

index•comunicación | nº 14(1) 2024 | Páginas 155-180
E-ISSN: 2174-1859 | ISSN: 2444-3239 | Depósito Legal: M-19965-2015
Recibido el 15_09_2023 | Aceptado el 16_11_2023 | Publicado el 15_01_2024

DIMENSIONES Y CRITERIOS DEL PERIODISMO TRANSFORMADOR: UNA PROPUESTA DE REFORMA MEDIÁTICA

DIMENSIONS AND CRITERIA OF TRANSFORMATIVE JOURNALISM: A MEDIA REFORM PROPOSAL

<https://doi.org/10.62008/ixc/14/01Dimens>

Tamer Al Najjar Trujillo

Universitat Jaume I

alnajjar@uji.es

<https://orcid.org/0000-0002-4113-4502>

Esta investigación ha sido financiada a través de la ayuda FPU17/02431 del Ministerio de Universidades en el marco del programa de formación del profesorado universitario (FPU) y el proyecto UJI-B2019-13 «Comunicación para el cambio social y educación mediática frente a los discursos del odio sobre género e inmigración: análisis de los discursos públicos en el periodo 2016-2019»



Para citar este trabajo: Al Najjar Trujillo, T. (2024). Dimensiones y criterios del periodismo transformador: una propuesta de reforma mediática. *index.comunicación*, 14(1), 155-180.

<https://doi.org/10.62008/ixc/14/01Dimens>

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo explorar dimensiones y criterios relacionados con el concepto de periodismo transformador como un paradigma de reforma mediática, en expansión académica, que plantea la necesidad de reevaluar los valores y prácticas arraigados en el quehacer periodístico. En primer lugar, se desarrolla un marco teórico sustentado en la literatura académica previa relacionada con este enfoque, lo que permite identificar sus pilares y características fundamentales. Posteriormente, se desarrolla una propuesta conceptual para profundizar en este paradigma teórico a través de dimensiones y criterios que abordan tanto la organización periodística como las narrativas. Los resultados obtenidos subrayan la importancia de entender el periodismo transformador como una propuesta que reconfigura el modelo periodístico con un claro compromiso con la justicia social global y un propósito fundamental de contribuir a la reducción del sufrimiento humano desde una mirada ecosocial. En conjunto, esta investigación desarrolla una conceptualización sobre el periodismo transformador y discute su papel dentro los estudios mediáticos.

Palabras clave: periodismo transformador; cambio social; justicia social; reforma mediática; reinicio periodístico

Abstract: This research aims to construct dimensions and criteria related to the concept of transformative journalism as an expanding academic paradigm of media reform that calls for a reevaluation of the values and practices entrenched in mainstream journalism. Firstly, a detailed analysis is conducted within the theoretical framework, drawing from prior academic literature related to this approach, enabling the identification of its fundamental pillars and characteristics. Subsequently, based on this theoretical foundation, a conceptual proposal is developed to advance this theoretical paradigm through dimensions and criteria that address both journalistic organization and narratives. The obtained results underscore the importance of understanding transformative journalism as a proposal that reconfigures the journalism model, with a clear commitment to global social justice and a fundamental purpose of contributing to the reduction of human suffering from an ecosocial point of view. In contrast to the static and rigid conception of traditional media structures, this approach advocates for a dynamic and alternative vision that highlights the imperative need to explore new communicative pathways.

Keywords: Transformative journalism; Social change; Social justice; Media reform; Journalism's reset

1. Introducción

En las últimas décadas, se han desarrollado distintas propuestas teórico-prácticas «que invitan a transformar el periodismo existente» (Barranquero Carretero, 2019: 16). Las iniciativas académicas afines a estos procesos de cambio han sido varias y se ha debatido sobre la necesidad de repensar (Peters y Broersma, 2013), rehacer (Boczkowski y Anderson, 2017), reconstruir (Anderson, 2013), reconsiderar (Alexander *et al.*, 2016) o reinventar (Waisbord, 2013) el periodismo, los medios y las noticias.

