de Zúñiga, 2020). En este entramado, la infor-

mación ha pasado a un segundo plano y el concepto de verdad informativa está más diluido que nunca.

Abordamos un replanteamiento de los elementos definidos por Kovach y Rosenstiel con el ánimo de actualizarlos y confirmar o descartar su vigencia, así como avanzar una propuesta que permita recuperar el valor de los periodistas y de su labor para conformar una esfera pública responsable, formada e informada y con capacidad de acción.

2. Revisión de los conceptos de los elementos del periodismo

2.1. La verdad: el primer principio y el más confuso

Kovach y Rosenstiel (2001: 51-52) posicionaron el concepto de verdad como el primero de los elementos del periodismo, lo calificaron como su primera obligación y también como el elemento más confuso y definieron la actividad periodística como «el conocimiento indirecto mediante el cual los ciudadanos perfilan sus opiniones del mundo». Es cierto que los periodistas no cuentan exactamente la verdad, sino que construyen una realidad paralela sobre el acontecer diario en dos niveles diferenciados: la selección de los hechos para la construcción del relato general y la selección de los datos para la narración de cada uno de estos hechos. La teoría de la *agenda setting* establecida por McCombs y Shaw (1972) y sus evoluciones posteriores: la teoría de los encuadres (*framing theory*) (Entman, 2007) y la teoría del *priming* (Scheufele; Tewksbury, 2007), confirman este proceso de construcción general. Chillón Lorenzo (2007) habla de dos verdades periodísticas: la verdad informativa, centrada en lo interesante de la actualidad, y la verdad práctica, centrada en hechos que deben responder a los intereses fundamentales del hombre y a la situación cultural e intelectual en la que vive (distingue entre el hecho como tal y el relato del mismo). Aun así, y consciente de esta reconstrucción de verdades, la profesión no cesa en la búsqueda de un relato lo más próximo posible a la realidad, a la verdad.

El avance tecnológico de los últimos años no ha modificado sustancialmente este planteamiento periodístico inicial (López García, 2015), sino que lo ha reforzado con la permanente búsqueda de la veracidad en el quehacer cotidiano y la permanente labor de contraste y verificación de datos para satisfacer las necesidades de la ciudadanía transmitiendo lo que es verdaderamente importante y relevante.

Sin embargo, el equilibrio en la construcción de este relato verdadero y útil para la ciudadanía se ha roto. Esto se debe a que el avance tecnológico ha incluido en la esfera mediática a agentes externos a la profesión periodística (periodismo ciudadano, perfiles individuales y *trols* en redes sociales, etc.). Ello ha impulsado el desarrollo de nuevos formatos narrativos que no se ajustan a criterios profesionales y que derivan en una mezcla de información y entretenimiento que confunde información y opinión (Sparks; Tulloch, 2000; Zelizer; Allan, 2010); ha permitido que las fuentes puedan informar directamente a sus públicos sin una mediación profesional que las contextualice. Todos estos factores alteran la posibilidad de ofrecer un relato verdadero de la realidad.

Si Kovach y Rosenstiel establecieron la búsqueda de la verdad como el primero de los elementos del periodismo y el más complejo, el nuevo panorama mediático actual lo ha complicado aún más y ha introducido elementos y agentes que nada tienen que ver con la profesión, pero que indican directamente en el relato que construye.

2.2. Para quién trabaja el periodista

El fin último del periodismo es la ciudadanía, no solo porque este trabajo carecería de sentido sin la atención de una audiencia, sino porque los principios jurídicos que lo amparan y protegen así lo determinan. Kovach y Rosenstiel afirman que su propósito principal es «proporcionar al ciudadano la información que necesita para ser libre y gobernarse a sí mismo» (2001: 18). Esta razón de ser marca no solo la filosofía sino también las líneas rojas de la labor periodística y su necesaria

adscripción a los principios de la ética y de la deontología. En esta filosofía, el rol periodístico de vigilancia frente a los poderes políticos y económicos ha sido una piedra de toque de la profesión, como también el rol de ejercer de altavoz de la ciudadanía. Sin embargo, la pérdida de credibilidad de los medios y el desapego social a la tarea que desarrollan evidencian una ruptura que se ha ido agudizando en los últimos años, en un contexto mediático híbrido (Chadwick, 2013) y con una creciente polarización política y social.

La crisis financiera y de modelo de negocio experimentada por los medios desde la primera década del siglo (Curran, 2010; Franklin, 2014; Picard, 2014) ha tenido un peso determinante a la hora de acentuar tendencias iniciadas en la década de 1990. Por una parte, la necesidad de atraer audiencias —como reclamo para los anunciantes— ha fomentado que la mercadotecnia convierta a lectores y espectadores en meros «clientes», algo que Kovach y Rosenstiel rechazan, bajo la premisa de que «más que vender contenido a los clientes, los periodistas construyen una relación con sus lectores, oyentes o espectadores basada en sus valores, en sus juicios, autoridad, profesionalidad y compromiso con la comunidad» (2001: 86).

Por otra parte, las condiciones económicas que atraviesa el sector han hecho más vulnerable la información a las presiones externas, fundamentalmente del campo económico y político. El informe de la Asociación de la Prensa de Madrid de 2019 recogía que tres cuartas partes de los periodistas encuestados habían experimentado algún tipo de presión en su labor profesional (APM, 2019: 50). Estas no solo se ejercen por parte de agentes externos, como políticos o económicos, sino que en buena medida (56%) proceden de los propios directivos del medio (APM, 2019: 50).

Los datos anteriores muestran las limitaciones e imposiciones presentes en la labor periodística, pero también las implicaciones democráticas que derivan de ella, que Kovach y Rosenstiel recogen de manera elocuente: «Cuanto más democrática es la sociedad, más noticias e información suele suministrar» (2001: 29).

