

**I CONGRESO INTERNACIONAL LATINA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
POSTPERIODISMO: LA INFORMACIÓN, EN LA SOCIEDAD SATURADA**

Los contenidos tabloide y la crisis del periodismo de calidad

María Luisa Humanes, Manuel Martínez Nicolás, Pablo Francescutti
Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación (GEAC)
Universidad Rey Juan Carlos

1. Introducción

Decía Lippman en 1922 que “la calidad de las noticias sobre la sociedad moderna es un índice de su organización social”. En los últimos tiempos son cada vez más numerosas las voces que diagnostican la existencia de una grave crisis del periodismo. Varios son los síntomas de la enfermedad: la pérdida de audiencia y de credibilidad, la debilidad de los periodistas frente a las fuentes –cada vez más capacitadas para utilizar las mismas herramientas comunicativas que los medios-, la indefinición profesional en un contexto tecnológico que facilita la difusión de nuevos formatos que compiten con las fórmulas tradicionales. Pero, sin duda, uno de los signos más evidentes de la enfermedad es la confusión de la información con el entretenimiento o con el espectáculo.

Se ha generalizado desde hace al menos una década el término *tabloidization* para designar este proceso (Sparks, y Tulloch, 2000). Con él se expresa la idea de la aproximación de los medios informativos hacia los contenidos y formatos de los clásicos tabloides que comenzaron a publicarse en Estados Unidos y Gran Bretaña en el siglo XIX, cargados de noticias sobre crímenes, escándalos, deportes y celebridades, y que eran fácilmente consumidos por un público escasamente interesado por la información política y económica, reservada a la prensa de élite. El triunfo de la televisión comercial como el medio de comunicación preferido por el público ha acelerado esta situación. La competencia entre cadenas las ha enfrentado con la necesidad de conseguir audiencia y en consecuencia con la obligación de buscar estrategias de captación de público. Así, los espacios informativos han cambiado en las últimas temporadas sus formatos de presentación, desde el escenario del plató a la forma de conducir el programa. La televisión ha logrado imponer esta lógica al resto de los medios. Los contenidos informativos “serios” no han escapado a esta tendencia, que ha metamorfoseado los asuntos públicos y las noticias en entretenimiento. La Asociación Mundial de Periódicos estimaba que en 2005 el 36% de la prensa mundial ya había asumido este tipo de periodismo tabloide. Altschull (1995) concluye que al final del camino nos encontramos con la superación de los valores periodísticos por los valores del entretenimiento.

Nuestra hipótesis central en esta exposición es que el periodismo y sus profesionales necesitan no sólo encontrar un nuevo modelo de negocio para sobrevivir a la crisis económica, sino recuperar la legitimidad social como mediadores entre el acontecer y los ciudadanos, garantizando una información de calidad. Presentamos dos análisis de contenido sobre diarios y sobre informativos de televisión para ilustrar la tendencia hacia la tabloidización de la información y sus posibles consecuencias.

Antes de centrarnos en el caso español, conviene detenerse en algunos aspectos conceptuales para una mejor comprensión de este fenómeno de la tabloidización o popularización de la información. A pesar de haberse revelado como uno de los temas que más interesan en los últimos tiempos tanto a académicos como profesionales, por el momento, el debate teórico todavía se encuentra en un estado incipiente. Tres razones explican este hecho. En primer lugar, es un proceso que sólo se puede evaluar al largo plazo. En segundo lugar, su evolución no es uniforme, sino que hay circunstancias nacionales o culturales que lo modifican. Por último, es un concepto complejo y poco definido que debe estudiarse desde un punto de vista multidimensional (Esser, 1999). En general se pueden detectar dos grandes tópicos: los estudios que se ocupan de analizar los contenidos y formatos propios de este periodismo trivializado y, por otra parte, los trabajos sobre los cambios sociales, políticos y cognoscitivos a los que conduce, aunque las relaciones de reciproca influencia son evidentes.

