

Efectos de la digitalización en la relación entre periodistas y políticos: desintermediación y pactos comunicativos*

Salvador Enguix Oliver
Salvador.Enguix@uv.es

Uno de los impactos decisivos que ha supuesto en nuestras democracias la digitalización de los procesos de distribución de contenidos informativos es que permite superar –y anular– la mediación del periodismo. Esta es la tendencia, la estrategia, la medida de presión de la que se sirven los actores políticos para, en ocasiones, usurpar la voz informativa de la prensa. Y las redes sociales emergen como instrumento idóneo para conseguirlo, con Donald Trump como referencia: su obsesión por transmitir sus opiniones y decisiones a la opinión pública a través de Twitter se desarrolla en paralelo a sus encendidos ataques a los medios de comunicación tradicionales. Lo hemos podido observar también en los acontecimientos informativos de relevancia vividos en estas dos últimas décadas y en fenómenos sociopolíticos como el ascenso de los populismos y las ultraderechas y derechas radicales en Occidente. Los profesionales de la prensa observan cómo políticos, instituciones y gabinetes de comunicación insisten en la necesidad de acudir a «fuentes oficiales» para eludir la versión de los medios de comunicación, pretendiendo por lo general que esos medios pueden tener intereses de parte. La digitalización y, con ella, las redes sociales¹ supusieron que esas fuentes oficiales, sin apoyarse en los medios, podían dominar la esfera pública hasta condicionarla, como así ha sucedido con el Brexit y algunas campañas electorales recientes.

* Este texto surge en el marco del proyecto de investigación competitivo «PRODISNET-2: Procesos discursivos en internet: desplazamientos enunciativos y efectos hiperbólicos en el discurso político», Ref. RTI2018-093523-B-I00, del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

1. Salvador ENGUIX OLIVER: «Impacto político e informativo de las redes sociales: esferas de actuación y comparación con los medios», *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 56 (2017), pp. 71-85, <<https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3090>>.

Lo que nadie previó, sin embargo, fue la competencia de nuevas instancias enunciativas capaces de competir por la atención en la misma esfera pública: junto a los emisores políticos (partidos, candidatos, líderes) y el periodismo político, otras voces surgen para disputar la atención de la opinión pública y condicionarla. La jerarquización clásica de los medios de comunicación en las sociedades ha sido sustituida por la transversalidad que ha instalado el paradigma digital, con la multiplicación de emisores en una sociedad profundamente segmentada.

LA FUNCIÓN DEL PERIODISMO POLÍTICO EN LAS SOCIEDADES DEMOCRÁTICAS

No es ninguna novedad señalar la relación entre el periodismo político y la consolidación de una democracia robusta; de hecho, ya lo señaló Tocqueville en sus textos sobre los Estados Unidos publicados a mitad del siglo XIX. Desde la aparición de los primeros diarios, las relaciones entre prensa y poder han sido fundamentales para la vida política, y las teorías sobre la comunicación y el periodismo han ido proponiendo modelos diversos para dar cuenta de esas relaciones. Así, durante la segunda mitad del s. XX la tensa relación entre periodismo y poder político se intentó explicar con diversas propuestas,² algunas de las cuales recordamos brevemente a continuación.

La teoría adversarial –o «periodismo de perro guardián», *watchdog journalism*– asumía que el papel de los medios es de control del poder político,³ exagerando su independencia. Se asumía la existencia de una distancia estable entre periodismo y política, convertido el primero en mecanismo de control de la segunda. En este enfoque, el periodismo político se presenta como guardián y controlador de la actividad política, hasta el punto de que a veces se lo considera como un «cuarto poder». Blumler y Kavanagh⁴ proponen que una actitud similar se ha reactivado en la que consideran «tercera fase» de la historia de la comunicación política, caracterizada por el distanciamiento cínico de los medios respecto a la política, del que hablaremos más tarde. Tanto el famoso Caso Watergate como la postura de Trump demonizando a los medios se alinearían con este modelo, frecuentemente idealizado en la ficción hollywoodiense. Películas del cine clásico como la memorable *Deadline U.S.A.* (traducida al español como *El cuarto poder*, dirigida por Richard Brooks en 1952 y protagonizada por Humphrey Bogart) encuentran un contrapunto informativo moderno en la base de datos del *Washington Post* dedicada a contabilizar las falsedades difundidas

3. John W. C. JOHNSTONE, Edward J. SLAWSKI y William W. BOWMAN: «The professional values of American newsmen», *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, n.º 4 (1972), pp. 522-540.