2.3. *Periodismo de verificación*

La verificación de la información constituye la esencia del periodismo (Kovach; Rosenstiel, 2001) y la garantía necesaria de una información de calidad (Gómez Mompert; Gutiérrez Lozano; Palau Sampio, 2013). La verificación constituye en sí un método de trabajo para asegurar que aquella información que se proporciona es correcta y veraz. De hecho, la protección de la que goza el ejercicio periodístico atiende precisamente a esta dimensión, a la capacidad de «comunicar o recibir libremente información veraz», como recoge al artículo 20 d) de la Constitución Española.

La labor de verificación parte de la necesaria búsqueda y contraste de fuentes de información, para garantizar que aquellos datos que se publican responden con exactitud a la realidad que refieren. El primer paso en la verificación requiere un análisis de la calidad de las fuentes y de su adecuación para proporcionar determinada información. Sin embargo, más allá del acceso a ésta, es imprescindible corroborar cada detalle que proporciona la fuente, ya sea a través de información documental o de otras fuentes personales que hayan asistido a un evento informativo o dispongan de información de primera mano.

La verificación está estrechamente vinculada a la transparencia, uno de los principales problemas que destacan distintos estudios como responsable de la escasa calidad de los medios (Lacy; Rosenstiel, 2015; Newman; Fletcher, 2017). En este sentido, no solo es necesaria la diversidad de fuentes en el tratamiento de la información sino también la identificación de su procedencia, para poder ofrecer a la audiencia las bases sobre las que se sustenta.

Las particulares condiciones de producción informativa, con la inmediatez como imposición, han llevado a relegar la intrínseca necesidad de verificación hasta convertirla en una tarea alternativa. En cierta medida el auge del *fact-checking* como estrategia de verificación del discurso público (Amazeen, 2015; Graves; Nyhan; Reifler, 2016; Palau-Sampio, 2018) representa

una paradoja (López García; Rodríguez; Álvarez, 2016), precisamente cuando en las últimas décadas medios de prestigio de todo el mundo han renunciado a sus departamentos de verificación, como consecuencia de los efectos de la crisis económica. No obstante, el acceso a la producción y distribución de información a través de las redes sociales en un contexto híbrido de medios ha contribuido a impulsar numerosos proyectos de verificación en todo el mundo (Adair; Stencel, 2020), entre los que se incluyen las plataformas españolas *Maldita.es* o *Newtral*.

2.4. *Independencia*

La independencia constituye un principio básico del periodismo que alude a que «no se puede informar de una noticia al tiempo que se forma parte de ella» (Kovach; Rosenstiel, 2001: 135). Se trata de un valor clave para garantizar que el periodista mantiene distancias con las partes involucradas. Esta noción de independencia se encuentra muy ligada a las democracias occidentales (Hanitzsch, 2007; Mellado, 2020), lo que pone en duda su dimensión universal. Sin embargo, en todos los sistemas mediáticos existen relaciones de dependencia con la clase política (Benson; Powers, 2011; Figueiras, 2017); la cuestión radica en hasta qué punto el periodismo solo se ocupa de las necesidades de dicha élite.

Kovach y Rosenstiel (2001) consideran que la transparencia de los vínculos profesionales es importante, pero no suficiente para salvaguardar la necesaria separación de los hechos. En este sentido, Polonska y Beckett (2019) definen independencia como un principio poliédrico, que exige la ausencia de controles políticos y económicos sobre la creación de las noticias. Por su parte, Karppinen y Moe (2016) valoran la independencia como la principal fuente de credibilidad y democracia ante la ciudadanía, una característica que periodistas y medios han de erigir frente a diferentes estructuras, como los partidos políticos, los grupos de interés o los conglomerados mediáticos.

Uno de los ámbitos que ha experimentado mayores debates en los últimos años en torno a la independencia profesional es

el de las radiotelevisiónes públicas (Hanretty, 2011; Goyanes *et al.*, 2020). Frente a las críticas de manipulación, la gestión por parte de los propios trabajadores se revela como una forma de implementar la independencia de los poderes públicos (López-Cepeda; Soengas-Pérez; Campos-Freire, 2019). En cambio, el hecho de que los receptores vean a los medios no como representantes de sus intereses, sino como un poder en sí mismo del que se sienten apartados, posee enormes implicaciones sociales para la profesión (Bennett, 2015).

Los medios digitales han adoptado los estándares fijados por la prensa convencional (Riordan, 2014), con la novedad de que las pequeñas *start-ups* surgidas en la Red permiten *a priori* una mayor independencia (Deuze; Witschge, 2018). En este contexto de reconfiguración del periodismo, que se asemeja a la comunicación en redes sociales (Hermida; Mellado, 2020), la independencia sigue siendo un valor fundamental (Hunter, 2015; Karpinnen; Moe, 2016). Dicho principio funciona como guía profesional (Steele, 2007), especialmente en la acepción amplia presentada por Kovach y Rosenstiel (2001), para quienes la independencia había de ser comprometida. Esto implica aplicarla para proporcionar soluciones a los problemas de la sociedad.

2.5. *Vigilar al poder y dar voz a quien no la tiene*

Kovach y Rosenstiel sostienen que «los periodistas deben ejercer un control independiente del poder» (2001: 155), un principio que se identifica con la función de perro guardián (*watchdog*), particularmente en los países anglosajones (Henkel; Thurman; Deffner, 2019). Esta perspectiva frentista de la profesión no es completamente compartida con otras tradiciones periodísticas, como demuestran recientes estudios comparados (Rivas-de-Roca; García-Gordillo; Caro-González, 2020; Mellado, 2020). No obstante, la labor de vigilancia como representante de las comunidades más olvidadas sí que constituye una función clave para la democracia, singularmente de la información política (McNair, 2009).