Con el objetivo de revertir las situaciones de partida no deseadas y superar las crisis mediáticas de «responsabilidad, accesibilidad, legitimidad y financiación» (Fenton y Freedman, 2015: 458), la tradición teórica vinculada al concepto de reforma mediática (*media reform*) (Price *et al.*, 2002) permite abrir el diálogo sobre qué procesos deben ponerse en marcha «con el fin de mejorar el funcionamiento de los medios y comprometerlos en la promoción de valores como la justicia, la igualdad o la democracia» (Barranquero Carretero *et al.*, 2014: 468).

Fenton y Freedman (2015) distinguen tres aproximaciones sobre el concepto de reforma mediática que se interrelacionan entre sí. En primer lugar, las transformaciones pueden ir encaminadas hacia la construcción de una mirada crítica de los medios hegemónicos/tradicionales, sus estructuras y relaciones de poder. Desde este punto de vista, entender los medios (sus rutinas, procesos de producción, financiación, contenidos, entre otros) es clave para impulsar otros modelos mediáticos. Una segunda perspectiva se asienta en la creación de nuevos proyectos mediáticos que reflejen una verdadera diversidad cultural basada en valores democráticos. Por último, se encuentra una concepción vinculada a cambiar los medios en el sentido de aprobar determinadas políticas mediáticas (desde los gobiernos e instituciones) para transformar los sistemas mediáticos. De esta forma, mediante distintas iniciativas sería posible construir un panorama mediático más plural en relación con un periodismo más ético, además de buscar nuevas formas de financiación y propiedad de los medios.

Desde esta aproximación, es necesario indagar en una redefinición de la propia concepción comunicativa mediática para que, de forma transversal, se invite a repensar otros modelos comunicativos y periodísticos. En este sentido, frente a un modelo hegemónico basado en una «comunicación mercantil de masas» (Reig, 2015: 46) caracterizada por la superficialidad, el establecimiento de divisiones binarias, basada en el espectáculo, ausente de contenidos contrahegemónicos y constructora de imaginarios negativos sobre determinados colectivos, se buscan otras fórmulas comunicativas que posibiliten impulsar lo que

se ha denominado como «reinicio periodístico» (Zelizer, 2021: 13). Esto es, repensar y reconfigurar los valores, las creencias, las prácticas y las relaciones que fundamentan una determinada forma del quehacer periodístico: Restablecer requiere dar un paso atrás, contemplar lo que se debe cambiar y descubrir la mejor manera de hacerlo realidad. Restablecer, por tanto, implica tener en cuenta procesos temporales distintos a los utilizados por los periodistas (Zelizer, 2021: 13).

Por tanto, se entiende que el periodismo, su rol en la sociedad y sus ideales se encuentran y se han encontrado en una situación cambiante y líquida (Koljonen, 2013). Como parte intrínseca del funcionamiento de las sociedades (al menos desde un punto de vista democrático), no deja de estar inmerso en lo que Bauman (2003) ya denominó como «modernidad líquida». Lo volátil y lo transitorio se abre paso cada vez más en todos los aspectos sociales y cotidianos. Frente a la rigidez de los «altos estándares» (Koljonen, 2013: 141) que ha caracterizado el análisis sobre lo que «debería ser» el periodismo (Hanitzsch, 2018: 45), muchas veces acompañados de «términos endiosados» (Zelizer, 2004: 101) como neutralidad, objetividad, inmediatez, legitimidad y ética (Deuze, 2016), se entiende aquí al periodismo desde una «construcción discursiva» (Hanitzsch y Vos, 2017: 115). Las propias personas periodistas, agentes sociales e instituciones forjan sus discursos sobre una determinada manera de entender el periodismo que se formula a través de normas, roles y formas de actuar.

En este plano discursivo es donde el periodismo y su identidad se negocia, configura, cambia, y se establece y legitima lo que considera como apropiado y aceptable (Hanitzsch y Vos, 2017: 120) dentro de un determinado contexto cultural, social, económico y político. El componente performativo de los discursos (Cobley, 2008), «decir es hacer» (Nos Aldás, 2007: 150), permite posicionar al periodismo y a las personas periodistas en uno u otro lugar, configurar sus valores, realidades, significados e interlocuciones con otros actores sociales. Por lo tanto, se habla de «una lucha por la autoridad discursiva en las conversaciones sobre el significado y el papel del periodismo en la sociedad» (Hanitzsch y Vos, 2017: 122) en la que ciertas concepciones periodísticas se sobrepone sobre otras.