4. Jay G. BLUMLER y Dennis KAVANAGH: «The Third Age of Political Communication: Influences and Features», *Political communication*, 26 (1999), pp. 209-230, <<http://cuni.cz/IKSZ-16-version1-pka.PDF>>.

por el presidente estadounidense en Twitter.⁵ Ambas responden a la idea del periodismo como control del poder.



Fotograma de *Deadline U.S.A.*: la mitología en torno a la primera página.

La teoría de la indexación, propuesta por Bennett,⁶ abandona esta visión de enfrentamiento y recelo entre prensa y poder, y señala que son las declaraciones de los miembros de los gobiernos las que condicionan la selección informativa realizada desde los medios, cuyos profesionales actúan como excelentes relaciones públicas; los políticos, cuyo protagonismo ha ido en aumento desde los años setenta, pasan a ser las fuentes por excelencia.⁷ Existiría, por tanto, una interdependencia colaborativa entre las esferas de poder y los grandes conglomerados de empresas mediáticas.

También en los años ochenta del siglo XX se propone la teoría de la fabricación del consenso.⁸ En ella se mantiene cierto enfoque de colaboración entre políticos y medios, pero se subraya la función propagandística de la prensa

5. La web se actualiza trimestralmente, verificando las afirmaciones de Trump y señalando las falsedades. Se puede consultar en <<https://www.washingtonpost.com/graphics/politics/trump-claims-database/>>.
6. W. Lance BENNETT: *News: the Politics of Illusion*, 1983; Nueva York, Longman Pearson, 2012 [1983]. W. Lance BENNETT: «Toward a theory of press-state relations in the United States», *Journal of Communication*, 40 (2) (1990), pp. 103-125.
7. Gaye TUCHMAN: *Making News: a Study in the Construction of Reality*, Nueva York, Free Press, 1978.
8. Noam CHOMSKY y Edward S. HERMAN: *Manufacturing Consent. The Political Economy of Mass Media*, Londres, Bodley Head, 2002 [1988].

respecto a las élites políticas. La propaganda conjunta del Estado y las empresas mediáticas desarrollaría las dinámicas de interdependencia que configuran (y manipulan) la opinión pública. Se trata de una concepción de la prensa que recuerda parcialmente las primeras «gacetillas» del siglo XVII, financiadas directamente por el poder, o los periódicos ilustrados, de marcado carácter pedagógico y adoctrinador, de principios del XIX. La teoría de la fabricación del consenso, formulada para finales del siglo XX, apunta a que tal consenso es una construcción que se apoya en la complicidad de los medios y el poder.

El modelo de activación en cascada, propuesto por Entman,⁹ relativiza el protagonismo de la relación entre medios de comunicación y élites políticas, introduciendo otros elementos. Según este planteamiento, el proceso de encuadre (*frame*) de las noticias, es decir, el modo como la prensa enfoca la política, comienza con la negociación entre los diversos actores políticos sobre los mensajes relativos a cierta realidad; este proceso es filtrado por los medios, que proporcionan a los ciudadanos los marcos de interpretación a partir de los mensajes recibidos por los políticos; y los ciudadanos, a su vez, pueden influir en los medios según reaccionen a los marcos propuestos, reacción que se ha visto radicalmente amplificada en la era digital.

Todas estas teorías culminan en la identificación del periodismo como un actor político más de nuestras sociedades¹⁰ y pueden explicarse a partir de los ejes independencia/dependencia y cooperación/conflicto. Dada la complejidad tecnológica, política y económica que sustenta hoy cualquier medio informativo, estos dos ejes imponen una continua relación dinámica que Casero ha descrito con su *teoría de la negociación constante*:

El modelo de la negociación constante se funda en una compleja dinámica relacional. Las interacciones se despliegan en múltiples direcciones y ámbitos involucrando, en mayor o menor medida, a la totalidad de los actores políticos y periodísticos presentes en cada sociedad. Pese a esta notable dinámica transaccional, ambos sistemas conservan su propia identidad y sus funciones sociales específicas: la producción de decisiones colectivamente vinculantes sobre asuntos públicos, en el caso de la política, y la elaboración de representaciones simbólicas sobre experiencias sociales, y su posterior difusión a la ciudadanía, en el del periodismo. Mantienen, por ello, su relativa autonomía, pese a las incasantes interrelaciones que protagonizan.¹¹

Por supuesto, tanto la dependencia/independencia de la prensa, como su relación cooperativa/conflictiva respecto a los políticos, se someten a las condiciones

9. Robert M. ENTMAN: «Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm», *Journal of Communication*, 43 (4) (2003), pp. 51-58.

10. Héctor BORRAT: *El periódico, actor político*, Barcelona, Gustavo Gili, 1989. Raymond KUHN y Erik NEVEU (eds.) (2002): *Political Journalism: New Challenges, New Practices*, Londres, Routledge.

11. Andreu CASERO: «Modelos de relación...», p. 122.

del tipo de democracia vigente en cada Estado. En este punto resulta relevante un trabajo de Strömbäck¹² que se plantea cuál es el papel concreto del periodismo político en los distintos modelos teóricos de democracia. Su punto de partida es la consideración de Kovach y Rosenstiel¹³ de que la finalidad del periodismo es «proporcionar a las personas la información que necesitan para ser libres y autónomos», y sugiere los siguientes tipos de relación ideal:

1. En la *democracia procesal* la prensa respeta los procedimientos democráticos; actúa como un organismo de control (*watchdog*) o a modo de una «alarma antirrobo» que denuncia cosas mal hechas.
2. En la *democracia competitiva* la prensa mantiene su papel como sistema de control, y la cobertura se centra sobre todo en el control de los cargos públicos y las plataformas de los candidatos y partidos políticos, es decir, se centra en los actores políticos que protagonizan las distintas opciones partidistas.
3. En la *democracia participativa* la prensa permite que los ciudadanos determinen la agenda, movilizándolos para el interés, el compromiso y la participación en la vida pública; la cobertura política se centra en los problemas y en las propuestas de posible resolución; se enmarca la política como un proceso abierto a todo el mundo y considera a los ciudadanos como sujetos activos.
4. En la *democracia deliberativa*, por último, la prensa actúa como marco o escenario de las discusiones abiertas; moviliza a los ciudadanos para el interés, el compromiso y la participación en los debates públicos; pone en relación a los oponentes; fomenta los debates públicos; se caracteriza por la racionalidad, la imparcialidad, la honestidad intelectual y la equidad.

En cualquier caso, y sea cual sea el nivel de democracia en el que nos encontremos, lo cierto es que en todos ellos el papel de la prensa se basa en su función de mediación o intermediación:

... el periodista –ese ser para la noticia–, en la comunidad humana en la que vive, tiene encomendado el papel de actuar profesionalmente como un eficaz y valioso mediador social.¹⁴

Se impone aquí una matización relativa a la relación prensa/democracia, pues sería ingenuo –y tal vez deshonesto– no señalar que la evolución de las

12. Jesper STRÖMBÄCK: «In Search of a Standard: four models of democracy and their normative implications for journalism», *Journalism Studies*, 6/3 (2005), pp. 331-345.

13. Bill KOVACH y Tom ROSENSTIEL: *Los elementos del periodismo*, Madrid, Ediciones El País, 2003 [2001].

14. José Luis MARTÍNEZ ALBERTOS: «El mensaje periodístico en la prensa digital», *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7 (2001), pp. 19-32, esp. p. 23.

democracias occidentales ha erosionado esta función de control democrático en las últimas décadas, aspecto que se recoge en varias investigaciones que desarrollan la línea de estudio de la llamada «espiral de cinismo»,¹⁵ en alusión a la conocida «espiral de silencio» que propuso Noelle-Neumann en 1977. El debate sobre la cobertura cínica de la información política surge por la creciente atención de la prensa a los escándalos, y se relaciona también con el funcionamiento saludable de la democracia y con la aparición de otros fenómenos bien conocidos como la defensa de las pseudociencias o el populismo punitivo.¹⁶

