



PORTADA

INFORMACIÓN GENERAL

CONSEJO EDITORIAL

ENVÍO DE ORIGINALES

NÚMEROS ANTERIORES

INDEXACIÓN BASES DE DATOS

CREATIVE COMMONS

BÚSQUEDAS

CONTACTO

DENTRO DE C&S

OK



Reseña /

Lluís PASTOR

Periodismo zombi en la era de las audiencias participativas. La gestión periodística del público (II)

Editorial UOC, Barcelona, 2010, 250 pp

Los zombis son muertos vivos. Caminan como si estuvieran vivos, pero ya no corre vida por sus venas. Dan pasos sin saber adónde van, sólo porque los dieron mientras vivían. Una legión de zombis deambula por un bosque en la portada del libro de Lluís Pastor. Una potente imagen para ilustrar su diagnóstico de la situación actual de los medios de comunicación.

Pastor toma el término de Mark Deuze, quien a su vez lo importa de la visión sociológica de Ulrich Beck. Este último había denominado instituciones zombis a la familia, el estado nación y la iglesia, porque si bien en siglos anteriores habían definido las estructuras sociales, en el XXI se perpetúan sin un sentido claro. Deuze considera que la fórmula de las instituciones periodísticas está muerta. Pastor es más preciso en su análisis. Para el autor, el periodismo actúa como un zombi en la incorporación de la voz del público. Y este desatino no es una cuestión periférica sino nuclear, puesto que es la razón fundamental de su existencia.

Del todo para el lector pero sin el lector se ha transitado abruptamente a la total permisividad, al dejar hacer de todo en sus páginas digitales, como a un niño consentido e irrespetuoso: "Y así el periodismo ha cambiado de una actitud máxima de la exclusión de la voz de las audiencias a una nueva actitud atolondrada de máxima inclusión, sin filtros ni objetivos, sin gestión ni resultados. Como un zombi el periodismo se come todo lo que dicen los ciudadanos para sobrevivir. Como un zombi sólo está interesado en aumentar el número de visitas de sus páginas web, aunque sea para que algunos ciudadanos golpeen con exabruptos el estómago de un texto que alguien ha publicado antes. Como un zombi enajenado sólo quiere aumentar su volumen de visitas –que no de lecturas- para atraer anunciantes que se acercarán al medio en función de ese volumen de visitas. Y como un zombi este tipo de periodismo no sabe adónde va. Como un zombi muestra una anulación de su pensamiento consciente, del sentido que le tiene que dar a las aportaciones del público en un nuevo periodismo" (p. 129).

Pastor fundamenta su diagnóstico en un profundo conocimiento de la relación de los diarios con sus lectores. Primero diseccionó el espacio de conversación entre ambos por antonomasia, las cartas al director, en el primer volumen de *La gestión periodística del público* (Teoría de las cartas al director, Editorial UOC, Barcelona, 2010). Los entresijos de esa relación aportan luz a la situación actual, en la que los medios se ven desbordados ante las posibilidades tecnológicas de interacción con el público. El periodismo zombi es, en parte, víctima de sus hábitos ancestrales, de una pesada herencia familiar. Echar la vista atrás para reconocerlos y comprenderlos es el primer paso para transformarlos.

Pero Pastor no se queda sólo en el dictamen. En *Periodismo zombi* rastrea los vestigios de la importancia creciente del lector como parte activa del proceso informativo. Para ello, nos remite a las experiencias del periodismo cívico, también llamado periodismo público, en Estados Unidos durante las décadas de los 80 y los 90. A la ciudadanía le interesa cada vez menos los asuntos públicos, lo que se percibe como un riesgo para la democracia. Las iniciativas buscan conectar con la comunidad haciéndoles más partícipes. El periodismo se transforma en catalizador del cambio en sus comunidades. Para los críticos, estos intentos erosionaban el pilar de la objetividad. Pastor reconoce en estas iniciativas una percepción distinta del lector: "Se trató de un periodismo que otorgó un papel más activo a sus lectores mucho más allá del dinero que entregaba cada uno de ellos por su ejemplar o de vagos conceptos que apuntaban a que los periodistas creen que conocen lo que a sus lectores interesa" (p. 71). El lector pasó de ser consumidor de un producto a ciudadano.

El periodismo cívico se marchitó antes de que se produjera la "explosión atómica de información" (p. 77) a través de internet. Y con ella la facilidad e inmediatez en la interacción y difusión de cualquier tipo de contenido. Estas características, unidas a un desencanto hacia los medios, han propiciado la aparición del periodismo ciudadano. El autor deja claro que "no hay una línea directa entre las prácticas del periodismo cívico y las iniciativas del periodismo ciudadano" (p. 75). Y puntualiza: "El periodismo cívico inauguró esta nueva fase del periodismo contemporáneo en la que el público tiene una razón de ser más allá de ser receptor de las noticias elaboradas por los periodistas. El periodismo ciudadano ha llevado hasta su extremo esta realidad, prescindiendo de los cauces y de la mediación que proporcionan los medios de comunicación" (p. 75).

Ante un supuesto periodismo sin periodistas, son muchos los retos de la profesión. El zombi debe encontrar su razón de ser. No puede ser lo que era, volver atrás como si nada hubiera pasado. Ha de transformarse totalmente. Mutar en otra criatura. El periodismo mutante que propone Pastor se basa en tres principios: el de comunidad, el de metamediación y el de gestión del público. Todos ellos tienen como eje principal al lector, ya sea para constituirse como el contexto compartido entre todos sus lectores, para mediar entre su propio público, o para gestionar sus participaciones de la misma manera que gestiona la información.

Pastor diagnostica y da recomendaciones para la mutación. Lo hace, además, con un estilo claro, ameno y, a la vez, erudito. El conocimiento de las investigaciones de otros autores y sus propios análisis cuantitativos y cualitativos sostienen cada una de sus afirmaciones. Como él afirma: "En nuestro mundo interconectado e hiperinformado suele sobrar información sobre casi todo y suele faltar sobre lo que es relevante" (p.223). Periodismo zombi es altamente relevante. Por ello, este libro debería ser lectura obligada para los directores de

prensa cuyos medios caminan sin rumbo en un bosque de redes 2.0 e interactividad. Y para todos aquellos que quieran entender de dónde venimos y hacia dónde vamos en la relación con el público.

Eva DOMINGUEZ
info@evadominguez.com

[arriba](#)