Más allá de particularidades geográficas, el hecho de brindar voz a los sectores periféricos de la sociedad contribuye a aumentar la cohesión social. La principal herramienta para conseguir ese fin es el periodismo de investigación (Lück *et al.*, 2018), una especialización que vigila detenidamente a los poderosos y da cuenta de las consecuencias de sus acciones. Según Kovach y Rosenstiel (2001), esta modalidad se enfrentaba en los albores del siglo XXI a problemas de espectacularización e infoentretenimiento, a los que se sumaba un notable incremento de las fuentes anónimas.

En el actual marco de comunicación híbrido (Chadwick, 2013), los rasgos anteriores suponen un fenómeno en auge (Valhondo-Crego; Berrocal-Gonzalo, 2020), pero las tecnologías digitales han posibilitado asimismo la emergencia de iniciativas en internet que desarrollan investigaciones periodísticas. Por un lado, han aparecido medios hiperlocales que efectúan una amplia monitorización de las actividades públicas en sus espacios de proximidad (Hunter, 2015; Harcup, 2016), mejorando la rendición de cuentas y otorgando un canal de expresión a pequeñas comunidades de pertenencia. Por otro, las plataformas de verificación (*fact-checking*) también llevan a cabo una vigilancia del poder (Palau-Sampio, 2018; Ufarte-Ruiz; Peralta-García; Murcia-Verdú, 2018), por lo que se puede afirmar que entre sus misiones se hallan objetivos netamente periodísticos. A ello se suman investigaciones colaborativas transnacionales, inspiradas en los *Panama Papers*.

Esta nueva era del periodismo de investigación, más local y a su vez menos mediatizado en el sentido tradicional, presta una gran atención a la audiencia, que comparte en su mayoría la visión del periodista como vigilante del poder (Vos; Eichholz; Karaliova, 2019). Este público y los propios reporteros construyen una identidad de la profesión asociada a la resistencia frente a las cada vez más frecuentes fuentes institucionales (Fredriksson; Johansson, 2014). Todas estas tendencias suponen una progresiva revitalización del papel de control democrático, en comparación con el debilitamiento que Kovach y Rosenstiel (2001) observaban en la época del liderazgo televisivo.

2.6. *El periodismo como foro público*

La democracia precisa del periodismo para la generación de opinión pública. El periodismo es el espacio, el foro en el que se alienta el debate y la discusión, mediante parámetros de convivencia entre políticos y periodistas (Van Dalen, 2019) entre los que se debe establecer una relación, que no siempre ha sido fácil pero que llegó a alcanzar altas dosis de respeto y que suponía la base de una comunicación mediada entre políticos y ciudadanos, donde ambos conocía el rol que jugaban (Bennett; Pfetsch, 2018). Kovach y Rosenstiel defendieron este aspecto como el sexto de los elementos del periodismo, afirmando que todas las modalidades del periodismo pueden contribuir a la función de creación de un foro público y llamar la atención del ciudadano sobre determinadas cuestiones de tal modo que alienten su reflexión (2001: 186).

La crisis estructural que vive el periodismo ha quebrado su identidad (Jarvis, 2015) debido a la falta de confianza de las audiencias, la irrupción de nuevos medios y formatos (Bimber; Gil de Zúñiga, 2020; Blumler, 2018), su incapacidad para establecer la agenda y los marcos conceptuales (Bennett; Pfetsch, 2018), el cambio relacional entre periodistas y políticos (Blumler, 2018; Van Dalen, 2019), la precarización de la profesión (Casero-Ripollés, 2014), la radicalización de los mensajes o la espectacularización de la información producida por la hibridación de información y entretenimiento (Chadwick, 2013; Bennett; Pfetsch, 2018), que ha conseguido atraer a grandes masas de público y que permiten que ciudadanos que antes no accedían a la información reciban alguna, aunque bañada de sensacionalismo. La esfera pública conocida hasta ahora, inclusiva y bien estructurada, se ha quebrado y ha pasado a ser una esfera disruptiva (Blumler, 2018; Bennett; Pfetsch, 2018) en la que la radicalización de ideas ya apuntada por Kovach y Rosenstiel (2001: 187) ha ocupado un lugar de gran relevancia en los medios no tradicionales y digitales, aprovechando la debilidad de los medios clásicos (Casero-Ripollés; García-Gordillo, 2021).

Williams y Delli Carpini (2011: 286) aciertan al describir el momento actual como una encrucijada del sistema. El modelo que ha estado vigente durante la segunda mitad del siglo XX puede darse por terminado, sin embargo, aún no se ha definido el modelo emergente. En cualquier caso, el nuevo foro público, el nuevo espacio de debate y reflexión social, estará condicionado por la multiaxialidad y la hiperrealidad. Ambas características, según los autores, abren la posibilidad de un nuevo sistema, que se define día a día, y que no ha olvidado las ventajas del pasado, pero que absorberá y utilizará todas las posibilidades del futuro.

2.7. Compromiso y relevancia

Los periodistas tienen la responsabilidad de ofrecer no solo información relevante sino también de hacerla accesible y atractiva a un público amplio. Ello implica un esfuerzo para proporcionar contenidos que respondan al interés público y que reflejen la diversidad social, cultural o geográfica de la audiencia. Este compromiso se traslada también al alcance y la profundización de los contenidos, en un esfuerzo por contextualizar las noticias y por agregar nuevos enfoques o aproximaciones (Lacy; Rosenstiel, 2015). Precisamente en ella reside la voluntad de diferenciación y singularidad de los medios, tanto en las historias que publican como en la diversidad de fuentes en las que se apoyan para relatarlas, o en una representatividad social inclusiva, tanto en edades como en género o nivel socioeconómico (Newman; Fletcher, 2017).