En consecuencia, no hay una única forma de entender lo que las personas periodistas «deberían hacer», «quieren hacer», «realmente hacen» y lo que «piensan que hacen» (Hanitzsch, 2018). Entran en juego multitud de variables como la relación con la audiencia, su propia concepción como institución social y la relación con otras instituciones de poder en la sociedad, su relación con el

tiempo, su orientación comercial, las concepciones éticas de su trabajo o su conceptualización sobre lo que es conocimiento y lo que no, entre otros (Hanitzsch, 2007; Koljonen, 2013).

Desde estas premisas, se rescata el concepto de «periodismo transformador» (Brüggemann *et al.*, 2022; Krüger, 2022) que ha tomado fuerza en los últimos años como iniciativa que da sentido al concepto de reforma mediática. A través de este paradigma se discute qué papel debe jugar el periodismo en cuanto a la crisis ecológica, los procesos de paz y cambio social, en relación con las discusiones teóricas ya aportadas sobre el periodismo constructivo (Lough y McIntyre, 2021) y de *advocacy* (Laws y Chojnicka, 2020). El periodismo transformador, por tanto, pretende superar una mirada fragmentada en cuanto a alternativas mediáticas que se caracterizan por una mirada correctiva (Holt *et al.*, 2019) del funcionamiento mediático.

2. Objetivos y preguntas de investigación

Desde ese punto de partida, esta investigación plantea los siguientes objetivos:

- O1: Explorar el concepto de periodismo transformador dentro de la literatura académica en estudios de comunicación, su relación con el paradigma de reforma mediática, sus antecedentes teóricos y pilares básicos.
- O2: Proponer dimensiones y criterios que expandan el concepto de periodismo transformador para ampliar su entendimiento como paradigma comunicativo ligado a la promoción de la justicia social global y los derechos humanos, tanto en el ámbito organizativo como desde un punto narrativo.

Por tanto, las preguntas de investigación que orientan esta investigación se establecen de la siguiente manera:

- PI1: ¿Cuáles son las características fundamentales que definen al periodismo transformador?
- PI2: ¿De qué manera el periodismo transformador puede influir en la promoción de la justicia social global, la transformación/reforma del propio concepto de periodismo y su mejora a nivel narrativo y organizacional?
- PI3: ¿En qué se diferencia el periodismo transformador de los enfoques tradicionales en términos de sus prácticas y estructuras organizativas?

3. Metodología

Para dar respuesta a las preguntas de investigación planteadas y alcanzar los objetivos de investigación, se propone una revisión no sistemática de la literatura científica llevada a cabo en las principales bases de datos (Google Scholar, Scopus y Wos) en torno al término de «periodismo transformador». Es decir, se propone un metaanálisis de la propia investigación en el campo de estudio (Cooper *et al.*, 2009) para expandir y dar sentido a un concepto con poco recorrido académico tanto a nivel nacional como internacional. Esta perspectiva permite detectar patrones, identificar lagunas investigadoras y explorar posibilidades para futuras investigaciones (Codina, 2018). La investigación consta de dos fases: 1) la revisión de la literatura para extraer las ideas principales sobre el concepto de los artículos científicos y 2) la construcción de dimensiones y criterios con base en diferentes textos académicos y guías que ya hayan discutido la importancia de las narrativas para la consecución de sociedades más justas e igualitarias.

4. Hacia una conceptualización del «periodismo transformador»

4.1. Antecedentes teóricos y puntos de partida

Con la intención de seguir ahondando en las posibilidades de reinicio y cambio periodísticos planteados por la literatura previa, cabe detenerse un momento para subrayar algunas evidencias planteadas hasta ahora para conceptualizar lo que en este apartado se denomina como «periodismo transformador».