Entre los motivos que suelen aducirse para explicar la espiral de cinismo se menciona, por ejemplo, el hecho de que los periodistas tienden a reaccionar con un estilo más adversarial cuando se enfrentan a fuentes profesionales más expertas que en otros ámbitos, pues son más sensibles al riesgo de manipulación; la actitud del periodista político respecto a sus fuentes es posiblemente la más compleja de la profesión.¹⁷ Un segundo factor que facilitaría las posturas cínicas en la cobertura de la actualidad política es que progresivamente se concede más atención a las vidas privadas de los políticos, y a aspectos anecdóticos de la política, mientras cuestiones fundamentales para el bien común ocupan los márgenes de la agenda mediática. Este fenómeno responde a diversos condicionantes de las sociedades actuales, como el borrado de diferencias entre vida pública y privada, o también la configuración de unas audiencias que parecen prestar más atención a lo emocional (narrativo) que a lo racional (argumentativo). Sin olvidar cómo el contexto de la digitalización ha desplazado gran parte del mercado publicitario desde los medios de comunicación a las redes sociales, con lo que ha agravado la enorme crisis económica que afrontan estos en la época del «todo gratis».

15. Jean-Marie CHARRON: «Les journalistes politiques: qui sont-ils?», *Le Temps des médias*, 2, n.º 7 (2006), pp. 176-190, <10.3917/tdm.007.0176>. Arjen VAN DALEN, Erik ALBAEK y Claes DE VREESE: «Suspicious minds: Explaining political cynism among political journalists in Europe», *European Journal of Communication* 26 (2011), pp. 147-162, <10.1177/0267323111404841>. Bob FRANKLIN: «The future of Journalism. Developments and debates», *Journalism Studies*, 13: 5-6 (2012), pp. 663-681.

16. Beatriz GALLARDO PAÚLS: «Sicofantas en red: el discurso del populismo punitivo», *El cronista del Estado social y democrático de Derecho*, 77, (2018), pp. 34-43.

17. Salvador ENGUIX: «Periodismo especializado y especialización política», *Mediaciones sociales*, 14, (2015), pp. 103-128. DOI: <http://dx.doi.org/10.5209/rev_MESO.2015.n14.51561>.



Fotograma de *Deadline U.S.A.*: fiesta de entierro y despedida cuando cierra un periódico.

Todos estos rasgos se han visto potenciados, además, por presiones comerciales y empresariales, unas presiones que fomentan un tipo de periodismo «orientado al mercado» (*market-driven journalism*) y caracterizado por el predominio de formatos breves, el protagonismo de las noticias «blandas» y mayor preocupación por maximizar audiencias que por cubrir temas que puedan parecerles aburridos, con independencia de su importancia real. Todos estos cambios, en definitiva, se combinan para producir una cobertura de la información política que puede responder a una postura cínica y despectiva, que contribuye a alimentar la apatía y desconfianza de los votantes; es la consabida «desafección» ciudadana.

LA DESINTERMEDIACIÓN COMUNICATIVA FACILITADA POR LA RED

En todo caso, el periodismo que efectivamente se corresponde con la defensa de la libertad de prensa y de las sociedades democráticas es, inevitablemente, un mediador incómodo para las esferas de poder. Esta intermediación es la función fundamental que da sentido al periodismo, la de observar el hecho, interpretarlo, contrastarlo y, después, difundirlo. Surgen así las tres funciones señaladas habitualmente en la bibliografía para el periodista: informador, intérprete y guardabarrera (*gatekeeper*).¹⁸

18. David Manning WHITE: «The "gate keeper": A case study in the selection of news», *Journalism Bulletin*, 27.4 (1950), pp. 383-390.

Esta es la manera clásica, o no tan clásica, de dar la oportunidad al lector de disponer de una información valorada por profesionales, de evitar que le llegue tal como pretende el político, el partido, la institución. Sin intermediación no hay posibilidad de juzgar el hecho, sin intermediación se facilita la manipulación, sin intermediación muere el periodismo y gana la propaganda. Sin intermediación el mensaje llega a la opinión pública contaminado por la misma voluntad del emisor, en algunas ocasiones perversa y, sin duda, nunca inocente.