Tres elementos sirven para detectar la existencia y el nivel de desarrollo de este tipo de periodismo. Primero la introducción de nuevos criterios de selección de los acontecimientos, de modo que aparecen más noticias centradas en el interés humano y en el sensacionalismo, a las que Langer (2000) ha calificado como "las otras noticias", frente a la poca atención que se presta a la información sobre política, economía y sociedad. Por ejemplo, interesa más la vida privada de la gente, tanto de celebridades como de gente ordinaria, y menos los procesos políticos, el desarrollo económico y los cambios sociales. Una segunda característica tiene que ver con la prioridad que se le da en un medio determinado al entretenimiento frente a la información. En este sentido, Diamond ha hablado de un periodismo que se basa en la información cero (en Altschull, 1995). Finalmente, la banalización afecta a los formatos de los medios (Sparks, y Tulloch, 2000). Estos dos autores, combinando estos indicadores, han obtenido una taxonomía de la prensa actual, que consistiría en: diarios serios, las publicaciones semiserias, la prensa popular seria, aquella con noticias tabloides y la prensa tabloide de supermercado. León Gross (2007) propone distinguir entre "periodismo de referencia" y "periodismo popular", aunque aquí preferimos hablar de "información" de referencia y popular, al proceder del ejercicio del mismo periodismo. El proceso de *tabloidization* se aplica, por lo tanto, a los medios tabloides tradicionales y/o a una contaminación de los medios serios por la trivialización. Para algunos es este último desarrollo es el que más preocupa. En él nos detendremos.

En Gran Bretaña, McLachlan y Holding (2000: 75-89) han estudiado cómo se ha producido la aproximación de la prensa seria hacia el estilo de los tabloides desde la década de los años cincuenta. Analizaron los diarios *Times*, *Guardian* y *Mirror* utilizando los siguientes dos indicadores:

- El tipo de contenidos (*range*), midiendo el volumen relativo (por página) y la importancia de varias áreas de la cobertura periodística como el número de noticias internacionales, noticias centradas en el interés humano y en el entretenimiento.
- Los formatos (*form*), más simplificados, con un creciente uso de ilustraciones, un vocabulario y una sintaxis más reducidos. En este caso se computa el número de fotografías por página y número de palabras por noticia.

Los resultados son bastante ilustrativos. De 1952 a 1997 las noticias sobre temas internacionales decrecieron en *Times* y *Guardian* desde una media de 2,85 textos por página a 0,5; mientras que los elementos gráficos aumentaron desde 0,6 por página al 1,4. Igualmente los tres diarios han reducido la extensión de sus informaciones. Este estudio es sólo un ejemplo de lo que Herbert Gans ha llamado *data reduction* (2003: 52).

2. La popularización de la información en España

En el caso español, hemos querido comprobar si esta tendencia que se ha percibido en la prensa inglesa también se ha producido en nuestros diarios. Para ello hemos hecho un análisis semejante de los periódicos *El País* y *ABC*¹. Se ha comparado en primer lugar el número de noticias por página sobre acontecimientos internacionales, política nacional y economía en los

¹ Se han elegido estos dos diarios porque reunían unas características que les convierten en un idóneo objeto de estudio. Para poder realizar la comparación temporal se necesitaba seleccionar diarios que se publicaran antes de la década de los años 90 –cuando comienza en España el proceso de comercialización y lucha por las audiencias con la llegada de las televisiones privadas y el surgimiento de grupos multimedia. Además, ambos pueden ser considerados periódicos de calidad dentro del sistema español, lo que permite apreciar con mayor precisión la tesis de la contaminación de la prensa seria por la popular. Por último, ambos simbolizan ideologías políticas diferentes y ello también garantiza la validez de los datos por cuanto eliminan una posible interpretación del fenómeno por razones ideológicas. De esta forma, si en los dos diarios encontramos datos semejantes podremos decir que la explicación de la trivialización de los contenidos ha de buscarse en el triunfo de un nuevo modelo periodístico.