La dualidad entre relevancia informativa y atención del público no siempre se ha resuelto sin tensiones. En una apuesta por atraer audiencia, los medios han optado por contenidos que se apartan del interés público para centrarse en aquellos aspectos más polémicos o llamativos de la información. La banalización y la tendencia al infoentretenimiento han pesado de forma importante en la pérdida de calidad, en un fenómeno que los expertos han venido a calificar como tabloidización o trivialización de contenidos, en referencia a la deriva hacia

asuntos y formas características de la prensa sensacionalista (Sparks; Tulloch, 2000; Zelizer; Allan, 2010).

En este camino, algunos medios han apostado por las llamadas noticias blandas (*soft news*), tanto en la selección de temas (curiosidades, sucesos, famosos o el interés humano) como en situar el foco en lo individual y episódico frente a lo social, o en la emoción y la personalización en el estilo (Reinemann *et al.*, 2012). Todo ello con el objetivo de hacer una representación desde ángulos más entretenidos y digeribles. Esta táctica, sin embargo, constituye no solo una técnica de manipulación al apartar a la audiencia de los temas importantes (Díaz Nosty, 2017), sino también una estrategia que, a largo plazo, destruye la autoridad del medio informativo (Kovach; Rosenstiel, 2001).

La necesidad de llegar a la audiencia exige, según Kovach y Rosenstiel (2001), un esfuerzo por hacer que los contenidos despierten la atención social. «La tarea de transmitir la información de un modo atractivo forma parte del compromiso del periodista con el ciudadano» (2001: 203), a través de técnicas narrativas que permitan acercar los contenidos de forma atractiva, sin alterar el contenido ni optar por el engaño de los titulares *clickbait* (Palau-Sampio, 2016).

2.8. Las informaciones deben ser exhaustivas y proporcionadas

El debate sobre el contenido noticioso es intrínseco a la práctica periodística. Kovach y Rosenstiel estiman que la significación de una información «depende de su exhaustividad y proporcionalidad de objetivos» (2001: 225), puesto que esas características permiten alcanzar una información veraz y precisa. De esta manera el ciudadano puede acceder a un conocimiento profundo de los sucesos que acontecen en su sociedad. El interrogante esencial pasa por cómo determinar que una pieza informativa cumple dichos principios.

Los propios Kovach y Rosenstiel calificaron como un error «la lógica económica de dirigirse a sectores de población muy concretos» (2001: 227), abandonando los medios a importan-

tes capas sociales. Por ello, se aboga por un periodismo que se encargue de las necesidades de toda la comunidad por igual (McNair, 2009), especialmente en el ámbito de la proximidad (Rivas-de-Roca; García-Gordillo; Caro-González, 2020). El objetivo es elaborar informaciones de servicio público, para lo cual resulta fundamental una adecuada gestión de las fuentes (Casero Ripollés; López Rabadán, 2013), que han de ser plurales y contrastadas. Por tanto, las fuentes funcionan como un criterio de calidad profesional. La idea subyacente es que los medios deben perseguir la representatividad social en sus noticias, a similitud del carácter inclusivo demandado a las corporaciones públicas de radiotelevisión (Goyanes *et al.*, 2020).

Las nociones de exhaustividad y proporcionalidad llevan décadas amenazadas por el sensacionalismo, que atribuye al periodismo rasgos de los productos excedentarios (Deuze; Witschge, 2018; Valhondo-Crego; Berrocal-Gonzalo, 2020). Este proceso se ha visto acrecentado por la irrupción digital de múltiples noticias falsas (*fake news*) en el panorama mediático, que devalúan el compromiso factual del periodismo (Nelson; Taneja, 2018). Se trata de un fenómeno que se produce en un contexto de proliferación de las plataformas en la Red, quebrando la lógica mediática convencional y sus bases éticas (Ward; Wasserman, 2010).

En cualquier caso, las nuevas tecnologías conllevan una oportunidad para ofrecer informaciones más abiertas y objetivas, como las que genera el periodismo de datos (Lesage; Hackett, 2014). Esta reciente especialización facilita la consecución de elevadas cotas de exhaustividad, así como de imparcialidad, siempre y cuando los datos busquen representar al conjunto de la sociedad (Cushion; Lewis; Callaghan, 2017). Lo que sí parece evidente es que las herramientas digitales proporcionan numerosa información de la audiencia, de tal forma que las empresas periodísticas pueden diseñar sus piezas en virtud de los públicos. Esta potencialidad ya fue advertida por Kovach y Rosenstiel (2001), siendo el periodismo de datos uno de sus mayores ejemplos a día de hoy para promover un ecosistema mediático más democrático.

2.9. *Los periodistas tienen una responsabilidad con su conciencia*

El trabajo de los profesionales de la información está sometido a la regulación legal, pero la responsabilidad que implica conlleva también la adopción de normas de autorregulación a la hora de desarrollar su actividad y dar cuenta de ella a la sociedad (Pritchard, 2000). El periodismo se ha dotado de códigos éticos que tratan de gestionar comportamientos profesionales que no están regulados jurídicamente (Frost, 2015; Editors' Code of Practice Committee, 2018).