1. El análisis de los medios de comunicación y el periodismo pasa por entender su constitución como institución política e ideológica (Hackett, 1984; McQuail, 2013). Su funcionamiento, identidad, existencia y legitimidad tienen sentido en el momento en el que se les atribuyen una serie de valores, normas, códigos y privilegios (valores noticiosos, códigos éticos, libertad de expresión e información). Son instituciones con responsabilidades de acuerdo con lo que social y culturalmente se espera y demanda por parte de los distintos actores sociales.
2. Como tal, no existe «una verdadera esencia» periodística (Hanitzsch y Vos, 2017: 129), sino que su existencia se basa en una negociación mayoritariamente discursiva donde se dota de significado al periodismo en un contexto dado donde intervienen agentes sociales, los públicos, instituciones, la propia comunidad de periodistas, la comunidad científica y el estudiantado (Rafiee *et al.*, 2023). Su funcionamiento, objetivos y principios pueden ser renegociados, recreados, reapropiados y puestos en

duda: «debemos resistir la tendencia a eternizar el periodismo como si lo que siempre fue, siempre será» (Thomas, 2018: 407).

3. Las personas profesionales de la información y el periodismo están en constante participación no solo por su papel institucional, sino también porque forman parte de la esfera pública (McNair, 2000; Sampedro, 2021), indiferentemente del rol o función periodísticos que se asuma o se crea realizar. El periodismo toma sentido «en relación con el público y la vida pública» (Carey, 1997: 4) por lo que distinguir un periodismo que participa y otro que no lo hace sería obviar el papel democrático desempeñado por la comunicación (Williams, 1978).
4. Las discusiones sobre lo que es o, debería ser el periodismo, tendrían que ir acompañadas de un posicionamiento espacial y temporal puesto que el periodismo (y su desarrollo) se entienden situados geográfica, histórica y tecnológicamente (Thomas, 2018).

Así pues, teniendo en cuenta estas premisas, la propuesta de un «periodismo transformador» parte de una revisión de la propia identidad periodística y explora sus límites, así como los cambios socioeconómicos y estructurales necesarios para que el quehacer periodístico encuentre su lugar en la sociedad.

En ese sentido, la profundización sobre un periodismo transformador está enraizada en la renegociación de los estándares normativos, esto es, la exploración de un modelo periodístico y comunicativo «posnormal» (Brüggemann, 2017; Brüggemann *et al.*, 2020) para redefinir y desdibujar las normas, roles y prácticas periodísticas que puedan ser adaptadas a las actuales situaciones socioculturales. Se habla, pues, de tener en cuenta los cambios mediáticos constantes e impredecibles: un aumento de la polarización social y un escenario comunicativo impregnado por narrativas de la «colapsología» (Servigne y Stevens, 2020) que aluden a los constantes riesgos que las sociedades enfrentan y que parecen requerir acciones urgentes ante un derrumbe de todo lo conocido y aquello que queda por conocer.

Antes estas realidades, un posicionamiento periodístico posnormal requiere acercarse a estos contextos cuestionando la objetividad y generando reflexión desde la consideración de los metadiscursos tanto de periodistas a favor de un cambio de paradigma como de sus críticos: «Este proceso de autorreflexión pública también se traduciría, al menos en cierta medida, en nuevos tipos de práctica periodística» (Brüggemann, 2017: 59). Brüggemann *et al.* (2020) sientan las bases sobre cómo entender los cambios que han de darse para establecer una comunicación periodística científica «posnormal», realizada tanto

por personal científico como periodistas, en relación con las preocupaciones sobre las narrativas vinculadas a la crisis climática (**Tabla 1**).

Tabla 1. Características de una comunicación posnormal

	Características y patrones de la comunicación científica «ideal-típica» o «normativa»	Características y patrones emergentes de una comunicación científica «posnormal»
Roles	- Observadores neutrales /Periodismo de control (<i>watchdog</i>).	-Defensa e incidencia sobre bienes comunes. -Intermediación y negociación para avanzar en el consenso, el diálogo y el conocimiento en las esferas públicas.
Normas	-Objetividad periodística. -Servicio público. -Inmediatez.	-Incidencia/promoción/defensa (<i>advocacy</i>). -Interpretación más allá de los hechos y resultados a través de narrativas que profundicen en los procesos y las causas. -Transparencia y participación limitadas. Dar a conocer los procesos de producción, rutinas, valores. Participación pública de determinados colectivos en la construcción de narrativas, pero con límites, ya que la profesión periodística mantiene el control.
Prácticas	-Acceso limitado. -Separación entre hechos y opiniones. -Selección y énfasis desde los criterios noticiosos. -Coexistencia de prácticas activas y pasivas en relación con el público.	-Comunicación y orientación proactiva con el público: relación con otros actores de interés fuera de la profesión para proporcionar contextos e interpretación adecuados.