La digitalización en general, y las redes sociales en particular, facilitan que la intermediación haya dejado de ser necesaria para los políticos y los partidos. Y en este terreno, la acción política comunicativa ensaya todas las posibilidades. Véase, como ejemplo, la cantidad de congresos y cursos que se organizan cada año, justamente, para formar a profesionales capaces de establecer en las plataformas sociales campañas de comunicación política superando («puenteando») el papel de los medios de comunicación. Como ha señalado Gallardo,¹⁹ la red potencia la llamada *democratización del discurso*, es decir, la eliminación de diferencias entre emisores y receptores, entre registros lingüísticos, entre contextos... Todos los ciudadanos pueden acceder a la esfera pública y difundir un mensaje propio a través de una simple conexión a internet.

Los primeros años de internet interpretaron esta democratización en un sentido exclusivamente positivo, tanto en la sociedad general como en la esfera periodística. Mientras se consolidaba la idea de «inteligencia colectiva», como muestra de los beneficios que podría reportar la horizontalidad de la red, el activismo digital daba pie a fenómenos como las grandes filtraciones de WikiLeaks de 2010 o de Edward Snowden en 2013 –este último a través de *The Guardian* y *The Washington Post*–. Paralelamente, los medios de comunicación de masas recibieron con entusiasmo la posibilidad de ampliar sus audiencias y trasladar sus contenidos a internet, lo que les aportaba ingresos publicitarios a partir del número de visitas recibidas en sus páginas digitales. Rápidamente todos los diarios desarrollaron sus redacciones digitales.

Sin embargo, la realidad que han supuesto las redes sociales en los últimos quince años ha sustituido aquella visión optimista y liberadora por una mirada bastante más crítica y cautelosa:

La ampliación del acceso a la esfera pública no ha supuesto el triunfo de la razón comunicativa, y el eco de los mensajes tampoco se distribuye democráticamente. De hecho, la posibilidad teórica de acceso igualitario se transforma sutilmente en la idea de que todo ciudadano puede participar del discurso público con la misma autoridad; si la verdad democrática afirma que todos los ciudadanos somos iguales, se asume que nuestros discursos también lo son. Conceptos irrenunciables como derecho a opinar o libertad de expresión

19. Beatriz GALLARDO PAÚLS: «Sicofantas en red...».

sirven de justificación para la logorrea explosiva y caótica en que se convierte con frecuencia el espacio público, eliminando de la ecuación la necesidad de, como mínimo, un saber competente que dé soporte argumentativo a las opiniones, y otorgando el mismo valor a todo tipo de enunciados y enunciadores.²⁰

Efectivamente, la libertad de acceso a la red facilita que todo tipo de mensajes se difundan exponencialmente, sin necesidad de pasar antes el filtro de la verificación que exigen las normas periodísticas más elementales. Y por ello, las audiencias encuentran con la misma facilidad un artículo de, por ejemplo, la web de la BBC o de la CNN, que un artículo disponible en cualquier web de un partido o de una candidatura; los profesionales de la mediación informativa son tan accesibles como el resto de emisores, incluyendo a los mismos protagonistas de la actualidad informativa. Recordemos, como ejemplos, lo sucedido en EE. UU. con la carrera electoral de Donald Trump, la elección de Macron en Francia o el triunfo del Brexit en el Reino Unido, sin olvidar tampoco las campañas de desprestigio contra algunos medios tras los atentados del 17 de agosto de 2017 en Barcelona y en Cambrils, o la misma campaña del 1 de octubre del mismo año en Cataluña. La dinámica es cada vez más parecida: «acudan a fuentes oficiales», repiten los políticos. «Nuestras» fuentes oficiales, huelga decirlo.

En una segunda fase –recordemos que 2004 es el año de creación de Facebook y 2006 el de Twitter–, las empresas de redes sociales han implantado, con sus plataformas, un nuevo sistema de presión en el que el periodismo político, que es el periodismo prototípico, continúa ejerciendo su función, con aciertos y errores. Por supuesto, estas presiones existían también cuando no había plataformas digitales. Pero el periodista político siente que esta presión se intensifica, crece y se perfecciona a través de las redes sociales.

En un estudio basado en entrevistas a periodistas políticos,²¹ los profesionales coinciden en reconocer que las redes modifican rutinas productivas, alteran jerarquizaciones, obligan a reformular contenidos e incluso cambian los ritmos de vida. En algunas ocasiones, la pelea es desigual y obliga a intentar difundir la verdad periodística ante un aluvión de mentiras y de rumores, ante los expertos en el discurso de la posverdad.