Términos como deontología, ética periodística, responsabilidad social o rendición de cuentas (*accountability*) refieren a distintos instrumentos no estatales (Bertrand, 2000), que convierten a autores y autoras de la información en «responsables de la calidad y de las consecuencias de aquello que publican». Junto a mecanismos tradicionales como la figura del *ombudsman* (Palau-Sampio; Gutiérrez-Lozano; Gómez Mompert, 2016) o los códigos éticos, los medios también han ido incorporando las diferentes opciones que permite el entorno digital (Domingo; Heikkilä, 2008). Comentarios digitales o reacciones a través de redes sociales favorecen la inmediatez y el intercambio directo entre audiencia y medios (Fengler *et al.*, 2015; Craft; Vos; Wolfgang, 2016). Sin embargo, estas herramientas están lejos de responder a las necesidades de un diálogo fluido y algunos medios limitan su potencial al de un mero instrumento promocional.

Kovach y Rosenstiel apuestan por la conciencia personal de los y las periodistas en el ejercicio de la actividad, a partir de una cultura que aliente a la responsabilidad individual, en el sentido de que puedan expresar abiertamente su punto de vista para «anticipar y reflejar verazmente las cada vez más diversas perspectivas y necesidades» (2001: 250). Esta responsabilidad con la conciencia se ve favorecida desde las bases de una redacción que represente la pluralidad y diversidad en términos efectivos, «una diversidad intelectual, que comprenda y dé sentido a todas las demás» (2001: 259). Los autores no escon-

den, sin embargo, las dificultades para hacer efectiva esta participación, teniendo en cuenta la estructura jerárquica y la concentración de medios (2001: 249). A ella se suman los efectos de las presiones ejercidas sobre los propios profesionales que, como pone de manifiesto el estudio de la APM (2019), proceden en buena medida del propio medio. En un contexto de precariedad laboral, acompañado de nuevas oleadas de despidos (FAPE, 2020), la expresión de esta conciencia a la que apelaban Kovach y Rosenstiel se antoja difícil.

Esta diversidad intelectual y conciencia individual van ligadas no solo al compromiso personal de los periodistas que escapan a las rutinas y ejercen su trabajo desde la autonomía, sino también a la implicación de la ciudadanía, que tiene «su cuota de responsabilidad» (Kovach; Rosenstiel, 2001: 264). Dos décadas después, el balance dista de ser positivo en el avance hacia una corresponsabilidad en la calidad y transparencia de los medios. Mientras los periodistas se sienten particularmente responsables ante su conciencia, el código deontológico del periodismo y sus fuentes, la ciudadanía reclama, en cambio, responsabilidad ante la audiencia (Chaparro-Domínguez; Suárez-Villegas; Rodríguez-Martínez, 2020).

3. *Discusión y resultados*

A partir de la revisión de la obra clásica de Kovach y Rosenstiel, este trabajo ha intentado aproximarse al estado del periodismo en nuestros días. La irrupción y consolidación de las nuevas tecnologías no ha modificado *per se* los elementos definidos por estos dos autores, ni tampoco el propósito último de la profesión. Su dimensión democrática como servicio público que aporta información para la deliberación social sigue siendo referenciada por la literatura (Curran, 2010; Lück *et al.*, 2018).

No obstante, la definición de la verdad periodística, entendida como un concepto primigenio de la información para Kovach y Rosenstiel (2001), se ha complicado con la irrup-

ción de agentes externos al periodismo, nuevos formatos y el acceso no mediado de las fuentes a sus públicos, derivados de la transformación digital (Park, 2016; Perloff, 2019). Uno de los mayores problemas es la difusión masiva de falsedades (*fake news*) en la Red, canalizadas a través de todo tipo de dispositivos (Nelson; Taneja, 2018).

Asimismo, la emergencia de nuevos medios y formatos incide en la calidad periodística y en la esfera pública, amenazadas por los elementos disruptivos que caracterizan a la actual comunicación política (Blumler, 2018; Bimber; Gil de Zúñiga, 2020), en la cual el rol de la prensa está todavía por determinar. La hibridación mediática ha conllevado la aparición de modalidades que mezclan información y entretenimiento, radicalizando el mensaje e incorporando al debate público a actores que antes eran ajenos a este. El resultado es un presente sombrío para el periodismo, marcado por la escasa influencia social y los límites difusos de la actividad profesional, cada vez más entroncados con el infoentretenimiento. Los hechos pierden su carácter noticioso frente a las opiniones, lo que implica una devaluación de la factualidad, que hasta ahora constituía *a priori* el cimiento de las decisiones democráticas.

La proliferación digital de desinformación perjudicial para el bienestar democrático requiere precisamente de una labor esencialmente periodística, que ha de trascender de unos medios poco creíbles para amplias capas sociales. Este capítulo recoge que la degradación de la calidad informativa no parece revelarse como óbice para el mantenimiento de los elementos clásicos del periodismo. Grandes valores como la verdad, la independencia, la proporcionalidad, el compromiso o la responsabilidad se antojan fundamentales para una profesión más necesaria que nunca.

Asociados a los rasgos mencionados por Kovach y Rosenstiel (2001), en los últimos años se detectan interesantes iniciativas de *fact-checking*, que realizan labores de verificación fuera de unos medios tradicionales que renuncian a esa función. El auge de la verificación (Adair; Stencel, 2020) viene a demostrar la necesidad social de contar con herramientas para dis-

cernir los hechos de aquello que se basa en falsedades. Esta demanda es lo que impulsa la aparición de estos actores no mediáticos que se encargan de contrastar los distintos sucesos. Sin embargo, también surgen medios digitales hiperlocales y de colaboración ciudadana (Harcup, 2016), que priorizan la acción investigadora. Se observa así una cierta revitalización de esta modalidad periodística, en la que se presta una importante atención a la audiencia al intentar resolver sus inquietudes sociales.

