

## Editor

Bernardo Díaz Nosty

## Editores adjuntos

Elena Blanco Castilla  
Pedro Fariás Batlle  
Teodoro León Gross  
Bella Palomo Torres

## Comité científico

Armand Mattelart  
Susan George  
José Vidal Beneyto (1929 - 2010)  
Jesús Martín Barbero  
Miquel de Moragas  
Delia Crovi Corbet  
Enrique Bustamante  
Jamal Eddine Naji  
Román Gubern  
José-Manuel Nobre-Correia  
Guillermo Mastrini  
Margarita Ledo  
Luis Beltrán Repetto  
Nancy Rivenburgh  
Margarida Krolhing Kunsch  
Antonio Fidalgo  
Jacques Guyot  
Jesús Timoteo Álvarez  
Raúl Trejo Delarbre  
Rosalía Winocur  
Juan A. García Galindo  
Francisco Sierra  
José Manuel de Pablos  
Gustavo Cardoso  
Xosé López  
José F. Beaumont  
Juliana Matus López  
María Teresa Quiroz

## Secretaría de redacción

Bianca Rutherford  
Marta Díaz Estévez  
Alicia Naranjo

## Edición

Marta Díaz Estévez

## Coordinación del número

Elisabeth A. Kleinl

## Comité asesor

Bernardo Gómez Calderón  
Eugenia González Cortés  
Juan F. Gutiérrez Lozano  
Francisco J. Paniagua  
Inmaculada Sánchez Alarcón  
Laura Teruel Rodríguez  
Concepción Travesedo  
Alejandro Barranquero

## Traducción

Al español: Fátima Porras, Koldo Casla,  
Bianca Rutherford, Violette Oudkerk.  
Al inglés: Cymbeline Núñez

## La prensa en crisis

Durante los últimos años, la incertidumbre acompaña las estrategias de la gestión entre los editores de periódicos. Incertidumbre recrudescida por la crisis económica, que alcanza directamente a la línea de flotación del negocio. Los cambios conocidos en el sistema de medios, especialmente tras la conversión de internet en un espacio de circulación masiva, están afectando a los modelos mediáticos tradicionales, cuyos gestores han respondido tarde y mal a las oportunidades abiertas por una tecnología con mayor capacidad de comunicación. La transición del soporte papel al digital está creando fuertes tensiones en los modelos de negocio, que oscilan entre el mantenimiento de soluciones que fueron, en el pasado, fuente de abundantes beneficios, y las nuevas, apoyadas en herramientas de comunicación más capaces, pero con un rendimiento económico mucho menor.

La estrategia industrial, que no renuncia a las fuentes tradicionales de ingresos y, a la vez, abre nuevos mercados digitales, está sujeta a las contradicciones propias de la inestabilidad que caracteriza a las nuevas tendencias. Se mantienen, en el soporte papel, expresiones con una limitada o baja difusión relativa, que precisan de procesos de producción complejos y costosos, para las que se prevé una progresiva reducción de la demanda. En internet, la creciente migración de lectores procedentes del soporte papel y los nativos digitales no se corresponde con la más tímida evolución de los ingresos. Los recursos publicitarios ya no aparecen tan vinculadas a las expresiones periodísticas, al tiempo que la cultura de la gratuidad se ha ido extendiendo, en parte favorecida por la atomización y la indecisión de los editores.

Internet es, ante todo, una infraestructura de globalización, en la que el tiempo y el espacio adquieren dimensiones que no se corresponden con las medidas de la física convencional. La ruptura de las fronteras territoriales en las que se basaban los contenidos y la distribución de los periódicos, la capilaridad de las redes y la progresiva ruptura de las barreras lingüísticas son los catalizadores de una nueva geografía de la interacción social y del consumo. Google, Amazon, Wikipedia, YouTube, Twitter, Facebook, entre otras muchas expresiones naturales de la red con proyección global, se han asentado en muy poco tiempo, mientras los grandes grupos mediáticos perdían oportunidades de inserción en los nuevos soportes, o trataban de mantener la vigencia de sus fortalezas pasadas.

Estas soluciones y aquellas otras que reproducen, en términos de mapas y redes, preocupaciones, intereses y creencias, van construyendo un tejido social global, al tiempo que abren soluciones flexibles de adaptación a las necesidades del tiempo presente. El retardo de los grandes medios en liderar los nuevos procesos y el absentismo de las políticas públicas han contribuido a marcar un déficit en el desarrollo de los mismos, que han crecido más al calor de los impulsos generacionales, el voluntarismo y la espontaneidad.