Fuente: Brüggemann et al. (2020: 7).

Desde este paradigma posnormal es de donde parte el camino hacia lo que se ha denominado como «periodismos transformadores» (Brüggemann *et al.*, 2022; Krüger, 2022). En primer lugar, el término «transformador» alude a la

necesidad de llevar a cabo las transformaciones necesarias para abordar los retos que la humanidad tiene por delante, sobre todo en el plano medioambiental. En segundo lugar, la utilización del plural «periodismos» evidencia la posibilidad de emprender diferentes recorridos periodísticos que tengan como objetivo contribuir a las transformaciones ecológicas, ya estén en proceso o se desarrollen en el futuro.

Por consiguiente, se entiende que las transformaciones y cambios sociales podrían llevarse a cabo más fácilmente a través de una reformulación del quehacer periodístico, puesto que las formas del periodismo tradicional (objetividad, falta de independencia) ya no serían útiles para lidiar con los retos globales. El término «periodismos transformadores» alude a un tipo de periodismo «que da visibilidad a los actores, procesos y estructuras que promueven transformaciones ecológicas hacia la sostenibilidad conservando su independencia profesional y perspectiva crítica hacia estos actores» (Krüger, 2021: 369).

En este sentido, hablar de periodismos transformadores, desde la propuesta elaborada por Brüggemann *et al.*, (2022), supone entender que las transformaciones requieren de una perspectiva multidimensional: aquellos que afectan de forma interna a las estructuras mediáticas y los que irían enfocados a las narrativas y discursos con efectos socioculturales. Así, los autores hablan de cuatro grandes ejes en torno al periodismo transformador: discursos, estructuras, coberturas periodísticas e interacciones. Pese a su enfoque en la sostenibilidad y la crisis climática, es importante tener en cuenta este punto de partida con el objetivo de seguir profundizando en su conceptualización. En la siguiente tabla se resumen los aspectos más importantes de cada dimensión propuesta por los autores (Tabla 2):

Tabla 2. Dimensiones de periodismos transformativos

DIMENSIÓN	PROFUNDIZACIÓN
Discursos profesionales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metadiscursos: cuestionamiento de las prácticas y normas profesionales asentadas y aceptadas de forma normativa. 2. Cambio en las percepciones sobre los roles periodísticos: la incidencia sobre aspectos comunes debe ser la principal tarea periodística, pese a que las voces transformadoras son aún una minoría.
Estructuras de la profesión periodística	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nuevas estructuras: deben ser cambiadas para ser coherentes con los cambios demandados discursivamente. Es decir, medios de comunicación más ecológicos en el uso de los recursos naturales. 2. Nuevos nichos de negocio: reflexión en torno a lo que se está haciendo ya por parte de distintos proyectos periodísticos con una intención transformadora. 3. Redes periodísticas: conexión entre distintos medios para intercambiar contenidos y proponer nuevas acciones. Se trata de un objetivo colectivo y, por lo tanto, se requieren alianzas a largo plazo.
Coberturas mediáticas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interpretación y contexto: unas coberturas más interpretativas requieren entender que determinados hechos no son asuntos o problemas sociales que requieren miradas a largo plazo. 2. Discutir soluciones: informar sobre iniciativas e ideas para dar solución a los problemas que se abordan. 3. Coberturas orientadas al futuro: análisis de las consecuencias futuras de determinadas problemáticas.
Interacciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Movimientos sociales, activistas y ONG(D): un periodismo transformador apuesta por una relación más cercana con aquellos actores con objetivos transformadores.

	<p>2. Relación con la audiencia: vínculos más estables con las audiencias como parte esencial de los procesos comunicativos, y no como simples receptores o consumidores de contenidos.</p> <p>3. Política de ingresos: combinación de diferentes fuentes de ingresos para ser coherentes con los principios del periodismo transformador (suscripciones, patrocinadores). Evitar la incoherencia entre promover cambios sociales para paliar la crisis climática y aceptar publicidad de grandes empresas generadores de desigualdades.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Brüggemann *et al.* (2020: 7).