El peso concedido al periodismo de investigación, tanto por las plataformas de *fact-checking* como por recientes iniciativas informativas, evidencia la vigencia de la perspectiva del periodista como vigilante del poder (*watchdog*). Esta función tradicional y a la vez central en el valor social de la profesión es objeto de interés académico por parte de los estudios sobre roles profesionales (Hanitzsch, 2007; Mellado, 2020). Su cumplimiento asegura tanto el control de los poderes públicos como la posibilidad de dar a conocer los problemas de la ciudadanía.

En resumen, la interrelación constante entre la lógica digital y el sistema mediático ha menguado la calidad informativa y alterado la dimensión del periodismo como foro público, pero no ha modificado los elementos constitutivos de la profesión que Kovach y Rosenstiel (2001) definieron en su certera aproximación. De hecho, la hibridación abre las puertas a nuevas prácticas comunicativas que pueden significar un fortalecimiento de funciones como la verificación o la vigilancia.

Lo que parece evidente es que, en un contexto de consumo informativo de naturaleza móvil y ubicua, los periodistas ya no actúan como únicos *gatekeepers*. Esto obliga a una reinterpretación de la noción de esfera pública, en la que, a pesar de la pujanza de las redes sociales, los criterios profesionales revisados en este capítulo deben ser más importantes que los simples *retweets* o *likes* para determinar la verdad. Fenómenos como la «infodemia» generada por la covid-19 han puesto de manifiesto la trascendencia de espolear la factualidad como base de la comunicación periodística.

Bibliografía

- Adair, B.; Stencel, M. (2020): *How We Identify Fact-Checkers*. <https://bit.ly/2MrKUFj>
- Amazeen, Michelle A. (2015): «Revisiting the epistemology of fact-checking», *Critical Review*, vol. 27, núm. 1, pp. 1-22. <https://doi.org/10.1080/08913811.2014.993890>
- Asociación de la Prensa de Madrid (APM) (2019). *Informe Anual de la Profesión Periodística 2019*. <https://bit.ly/35aR5UP>
- Bennett, James (2015): «Introduction: The Utopia of Independent Media: Independence, Working with Freedom and Working for Free». En James Bennett; Nikki Strange (eds.), *Media Independence: Working with Freedom or Working for Free* (pp. 1-28). Londres: Routledge.
- Bennett, W.L.; Pfetsch, B. (2018): «Rethinking political communication in a time of disrupted public spheres», *Journal of Communication*, vol. 68, núm. 2, pp. 243-253. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx017>
- Benson, R.; Powers, M. (2011): *Public Media and Political Independence: Lessons for the Future of Journalism from Around the World*, Nueva York: The Free press.
- Bertrand, C.J. (2000): *Media ethics and accountability systems*, Londres: Routledge.
- Bimber, B.; Gil de Zúñiga, H. (2020): «The unedited public sphere», *New Media & Society*, vol. 22, núm. 4, pp. 700-715. <https://doi.org/10.1177/1461444819893980>
- Blumler, Jay G. (2016): «The fourth age of political communication», *Politiques de communication*, núm. 1, pp. 19-30. <https://doi.org/10.3917/pdc.006.0019>
- Blumler, Jay G. (2018): «The Crisis of Public Communication, 1995-2017», *Javnost-The Public*, vol. 25, núm. 1-2, pp. 83-92. <https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1418799>
- Casero Ripollés, A.; López Rabadán, P. (2013): «La gestión de las fuentes informativas como criterio de calidad profesional». En J. Gómez Mompert; J. Gutiérrez Lozano; D. Palau Sampio (eds.), *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales* (pp. 73-89). Barcelona: Aldea global.
- Casero-Ripollés, A. (2014): «La pérdida de valor de la información periodística: causas y consecuencias», *Anuario ThinkEPI*, núm. 8, pp. 256-259.
- Casero-Ripollés, A.; García-Gordillo, M. (2021): «La influencia del Periodismo en el ecosistema digital». En L. M. Pedrero Esteban; A. Pérez Escoda (eds.), *Cartografía de la comunicación post digital: medios y audiencias en la Sociedad de la COVID-19* (pp. 157-176). Madrid: Civitas Thomson Reuters. <https://doi.org/10.32029/2605-4655.07.02.2020>
- Chadwick, Andrew (2013): *The hybrid media system: Politics and power*, Nueva York: Oxford University Press.
- Chaparro-Domínguez, M.Á.; Suárez-Villegas, J.C.; Rodríguez-Martínez, R. (2020): «Media accountability and journalists: to whom do Spanish professionals feel responsible?», *Journalism Practice*, vol. 14, núm. 7, pp. 812-829. <https://doi.org/10.1080/1512786.2019.1655470>
- Chillón Lorenzo, José Manuel (2007): «Verdad Informativa y veracidad informadora: ¿puede hacer algo el periodismo por la verdad?», *Univer-*