años 1985-86 y en 2002-03. En los años 80 en el diario *El País* se editaban una media de 1,5 textos (el periódico no alcanzaba normalmente las 60 páginas), dos décadas después la media había caído hasta 0,8 (el número de páginas totales alcanzaba ya las 80), es decir, se perdió el 25% de información. En el diario *ABC*, por el contrario la proporción se mantiene constante en el periodo analizado (0,5 noticias por página). Junto a la reducción de la información sobre estos tres ámbitos, también indagamos si se había incrementado la cantidad de las noticias de interés humano, crímenes, desastres y temas relacionados con el tiempo de ocio, entretenimiento (o *soft news*). En el caso de la información sobre los tres primeros ítems la tendencia se muestra de manera más clara en el periódico conservador -que pasa de 0,04 noticias en 1985 a 0,06 en 2002-, que en *El País* donde no sobrepasa el 0,04. Conviene subrayar, no obstante, que aunque la diferencia numérica parezca de escasa relevancia, nos indica su posible desarrollo ulterior. Una secuela también significativa del aumento de los contenidos anteriores es la salida de este tipo de noticias de sus secciones naturales y su incursión en aquellas que ya hemos visto que han perdido información propia. Así, no es extraño encontrar noticias sobre sucesos en las secciones de nacional e internacional. El 27 de abril de 2002 tanto el diario *El País* o como *ABC* abrían las páginas internacionales con la noticia sobre el asesinato de 17 personas llevado a cabo por un estudiante alemán; dos décadas antes a este acontecimiento no se le hubiera concedido tal emplazamiento. Otro ejemplo: el mismo día *El País* publica en su página 10 un texto con el siguiente titular: "Los islamistas logran aplazar la elección de Miss Marruecos", y junto a él la fotografía de un líder guerrillero checheno asesinado bajo cuyo pie de foto reza: "La guerra sigue en Chechenia".

Los islamistas logran aplazar la elección de Miss Marruecos

14.000 mujeres se presentaron al concurso, según los organizadores

REUTERS, Rabat

El concurso para elegir a Miss Marruecos 2002 ha sido aplazado por temor a que el desfile de chicas provoque un enfrentamiento con los islamistas en vísperas de unas elecciones parlamentarias cruciales previstas para el próximo mes de septiembre. "No queremos proporcionar a los islamistas argumentos electorales", declaró el organizador del evento, Anas Yazuli, para justificar su decisión.

Yazuli reconoce que el desfile de chicas, el primero de este género en Marruecos, ha sido virulentamente criticado por el diario *Al-Jadid*, el órgano del Partido de la Justicia y del Desarrollo (PJD), de corte islamista moderado.

"Recurren a los acostumbrados argumentos tontos sobre la incitación a la lujuria y a la denuncia de la imitación de Occidente", prosigue Yazuli. "Recuerdo que destacadas

tes", prosigue Yatim. Si celebran la elección, "los organizadores nos hacen un bonito regalo para utilizar en nuestra campaña electoral".

Yazuli, el principal organizador, asegura que esta vez el Ministerio del Interior, que encabeza Driss Jettu, ha permanecido neutral ante su iniciativa. El año pasado, cuando ese departamento estaba dirigido por Ahmed Midoui, varios funcionarios interrogaron a



MOSCÚ MUESTRA EL CADÁVER DEL JEFE GUERRILLERO CHECHENO. La cadena de televisión estatal rusa mostró ayer imágenes del cadáver del ideólogo de la guerrilla chechena, Jatab, muerto al parecer en marzo pasado en el sur de Chechenia, donde era uno de los líderes de la lucha contra las tropas rusas. Las imágenes mostraban algunas de las mutilaciones por las que sus camaradas le llamaban el *marco*.

La guerra sigue en Chechenia

término, nos encontramos con la personalización de la información, que se ha convertido en una estrategia reconocida para alcanzar más audiencia. El resultado es que la cobertura de los asuntos públicos se centra en los individuos que protagonizan los hechos, sin importar demasiado el alcance social o público que supera lo personal. Un patrón muy claro de esta transformación se puede observar la información sobre ataques terroristas, que consiste básicamente en un relato de la vida de las víctimas: conmovedor pero poco esclarecedor. No sólo ocurre en estas noticias, sino que es ya una estrategia habitual: siempre que el discurso se pueda organizar en torno a un personaje, el quién ganará a las otras cinco w's tradicionales. El siguiente ejemplo, extraído del diario ABC, nos sirve para ilustrar lo dicho. El 14 de abril de 1986 el gobierno de los Estados Unidos atacaba Libia como represalia por su posible implicación en un atentado terrorista en Gran Bretaña. El titular de la noticia correspondiente era: "El ataque de la aviación de EE.UU. partió de una base de la OTAN en Gran Bretaña". El 7 de octubre de 2001, Estados Unidos vuelve a atacar a otro Estado (Afganistán) por acoger a terroristas de AlQaeda. Ahora el titular es: "George Bush lanza un ataque selectivo con el respaldo de la <voluntad colectiva del mundo>". Esta noticia es una buena muestra de la trivialización de la información que se produce con la introducción de elementos gráficos que, sin duda, rebajan la importancia del acontecimiento principal. En la fotografía más parece que el presidente estuviera felicitando a los jugadores de béisbol que declarando una guerra.