4.2. Los pilares básicos del periodismo transformador

El anclaje conceptual del periodismo transformador en la crisis ecológica requiere de la formulación de una mirada más amplia que no se asiente en la creación de modelos o paradigmas teóricos «prescriptivos» (Lewis, 1995: 14) con definiciones universales e inmutables. Por lo tanto, la propuesta que aquí se explicita no pretende ser un modelo definitivo ni universal. Tal y como argumentan desde la Coordinadora de Organizaciones para el Desarrollo (2022) en su proyecto «Comunicar con enfoque de derechos humanos», es necesario destacar que «no hay varitas mágicas» cuando hablamos de transformación social, injusticias y desigualdades.

En primer lugar, se trata de una aproximación que sería recomendable ir cambiando con el transcurso del tiempo con el objetivo de adaptarse a los cambios sociales y culturales. Esto permitiría ampliar los puntos de vista desde una escucha activa desde la interdisciplinariedad académica y donde puedan recogerse las voces de las personas profesionales del periodismo. Por lo tanto, en la base de su conceptualización se halla un sentido «alterativo» recogiendo la esencia de la comunicación para el cambio social (Marí Sáez, 2017). En consecuencia, no solo pretende ser una alternativa a las lógicas periodísticas dominantes, sino, también que sus prácticas modifiquen las estructuras internas y externas, así como los marcos de representación más extendidos.

En segundo lugar, es necesario transparentar su contextualización desde un posicionamiento histórico, social, cultural y epistemológico. Pese a que puede ser de utilidad en otros escenarios culturales y sociales, su formulación se realiza teniendo en mente el contexto español que comparte, en parte, características similares con otros contextos europeos. Los cambios ocurridos

en la última década han conllevado la aparición tanto de propuestas teóricas correctivas como de proyectos periodísticos autogestionados y autodefinidos como «independientes» en el país (Barranquero Carretero y Candón Mena, 2021).

En tercer lugar, se habla de «periodismo transformador» y no de «medios transformadores» puesto que son los sistemas comunicativos desde donde se configuran las relaciones entre los individuos, grupos sociales e instituciones (Benavides, 1997). Es decir, «escenarios de comunicación como espacios mediados por discursos» (Nos Aldás y Farné, 2020: 7) que, como prácticas sociales y comunicativas (Fairclough, 1989), «abren horizontes de vida, que muestran la persistencia y renovación de la alteridad, nos permite contribuir como académicos a la creación de aparatos de esperanza que rompan el desencanto y la parálisis que impulsan los medios hegemónicos» (Valencia y Magallanes, 2016: 25).

En cuarto lugar, la conceptualización de un periodismo transformador parte desde una visión postobjetivista (Kperogi, 2013), ya que se entiende que todo periodismo tiene un punto de vista (Fisher, 2016). La diferencia radica en que un periodismo transformador hace transparente su responsabilidad educativa para reforzar y facilitar cambios sociales hacia la justicia social global y la erradicación de las desigualdades. Por lo tanto, se rompe la distinción entre los modelos y roles que distinguen entre un periodismo educativo y otro que informa, moviliza o vigila (Hanitzsch y Vos, 2017). Aunque sea de forma inconsciente, el periodismo siempre está educando, como parte de la educación informal a la ciudadanía y públicos hacia los que se dirige (Rivière, 2003).

En consecuencia, se establecen tres aspectos clave como pilares básicos, siguiendo a Farné y López Ferrández (2021), con el objetivo de sustentar la conceptualización de un periodismo transformador. Siempre teniendo en cuenta el desarrollo teórico de la comunicación para el cambio social, transformadora y transgresora (Nos Aldas *et al.*, 2021; Tufte, 2017).

5. Todo comunica: decir es hacer. La idea propuesta por Watzlawick en su obra *Pragmatics of Human Communication* sobre que «es imposible no comunicar» (1967: 49), ya sea a través de silencios, gestos o palabras, permite afirmar que cada decisión o inacción lleva aparejada un determinado mensaje. Por otro lado, la teoría de los actos de habla de Austin (1976) ha sido determinante para comprender que la idea de comunicación va asociada a la performatividad del lenguaje, es decir, que cuando se comunica se está realizando una acción con consecuencias e implicaciones. No solo comunican las narrativas periodísticas, sino también, cada una de las decisiones organizacionales de la empresa: su estructura, la relación con las personas trabajadoras, qué tipo de publicidad acepta y cuál no, su financiación, los valores noticiosos utilizados, así como la

apertura o no del medio hacia la ciudadanía. Cada acción tomada proyecta una propia concepción del periodismo, una relación con los colectivos implicados, así como determinadas reacciones por parte de los públicos.