- sitas philosophica*, vol. 24, núm. 48, pp. 95-125.
- Craft, S.; Vos, T.; Wolfgang, J.D. (2016): «Reader Comments as Press Criticism: Implications for the Journalistic Field», *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, vol. 17, núm. 6, pp. 677-693. <https://doi.org/10.1177/1464884915579332>
- Curran, James (2010): «The future of journalism», *Journalism Studies*, vol. 11, núm. 4, pp. 464-476. <https://doi.org/10.1080/14616701003722444>
- Cushion, S.; Lewis, J.; Callaghan, R. (2017): «Data Journalism, Impartiality and Statistical Claims», *Journalism Practice*, vol. 11, núm. 10, pp. 1198-1215. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1256789>
- Deuze, M.; Witschge, T. (2018): «Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism», *Journalism*, vol. 19, núm. 2, pp. 165-181. <https://doi.org/10.1177/1464884916688550>
- Díaz Nosty, B. (2017): «Migración del espectáculo de la política a la tertulia polarizada». *Cuadernos de periodistas*. <https://bit.ly/3pQtwsa>
- Domingo, D.; Heinonen, A. (2008): «Weblogs and journalism», *Nordicom Review*, vol. 29, núm. 1, pp. 3-15.
- Editors' Code of Practice Committee (2018). *The Editors' Codebook*. <https://bit.ly/3brFh4I>; <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>.
- Entman, Robert M. (2007): «Framing Bias: Media in the Distribution of Power», *Journal of Communication*, vol. 57, núm. 1, pp. 163-173. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x>.
- FAPE (Federación de Asociaciones de Periodistas de España) (2020): La FAPE asume y respalda el Manifiesto contra el desmantelamiento del sistema comunicativo valenciano elaborado por la Unió de Periodistes Valencians. <https://bit.ly/2LcVDU6>
- Fengler, S.; Eberwein, T.; Alsius, S. et al. (2015): «How Effective is Media Self-regulation? Results from a Comparative Survey of European Journalists», *European Journal of Communication*, vol. 30, núm. 3, pp. 249-266. <http://dx.doi.org/10.1177/0267323114561009>
- Figueiras, Rita (2017): «Primetime Consociation: Portuguese Punditry in Between Media Independence and Political Patronage», *European Journal of Communication*, vol. 32, núm. 4, pp. 312-332. <https://doi.org/10.1177/0267323117710899>
- Franklin, Bob (2014): «The Future of Journalism: In an age of digital media and economic uncertainty», *Journalism Studies*, vol. 15, núm. 5, pp. 481-499. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.930254>
- Fredriksson, M.; Johansson, B. (2014): «The Dynamics of Professional Identity», *Journalism Practice*, vol. 8, núm. 5, pp. 585-595. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.884746>
- Frost, Chris (2015): *Journalism ethics and regulation*, Nueva York: Routledge.
- Gómez Mompert, J.L.; Gutiérrez Lozano, J.; Palau Sampio, D. (2013): *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*, Barcelona: UAB.
- Goyanes, M.; Vaz-Alvárez, M.; Campos-Freire, F.; Demeter, M. (2020): «Journalists' Empowerment Through Protest in the Newsroom and Beyond: How the Viernes Negros Movement Reshaped the Independence of the Spanish Public Television», *Journalism Studies*, vol. 21, núm. 14, pp. 2042-2057. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1809495>
- Graves, L.; Nyhan, B.; Reifler, J. (2016). «Understanding innova-

- tions in journalistic practice: A field experiment examining motivations for fact-checking», *Journal of Communication*, vol. 66, núm. 1, pp. 102-138. <https://doi.org/10.1111/jcom.12198>
- Habermas, J. (2006): «Political communication in media society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research», *Communication Theory*, vol. 26, núm. 4, pp. 411-426. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2006.00280.x>
- Hanitzsch, T. (2007): «Deconstructing Journalism Culture: Toward a Universal Theory», *Communication Theory*, vol. 17, núm. 4, pp. 367-385. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00303.x>
- Hanretty, C. (2011): *Public Broadcasting and Political Interference*, Londres: Routledge.
- Harcup, T. (2016): «Alternative Journalism as Monitorial Citizenship?», *Digital Journalism*, vol. 4, núm. 5, 639-657. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1063077>
- Henkel, I.; Thurman, N.; Deffner, V. (2019): «Comparing Journalism Cultures in Britain and Germany: Confrontation, Contextualization, Conformity», *Journalism Studies*, vol. 20 núm. 14, pp. 1995-2013. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1551067>
- Hermida, A.; Mellado, C. (2020): «Dimensions of Social Media Logics: Mapping Forms of Journalistic Norms and Practices on Twitter and Instagram», *Digital Journalism*, vol. 8, núm. 7, pp. 864-884. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1805779>
- Hunter, A. (2015): «Crowdfunding independent and freelance journalism: Negotiating journalistic norms of autonomy and objectivity», *New Media & Society*, vol. 17, núm. 2, pp. 272-288. <https://doi.org/10.1177/1461444814558915>
- Jarvis, J. (2015): *El fin de los medios de comunicación de masas. ¿Cómo serán las noticias del futuro?*, Barcelona: Planeta.
- Karppinen, K.; Moe, H. (2016): «What We Talk About When Talk About Media Independence», *Javnost-The Public*, vol. 23, núm. 2, pp. 105-119. <https://doi.org/10.1080/13183222.2016.1162986>
- Kovach, B.; Rosenstiel, T. (2001): *The elements of journalism: What news people should know and the public should expect*, Nueva York: Crown Publishers.
- Lacy, S.; Rosenstiel, T. (2015): *Defining and Measuring Quality Journalism. Rutgers School of Communication*. <https://bit.ly/2JLZG98>
- Lesage, F.; Hackett, R.A. (2014): «Between Objectivity and Openness-The Mediality of Data for Journalism», *Media and Communication*, vol. 2, núm. 2, pp. 42-54. <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v2i2.128>
- López García, X.; Rodríguez, A.I.; Álvarez, L. (2016): «Análisis de las experiencias de The Washington Post y The Guardian», *Telos*, núm. 103, pp. 74-83.
- López García, X. (2015): «La renovación de los elementos del periodismo». En X. López García; F. Campos Freire (eds), *Periodismo en cambio* (pp. 187-214). Porto: Media XXI.
- López-Cepeda, A.M.; Soengas-Pérez, X.; Campos-Freire, F. (2019): «Gobernanza de las radio-televisiónes públicas europeas: poder estructural centralizado y politizado». *El Profesional de la Información*, vol. 28, núm. 6, e280618. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.nov.18>