20. Beatriz GALLARDO PAÚLS: *Tiempos de hipérbole. Inestabilidad e interferencias en el discurso político*, Valencia, Tirant Lo Blanch, 2018, pp. 56-57.

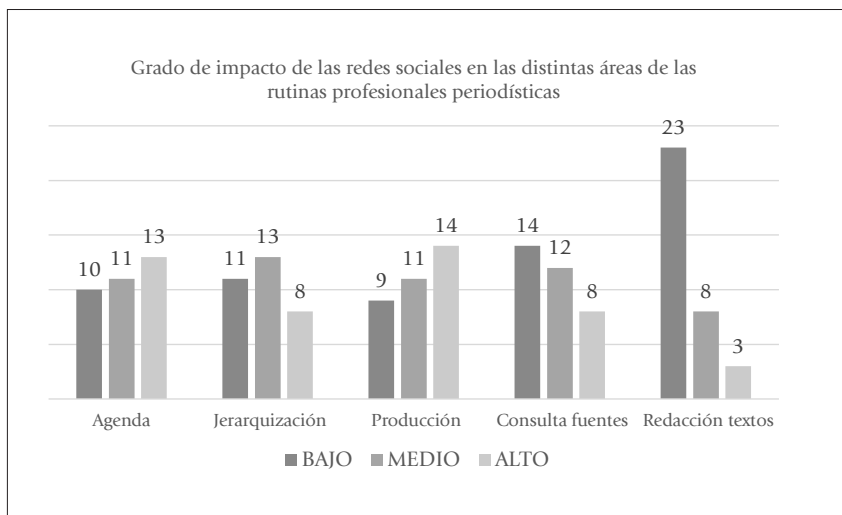
21. Salvador ENGUIX OLIVER: «Rutinas profesionales del periodismo y redes sociales digitales», en N. PELLISSER y J. OLEAQUE (coords): *Mutaciones discursivas en el siglo XXI: la política en los medios y las redes*, Valencia, Tirant Lo Blanch, 2019, pp. 223-254.

IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LA POLÍTICA Y EL PERIODISMO

Cuando revisamos el papel de las redes sociales en el ecosistema informativo y aplicamos los mismos rasgos que Borrat propuso al caracterizar el periódico como actor político, comprobamos que existen cuatro grandes ámbitos en los que las empresas propietarias de estas plataformas tienen impacto, dos de ellos de naturaleza positiva para el periodismo y la democracia, y dos con consecuencias más problemáticas. Estos son los cuatro factores:

1. Creación de comunidades que pueden reforzar la democracia.
2. Difusión de contenidos y refuerzo de la libertad de expresión.
3. Filtro y jerarquización de los contenidos, intervención en la agenda.
4. Financiación de partidos políticos.

Pero, además, las redes sociales tienen un evidente efecto en todos los ámbitos de la profesión periodística. A partir de una encuesta a 50 profesionales –la encuesta fue realizada en 2017, y 34 de los encuestados enviaron respuesta–, se puede señalar que los periodistas perciben los ámbitos de la agenda y la producción de noticias como los más afectados por las redes sociales, mientras que la consulta de fuentes y, sobre todo, la redacción de los textos serían los ámbitos más impermeables, según recogemos en el siguiente gráfico:



Como puede verse en el gráfico, tanto las rutinas profesionales relacionadas con la agenda, como las relacionadas con la producción de las noticias, son percibidas por los profesionales como muy afectadas por la digitalización. Los profesionales señalan que las redes pueden obligar a reconsiderar la jerarquización

informativa de su medio, y que ellos mismos recurren a las redes para la búsqueda de temas informativos o para su desarrollo. Efectivamente, las redes suponen un aumento de la complejidad y la aceleración de los flujos informativos, pues no solo las fuentes se multiplican, sino también los posibles competidores informativos. En este sentido, Bruns²² ha propuesto que el concepto tradicional de guardabarreras (*gatekeeping*) ha sido desplazado por una posición más amplia que etiqueta como *vigilantes* o *porteros* (*gatewatching*). Con esta idea se refiere al hecho de que los periodistas han de estar constantemente pendientes de lo que se publica en las redes, no solo por parte de los profesionales, sino también por todo tipo de usuarios que reaccionan a los hechos de interés informativo. Los horarios de trabajo invaden los de la vida privada, las redes imponen su ciclo temporal de 24 horas y la urgencia impregna la actividad profesional.