MIÉRCOLES 15-4-86 INTERNACIONAL ABC pág. 27

GUERRA TERRORISTA

George Bush lanza un ataque selectivo con el respaldo de «la voluntad colectiva del mundo»

«La única forma de buscar la paz es perseguir a aquellos que la amenazan», dijo el presidente



Tras casi un mes de preparaciones militares y diplomáticas, EE.UU. lanzó ayer una operación ofensiva contra objetivos en Argelia. El presidente Bush anunció que la intervención se concentra en la red terrorista de Osama bin Laden y el gobierno Talibán que la ha albergado hasta el momento. Según Bush, los integrantes afganos crean a su vez un peligro en sus países — además de su territorio neutral.

WASHINGTON. Pedro Rodríguez

La selección de Estados Unidos, encabezada desde la izquierda por el portero que convertirá el partido en un espectáculo, se puso de las felicitaciones en la base de la acción militar.

Una operación que según reveló el presidente Bush, cuenta con el respaldo de la voluntad colectiva del mundo y se concentra exclusivamente en los ataques de organizaciones terroristas de Bin Laden y sus aliados.

Los presentados ataques fueron anunciados por el propio George W. Bush, en un momento en el que el Estado de la Casa Blanca, sus jugadores se preparaban para comenzar «un trabajo a favor de la paz». En esta ocasión, Bush argumentó que Estados Unidos es una nación que no se centra únicamente en

El avión General Dynamics F-111 es un cazabombardero de geometría variable que puede volar a una altitud de 18.288 metros. Está tripulado por un piloto y un navegante y puede transportar 11.200 kilos de bombas y misiles a una velocidad superior a Mach 2. Su radio de acción es de 3.000 kilómetros, con depósitos auxiliares, y puede ser reaprovisionado en vuelo. Su capacidad operativa es todo tiempo y está equipado con un radar de seguimiento del terreno que dirige al avión de acuerdo con el relieve del terreno. En las imágenes, dos de los aparatos de la 20 Tactical Fighter Wing despegan de la base de Upper Heyford en Gran Bretaña rumbo a Libia.

El ataque de la aviación de EE UU partió de una base de la OTAN en Gran Bretaña

La acción militar fue relámpago y había sido «cuidadosamente planeada»

Washington. Alp. Ap. Dpa. Reuter

Estos centros son el Centro de Comando, el centro del Aparato Logístico y campos de entrenamiento. Todos ellos en relación con los terroristas cobijados en Libia. El ataque fue realizado por la aviación utilizando cohetes aire-tierra. La cadena de televisión NBC informó que los correspondientes en Trípoli vieron un avión no identificado tras el que se oyeron explosiones.

Larry Speakes, portavoz de la Casa Blanca, confirmó, después de las dos de la madrugada, hora española, que aviones estadounidenses bombardearon territorio libio como represalia por su apoyo al terrorismo internacional. El portavoz presidencial aseguró que los ataques se realizaron contra «centros terroristas» y otros objetivos militares, todos ellos situados en Trípoli y Bengasi.



Jugadores del Tampa Bay Devil Rays atienden al discurso de George W. Bush desde una pantalla gigante instalada en un estadio de Florida antes del comienzo de su partido contra los Yankees de Nueva York.

Aunque hasta ahora nos hemos centrado en el discurso periodístico de la prensa escrita, no podemos olvidar que en la actualidad la televisión ocupa el primer puesto como canal de información para la mayor parte de la población. Así, al igual que en la prensa la selección de las noticias se ha orientado cada vez más hacia los asuntos relacionados con el interés humano, las catástrofes, sucesos y sobre todo los deportes. Estos temas ocupan ya en los programas informativos cerca de las dos terceras partes del tiempo total. Este tipo de noticias han desplazado a la política nacional e internacional y a la economía; ésta última casi ha desaparecido de los informativos, a no ser que alguna empresa tenga que anunciar sus éxitos o que el Estado difunda alguna de sus estadísticas. Con la información de política nacional sucede algo muy parecido, pues si hacemos un repaso detenido nos daremos cuenta de que es improbable que recibamos alguna noticia que no parta de una convocatoria de los partidos o de otros acontecimientos previstos (sesiones del congreso o consejos de ministros). Sólo estos eventos, planificados fuera de los medios, consiguen entrar en la escaleta. Ello está dando lugar a una información televisiva cada vez más homogénea en la agenda de temas.