- Lück, J.; Wessler, H.; Maia, R.; Wozniak, A. (2018): «Journalist-source relations and the deliberative system: A network performance approach to investigating journalism's contribution to facilitating public deliberation in a globalized world», *The International Communication Gazette*, vol. 80, núm. 6, pp. 509-531. <https://doi.org/10.1177/1748048518754378>
- McCombs, M.; Shaw, D. (1972): «The Agenda-Setting Function of Mass Media», *Public Opinion Quarterly*, núm. 36, pp. 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- McNair, B. (2009): «Journalism and Democracy». En K. Wahl Jorgensen; T. Hanitzsch (eds.), *The Handbook of Journalism Studies* (pp. 237-249). Nueva York: Routledge.
- Mellado, C. (2020): *Beyond Journalistic Norms: Role Performance and News in Comparative Perspective*, Nueva York: Routledge.
- Nelson, J.L.; Taneja, H. (2018): «The small, disloyal fake news audience: The role of audience availability in fake news consumption», *New Media & Society*, vol. 20, núm. 10, pp. 3720-3737. <https://doi.org/10.1177/1461444818758715>
- Newman, N.; Fletcher, R. (2017): *Bias, Bullshit and Lies. Audience Perspectives on Low Trust in the Media*. <https://bit.ly/3hEwFsm>
- Palau-Sampio, D.; Gutiérrez-Lozano, J.F.; Gómez-Mompert, J.L. (2016): «Ombudsman and active readers. Interaction concerning journalistic quality», *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 71, pp. 1.344-1.364.
- Palau-Sampio, D. (2016): «Reference press metamorphosis in the digital context: clickbait and tabloid strategies in Elpais.com», *Communication & Society*, vol. 29, núm. 2, pp. 63-80. <https://doi.org/10.15581/003.29.2.63-79>
- Palau-Sampio, D. (2018): «Fact-checking and scrutiny of power: Supervision of public discourses in new media platforms from Latin America», *Communication & Society*, vol. 3, núm. 3, pp. 347-363. <https://doi.org/10.15581/003.31.3.347-365>
- Park, Chang Sup (2016): «Carnivalism and engaging journalism in the current-affairs podcasts in South Korea», *Advances in Journalism and Communication*, vol. 4, núm. 3, pp. 75-88. <http://dx.doi.org/10.4236/ajc.2016.43008>
- Perloff, R.M. (2019): *The Dynamics of News: Journalism in the 21st-Century Media Milieu*, Nueva York: Routledge.
- Picard, R.G. (2014): «Twilight or New Dawn of Journalism? Evidence from the changing news ecosystem», *Digital Journalism*, vol. 2, núm. 3, pp. 273-283. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.895530>
- Polonska, E.; Beckett, C. (2019): *Public Service Broadcasting and Media Systems in Troubled European Democracies*, Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Pritchard, D. (2000): *Holding the Media Accountable. Citizens, Ethics, and the law*, Bloomington: Indiana University Press.
- Reinemann, C.; Stanyer, J.; Scherr, S.; Legnante, G. (2012): «Hard and soft news: A review of concepts, operationalizations and key findings», *Journalism*, vol. 13, núm. 2, pp. 221-239. <https://doi.org/10.1177/1464884911427803>
- Riordan, K. (2014): *Accuracy, independence, and impartiality: How legacy media and digital natives approach standards in the digital age*. <https://bit.ly/38XG2zr>
- Rivas-de-Roca, R.; García-Gordillo, M.; Caro-González F.J. (2020): «Shaping a «localised» journa-

- lism in European digital media. A multiple-case study», *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 75, pp. 1-26. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1414>
- Scheufele, D.A.; Tewksbury, D. (2007): «Framing, agenda setting, and priming: the evolution of three media effects models», *Journal of Communication*, vol. 55, núm. 1, pp. 9-20. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x>
- Sparks, C.; Tulloch, J. (2000): *Tabloid tales: Global perspectives on the popular media*, Washington DC: Rowman & Littlefield Publishers.
- Steele, B. (2007): «La ética del periodismo cívico: la independencia como guía», *Revista Mexicana de Opinión Pública (RMOP)*, núm. 3, pp. 47-60. <http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2007.3.41705>
- Ufarte-Ruiz, M.J.; Peralta-García, L.; Murcia-Verdú, F.J. (2018): «Fact checking: un nuevo desafío del periodismo», *El Profesional de la Información*, vol. 27, núm. 4, pp. 733-741. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.02>
- Valhondo-Crego, J.L.; Berrocal-Gonzalo, S. (2020): «Desregulación y soberanía del público en la televisión española: el infoentretenimiento como alternativa al modelo de noticias clásico», *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 26, núm. 2, pp. 851-863. <https://doi.org/10.5209/esmp.67817>
- Van Dalen, A. (2019): «Rethinking journalist–politician relations in the age of populism: How outsider politicians delegitimize mainstream journalists», *Journalism*, pp. 1-18. <https://doi.org/10.1177/1464884919887822>
- Vos, T.P.; Eichholz, M.; Karaliova, T. (2019): «Audiences and Journalistic Capital», *Journalism Studies*, vol. 20, núm. 7, pp. 1009-1027. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1477551>
- Ward, S.J.; Wasserman, H. (2010): «Towards an Open Ethics: Implications of New Media Platforms for Global Ethics Discourse», *Journal of Mass Media Ethics*, vol. 25, núm. 4, pp. 275-292. <https://doi.org/10.80/08900523.2010.512825>
- Williams, B.A.; Delli Carpini, M.X. (2011): *After broadcast news: Media regimes, democracy, and the new information environment*, Nueva York: Cambridge University Press.
- Zelizer, B.; Allan, S. (2010): *Keywords in news and journalism studies*, Glasgow: McGraw-Hill Education.