DE LA DESINTERMEDIACIÓN A LA POSVERDAD: DE LA NOTICIA AL BULO

Ningún ciudadano que haya participado en cierta votación electoral movido por un compromiso concreto de algún candidato respecto a ciertas cuestiones puede pensar que el fenómeno de la posverdad sea algo nuevo. Sin embargo, la novedad estriba, posiblemente, en su naturalización, en que ya nadie se escandaliza ni se sorprende de que los mensajes políticos, ya sean de los candidatos, de las instituciones o, en ocasiones, también de la prensa, sean simples y llanas mentiras. Gallardo ha señalado cómo esta naturalización de las llamadas *fake-news* –esto es, falsas noticias, presuntas noticias– forma parte de un proceso más amplio de crisis discursiva que pone en cuestión múltiples pactos de veracidad. Y uno de los pactos comunicativos en los que se asientan nuestras democracias es sin duda que la prensa informa con veracidad y neutralidad, que las noticias que uno lee en un periódico son fiables, que los profesionales responsables nunca publicarán contenidos sin investigarlos y confirmarlos antes con sus fuentes.

Precisamente la eclosión de eso que se ha denominado posverdad es lo que obliga a concluir que la intermediación periodística resulta ahora más necesaria que nunca, y que el periodista político se convierte en una pieza fundamental para descubrir la comunicación política interesada, la manipulación, la falsedad, el interés de parte, y para continuar otorgando a la ciudadanía la posibilidad de disponer de una versión contrastada.

Este paradigma digital va a seguir generando más alteraciones del sistema clásico de difusión del mensaje político, pues la posverdad resulta cada vez más

22. Axel BRUNS: «Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news», *Media International Australia Incorporating Culture and Policy: Quarterly Journal of Media Research and Resources*, 107 (2003), pp. 31-44.

atractiva para amplios sectores de la opinión pública, como ya señalaba Umberto Eco cuando describía al «electorado fascinado» que veía las televisiones de Berlusconi. El modelo de consumo de información de las plataformas digitales ha generado una masa de «yonquis de la información», necesitados de multitud de impactos, pero que no tiene vocación de confirmación de las fuentes. Cuanto más tenso es el mensaje, mejor se viraliza, y el esfuerzo por contrastarlo, por parte del lector, es cada vez menor. Se podría hablar de una «narcotización» del usuario, en la medida en que el mensaje político que apela al enfrentamiento continuo sirve como materia de movilización; lo que explica la mayor polarización de nuestras sociedades.²³

Las redes sociales, cada vez más segmentadas y adaptadas gracias a los algoritmos, devienen instrumentos de consumo excitado de mensajes políticos no intermediados por los medios de comunicación tradicionales. Y en estos *tiempos de hipérbole* (Gallardo), cuanto mayor es la exaltación, mayor es el éxito del emisor, con los ejemplos ya citados.

En conclusión, podemos afirmar que la digitalización ha dado ya muestras de sus beneficios indudables, pero también es innegable que su desarrollo contiene amenazas para la pluralidad informativa y para el discurso deliberativo. En semejante contexto, el periodismo político se convierte en el último baluarte de la información veraz y de calidad, aun con todos sus defectos y debilidades. Sencillamente, no hay otra opción para poder continuar defendiendo la veracidad, la pluralidad; la salud de una democracia, al fin.

23. Christian SALMON: *La era del enfrentamiento. Del storytelling a la ausencia de relato*, Madrid, Atalaya, 2019.

.....
SALVADOR ENGUIX OLIVER es delegado del diario *La Vanguardia* en Valencia, doctor en Comunicación y profesor asociado de la Universitat de València. En 2019 ha recibido el premio «First Amendment Award» al periodismo local que otorga la Asociación Española de los Eisenhower Fellowships. Su investigación se dedica básicamente al periodismo político y a los impactos de la digitalización en la profesión periodística.