El análisis de los noticiarios de *prime time* de cuatro emisoras generalistas de ámbito estatal: TVE (pública), Tele 5, Antena 3 y Cuatro (privadas)² revela una situación muy similar a la de la prensa. En la Tabla 1 se puede observar la distribución de temas. De manera general predomina el modelo popular en más del 50% de la muestra analizada. El modelo de "informativo popular" se caracteriza por una fuerte presencia de las noticias sobre "Sucesos" en el temario informativo. En el caso de Tele 5, ese tema es el tópico informativo principal (casi la tercera parte de los noticiarios está dedicada a distintos tipos de *sucesos*) y el segundo en Antena 3, igualado con la información sobre *política* y algo por detrás de los *deportes*, que es el tópico principal en esta emisora). La combinación *Sucesos* y *Deportes* ocupa prácticamente la mitad de los informativos de estas dos emisoras (el 47,6% en Tele 5 y el 49,8% en Antena 3). Acompañado de menos información sobre política y más información sobre acontecimientos festivos y lúdicos (fiestas, costumbres, gastronomía, vida de los famosos, etc.), y hay una escasa presencia de asuntos relacionados con políticas sociales y problemas sociales (ciencia, tecnología, educación, sanidad y consumo, inmigración, medio ambiente, etc.) y muy escasa información sobre acontecimientos culturales. El modelo de "informativo de referencia" está representado principalmente por Cuatro: amplia atención a los asuntos relacionados con la política nacional e internacional (en torno al 40% del noticiario), y también a los temas sobre políticas y problemas sociales. El "sesgo" popular viene antes del interés por deportes y espectáculos, con una presencia discreta de las noticias sobre *sucesos*. Podemos comprobar, por tanto, un cierto escoramiento de los noticiarios televisivos en España hacia una información *popular* por encima de una información *de referencia*. El caso interesante es de TVE, anclada en un modelo mixto, ni netamente popular ni netamente de referencia. Y probablemente en esta cuestión no pueda decirse que el término medios sea lo deseable, máxime tratándose de una televisión pública, que probablemente debiera orientarme más decididamente hacia una "información de referencia". Con respecto al modelo de "información de referencia", TVE dedica menos atención a lo temas de política nacional e internacional y algo menos a las noticias sobre políticas y problemas sociales, pero en cualquier caso siempre por apreciablemente por encima de la atención que prestan a estos asuntos las emisoras del "modelo popular".

Tabla 1. Temas de la información en cada emisora (%)

Tipo de información	Tema	Emisora			
		TVE	Tele 5	Antena 3	Cuatro
De referencia	Política	30,9	27,8	23,4	43,7
	Economía	5,9	2,1	4,8	6,0
	Políticas/problemas sociales	10,3	5,3	3,9	13,2
	Cultura	2,0	1,1	0,9	2,4
Popular	Sucesos	16,2	28,9	23,4	12,5
	Acontecimientos festivos	5,4	13,4	12,1	1,2
	Espectáculos	6,8	2,7	5,1	6,6
	Deportes	22,5	18,7	26,4	14,4

Además, el tratamiento que se les da es el más pobre: aunque es habitual aún que la información nacional e internacional se emplacen en el primer tercio del programa, no es menos cierto que el contenido se rige por la espectacularización, la dramatización del conflicto y la

² El análisis se basa en una muestra de 7 días (lunes a domingo) a lo largo de un año: de abril de 2007 a marzo de 2008: 28 noticiarios.

personalización. La información internacional es quizá la más maltratada debido al coste de su producción, ya que unos buenos contenidos sólo son posibles con una buena red de corresponsales que en este momento ninguna cadena tiene (salvo las públicas). La calidad de la información se ve afectada de diversas formas: por la dependencia de las agencias de noticias internacionales, por la reducción de los temas que se abordan, por la fragmentación y el escaso seguimiento de los mismos.