Sin considerar aquí otras cuestiones fundamentales, relativas a la pluralidad y la libertad de expresión, sí cabe reflexionar so-

bre el contraste entre las soluciones que emergen en la red –pocas opciones, públicos globales- y los más de 6.000 periódicos que se editan diariamente en el mundo. Esa riqueza numérica, alimentada por más de 300.000 periodistas, conlleva un esfuerzo prospectivo muy localizado, en buena medida repetitivo, que trabaja simultáneamente sobre la superficie de la realidad –podríamos hablar de sobreflujo de lo superficial-, que, además, obliga a ser tratado industrialmente en miles de plantas impresoras. Esta dramática reflexión, por lo que de ella puede deducirse, nos acerca a la dialéctica que subyace, por ejemplo, en los enfrentamientos entre los editores y Google, relativos al aprovechamiento que el motor de búsqueda hace de la información producida por los diarios. Rupert Murdoch, que ha comenzado a blindar sus grandes diarios frente a los buscadores, da una respuesta que no resuelve el reto de adaptación de la prensa, como nutriente plural de la opinión pública, al nuevo escenario. Porque News International sólo es un parte de ese archipiélago de miles de periódicos.

Cuando los mitos fundacionales de la sociedad de la información prometían mejores recursos para los medios, la realidad nos descubre que estos acentúan su orientación hacia el espectáculo o debilitan sus estructuras redaccionales. Desaparecen secciones y se cierran corresponsalías en el extranjero. La aparente abundancia resulta ser la redundancia de los enunciados más simples, al tiempo que decaen las interpretaciones y los análisis en profundidad... El rescate del periodismo, como institución ética de la cultura democrática, está en la base de una estrategia social y política que no siempre se corresponde con el determinismo de los modelos de negocio. Y mucho menos con la pervivencia de los minifundios mercantiles, que poco o nada tienen que ver con la pluralidad ideológica de las opciones, sino que constituyen una atomización que hace poco sostenible el negocio.

En este número, que da expresión a un proyecto del Plan Nacional de I+D acerca de los nuevos escenarios de los medios<sup>1</sup>, se aborda la transformación de lo que hoy conocemos como prensa escrita –los periódicos- y las consecuencias que produce en el espacio público. Paul Starr, en un excelente artículo que se recoge en estas páginas, señala que menos periodismo, esto es, menos ventanas de transparencia, suponen opacidad y, por consiguiente, mejores condiciones para la especulación y la corrupción. Esta preocupación ética subyace en otros trabajos del presente número, firmados por los académicos europeos y americanos más destacados en el estudio de la prensa, caso de Anthony Smith, Phill Meyer, Charlie Beckett, J.-M. Nobre-Correia, Piet Bakker, Patrick Eveno y Peter Dahlgren. Panorama que complementan otros analistas españoles en este segundo número de *Infoamérica-ICR*.

### **Adiós a Vidal-Beneyto (1929-2010)**

Hace ya años que José Vidal-Beneyto<sup>2</sup> mantenía la cabeza muy por encima de su debilitado cuerpo. Su voz desde París, al otro lado del teléfono, era radiante, y sus ideas y proyectos, vigorosos hasta la extenuación del interlocutor. Argumentaba su tristeza –el desespere político, la muerte del periodismo, la indignancia de la intelectualidad española- con una vehemencia brillante, de juventud sostenida, que en absoluto se compadecía con sus 80 años.

Su pensamiento golpeaba a contrapié desde las páginas de *El País* y fue un revulsivo contra la sedación ideológica. Le preocupaba sobremanera la renuncia del periodismo a su papel de contrapoder y el alineamiento de los medios con el discurso de los grandes poderes. Le dolía, en fin, la falta de ilusiones y utopías constructivas cuando más necesitado parecía el planeta de piezas de recambio.

<sup>1</sup>SEJ06-14561 (2006-2010). Asimismo, el número 3 de *Infoamérica-ICR* (septiembre 2010) trazará un nuevo marco analítico sobre el futuro de la televisión pública en Europa.

<sup>2</sup> <http://www.infoamerica.org/teoria/vidal1.htm>

Miembro del Comité científico de *Infoamérica-ICR*, en noviembre del pasado año nos transmitía su aliento con una "gran enhorabuena" por la aparición del primer número.

Teníamos el propósito de haber invitado a Vidal-Beneyto a hacer una reflexión, en el presente número, sobre la disminución de la opinión en los grandes diarios europeos, aspecto sobre el que trabajaba. No fue posible. Nos dijo adiós el 16 de marzo de 2010. Sirva este monográfico como homenaje a su figura académica y humana.

Bernardo Díaz Nosty, editor

### *Newspaper Crisis*

Among newspaper editors uncertainty accompanies management strategies for the past few years. An uncertainty that is redoubled due to the economic crisis which directly reaches the water level line of the business. Changes known in the media system, specially after the conversion of internet in a mass circulation space, is affecting traditional media models whose managers have responded late and badly to the opportunities opened up in a technology with a higher capacity for communications. The transition of the paper base to the digital base is creating strong tensions in the business models that range from maintaining solutions that were, in the past, sources of abundant profits, and the new ones, based on more capable communication tools, but which have much lower economic possibilities.

The industrial strategy, that does not renounce to traditional sources of income and at the same time, opens up new digital markets that characterise the new trends. These continue, in the paper media, with expressions with relatively limited or low propagation, which require production processes that are complex and expensive, for which a progressive reduction in demand is forecast. In internet, the growing migration of readers coming from the paper base and digital natives do not match the more timid evolution of incomes. Publicity resources are no longer as linked together with journalistic expressions, and at the same time, the culture of freeness has been spreading in part because of atomisation and indecision of editors.

Internet is, above all, a globalisation infra-structure that does not match the measurements of conventional physics. The breakaway from territorial borders in which contents were based and the distribution of newspapers, capilarity of the networks and progressive rupture of linguistic barriers are the catalysts of a new geography of social and consumer interaction. Google, Amazon, Wikipedia, YouTube, Twitter, Facebook, among many other natural expressions of the Net, have become entrenched in a very short span of time while the large mediatic groups lost opportunities to be inserted in the new supports or tried to keep their antiquated fortresses up to date.

These solutions and the new ones that reproduce, in terms of maps and nets, preoccupations, interests and beliefs, are constructing a global social texture and at the same time opening up flexible solutions for adaptation to the needs of current times. The retarded reaction of the large media elements in leading these processes and the absence of public policies have contributed in scoring a deficit in the development of these media leaders, which have grown more due to the warmth of generational impulses rather than voluntarily and spontaneously.

Without considering here other fundamental matters, associated to plurality and freedom of expression, it is pertinent to consider the contrast between the solutions emerging from the net -few options, global public- and the over 6.000 newspapers published every day around the world. This numerical wealth, fed by over 300.000 journalists, implies a very localised prospective effort, repetitive to a large degree, which works simultaneously on the surface of reality- we could speak of the overflow of superficiality, which besides this, forces itself to be industrially treated in thousands of printing presses. This dramatic reflexion, insofar as what can be dedu-

ced from it, brings us closer to the dialectics that underline, for example, the confrontations between editors and Google, relative to the advantage taking that the search engine makes of information produced by newspapers. Rupert Murdoch, who has started armouring his large papers against the search engines, offers an answer that does not resolve the challenge for adaptation of the press, as a plural nutrient of public opinion in the new scenario. Because News International is only a part of this archipelago of thousands of newspapers.

When the founding myths of society of information promised better resources for the media, reality reveals that these accentuate their orientation towards show business or weaken their editorial structures. Sections disappear and correspondents abroad are closed. The apparent abundance turns out to be the redundancy of the more simple enouncements and at the same time interpretations and in-depth analysis become scarcer... Rescuing journalism as an ethical institution of the democratic culture, is at the base of a social and political strategy that not always corresponds with the determinism of business models. And, much less, the survival of mercantile mini-territories that have little or nothing to do with ideological plurality of the options but rather are an atomisation that make the business not very sustainable.

In this issue, in which a project of the National Plan for R+D is commented about the new media scenarios<sup>1</sup>, an approach is done on the transformation of what we know today as written press -newspapers- and the consequences that its produces in the public sphere. Paul Starr, in an excellent article found in these pages, indicates that less journalism, in other words, less windows of transparency, mean opacity and consequently, better conditions for speculation and corruption. This ethical concern underlies in other works in this current issue authored by outstanding European and American academics in the study of the press, such as Anthony Smith, Philip Meyer, Charlie Beckett, J.-M. Nobre-Correia, Piet Bakker, Patrick Eveno and Peter Dahlgren. A panorama that is complemented by other Spanish analysts in this second issue of *Infoamérica-ICR*.

### **Farewell to Vidal-Beneyto (1929-2010)**

It has been many years since José Vidal-Beneyto<sup>2</sup> kept his mind alert in a weakened body. His voice from Paris on the other side of the phone line, was radiant and his ideas and projects, vigorous up to extenuation. He argued his sadness -political desperation, the death of journalism, the poverty of Spanish intellectuality- with a brilliant drive, of maintained youth that in no way felt commiseration at his 80 years.

His thinking clashed against everything from the pages of *El País* and he was a counterforce against ideological sedation. He was very concerned about the renouncement of journalism in its role as a counter power and alignment of the media with the discourse of the large powers. He felt pain for the loss of illusions and constructive utopias at a time in which the planet seemed most needy of new spare parts.

He was a member of the scientific Committee of *Infoamérica-ICR*, in November of last year he transmitted his high hopes for us as a great congratulation when our first issue made its appearance.

It was our intent to have invited Vidal-Beneyto to make a reflexion in this issue, on the reduction of opinions in the large European journals, an aspect he was working on. It was not to be. He said farewell to us all on the 16<sup>th</sup> of March 2010. This monographic issue is a tribute to his academic and human stature.

Bernardo Díaz Nosty, editor

1 SEJ06-14561 (2006-2010). As well as this, no. 3 of *Infoamérica-ICR* (septiembre 2010) will trace a new analytical framework on the future of public television in Europe.

2 <http://www.infoamerica.org/teoria/vidal1.htm>