También destaca la importancia creciente que están adquiriendo las que antes hemos llamado noticias de utilidad para la vida diaria. La información meteorológica es el paradigma de esta tendencia: abre cualquier programa informativo con o sin motivo para ello, pues sería adecuado a los criterios periodísticos clásicos dar cuenta de las consecuencias de un huracán (por considerar uno de los acontecimientos más recientes), pero no parece tan justificado desplazar periodistas y cámaras para notificar que en invierno está nevando en la sierra y que en Sevilla las temperaturas alcanzan los 40 grados en verano. Además, todo evento relacionado con el tiempo libre se ha convertido en el fundamento de los noticiarios del fin de semana desde el viernes al domingo, lo que hace que parezcan una guía del ocio. Dentro del infoentretenimiento, los programadores han convertido a la información deportiva en el contenido estrella, pero con los mismos rasgos de espectacularización, personalización y dramatismo. De modo que nos encontramos de nuevo con la paradoja de mayor tiempo de noticias y menor información. Un último espécimen de este tipo de noticias son las que sirven de promoción de otros productos de las industrias mediáticas: los programas de la propia cadena, los estrenos de cine de determinadas productoras o la salida al mercado de un disco se transfiguran en información, cuando tradicionalmente serían consideradas publicidad.

3. Conclusiones

1. La información en España se decanta hacia un modelo de recurso frecuente a la *información popular*, que conlleva un amplio riesgo de *tabloidización*. La *deriva tabloide*, con riesgo de sensacionalismo, parece atractiva para las audiencias.
2. Los contenidos periodísticos reflejan los modelos y culturas profesionales de quienes los producen. Tradicionalmente, todos los modelos profesionales en el periodismo han girado en torno al concepto de información; de manera que todas las funciones atribuidas al periodismo emanarán de su significado. Si, como hemos intentado demostrar, la información ha modificado su naturaleza, entonces también debemos asumir que hayan cambiado los modelos profesionales que otorgan una u otra función al trabajo periodístico. Gloria Lomana, directora de informativos de Antena 3, afirmaba: "Ofrecemos las noticias con mucho rigor pero de una forma muy amena y muy cercana a los espectadores que interesa a los ciudadanos"³.
3. Las consecuencias previsibles del triunfo del modelo de información popular se reflejan en dos planos. En el ámbito periodístico, significa la implantación y dominio del periodismo dirigido al mercado, en el que prima lo interesante sobre lo relevante. A nivel macro, puede verse como un fenómeno social que simboliza cambios de mayor envergadura en la ciudadanía y su participación en la vida pública. Lo que Mazzoleni denomina una "ciudadanía frágil" (Mazzoleni, 2009), que consume contenidos de fácil comprensión y orientada prioritariamente hacia el entretenimiento.

³ Entrevista publicada en *La Razón*, 28 de diciembre de 2005, p. 76.

4. Referencias

- Altschull, Herbert (1995). *Agents of power. The media and the public opinion*. London: Longman.
- Esser, Frank (1999). Tabloidization of news. A comparative analysis of anglo-american and german press journalism. *European Journal of Communication*, 14 (3), 291-324.
- Gans, Herbert (2003). *Democracy and the news*. Oxford. Oxford University Press.
- Langer, J. (2000). *La televisión sensacionalista, el periodismo popular y las "otras noticias"*. Barcelona: Paidós.
- León Gross, T. (2005). *El periodismo débil*. Málaga: Almuzara Editorial.
- Lippman, W. (1922): *Public opinion*. New York: Mcmillan.
- McLachlan, S. y Golding, P. (2000): "Tabloidization in the British Press". En Sparks, Colin y Tulloch, John (2000): *Tabloid tales: global debates over media standards*. Londres: Rowman & Littlefield Publisher.
- Mazzoleni, G. y Sfardini, A. (2009). *Politica pop. Da "Porta a Porta" a "L'isola dei famosi"*. Milán: Il Mulino.
- Sparks, Colin y Tulloch, John (2000). *Tabloid tales: global debates over media standards*. Londres: Rowman & Littlefield Publisher.
- Underwood, Doug (2001). Reporting and the Push for market-Oriented Journalism: media organizations as businesses. En W. Lance Bennett y Robert Entman (eds.). *Mediated politics. Communications in the future of democracy* (pp. 99- 116). Cambridge: Cambridge University Press.