6. Los marcos narrativos y de representación. Si se considera que todo comunica y que comunicar es actuar, el análisis de la performatividad del lenguaje permite poner el foco en cómo el periodismo representa el mundo que nos rodea, cuál es la realidad que emana de sus narrativas. Para Lakoff (2007), el lenguaje que utilizamos diariamente permite enmarcar la realidad de una u otra manera, es decir, a través del lenguaje se activan determinados marcos cognitivos (estructuras mentales) que nos permiten entender el mundo que nos rodea, posicionarnos en él y reproducir ciertas ideas. Por lo tanto, el periodismo es partícipe en la construcción de imaginarios colectivos, de reproducirlos y de activarlos, pero también de deconstruirlos en el sentido de construir narrativas que se posicionen fuera del marco que se quiere cambiar (Darnton y Kirk, 2011). El periodismo transformador adquiere la responsabilidad de evaluar culturalmente las consecuencias de toda acción comunicativa.
7. La importancia de los valores. Las investigaciones sobre los valores determinados culturalmente, es decir, lo que se acepta como bueno y malo, lo que es válido y lo que no, han subrayado su importancia para fijar determinadas preferencias, actitudes y conductas en distintos contextos sociales (Schwartz, 1992). Desde el análisis de los mensajes mediáticos del tercer sector (Nos Aldás y Pinazo, 2013) se ha concluido que es un elemento clave si el objetivo es activar la participación de la ciudadanía en los cambios sociales. No es lo mismo comunicar desde la superioridad moral, la caridad, el asistencialismo y desde un enfoque totalmente individualizado, que desde marcos de protesta e indignación donde se resalta la importancia de lo colectivo (Benet Ferrando y Arévalo Salinas, 2016). La propuesta de Mesa *et al.*, (2013) invita a tener en cuenta una serie de valores inclusivos, universales y emancipados como punto de referencia para construir narrativas pacíficas, transformadoras y feministas basadas en la justicia, la solidaridad y los derechos humanos.

5. Resultados

5.1. Una propuesta de periodismo transformador: dimensiones y criterios

Desde las reflexiones comentadas, se proponen una serie de dimensiones y criterios que darían sentido a un periodismo transformador. Como aquel preocupado por erradicar las injusticias y desigualdades a través de sus relatos para apuntar a las causas profundas de los sistemas socioeconómicos que perpetúan las violencias y que propone otras vías, otros imaginarios, para construir un mundo más justo y equitativo (Santos y Ndlovu, 2022). Es decir, un periodismo que transgreda el *statu quo* (Laws y Chojnicka, 2020), tanto socioeconómico como periodístico, puesto que pone en duda la utilidad de una única forma de hacer periodismo en los contextos contemporáneos.

Este enfoque, por tanto, evalúa las consecuencias culturales de su comunicación donde prevalecen los objetivos colectivos ante los privados (captación de financiación), teniendo en cuenta que la transformación social y la conformación de un periodismo transformador, únicamente puede pensarse desde el largo plazo y con ritmos más lentos y desde la «sostenibilidad cultural» (Erro Sala, 2010) y no desde la inmediatez y el ahora.

Se trata de un periodismo basado en la transparencia que no se limita a la rendición de cuentas a nivel económico, sino que también hace transparente la toma de decisiones a nivel narrativo: qué valores noticiosos están en el trasfondo de las historias y relatos, así como los protocolos para la selección de fuentes y temas, entre otros. Hablar de un periodismo transformador no implica rechazar una evaluación de su sostenibilidad, puesto que su independencia económica se torna fundamental, pero, al menos, esos procesos privados deben cuidar y asegurar la no reproducción de más violencias (ni de forma interna ni externa).

A partir de la sistematización de la propuesta de «periodismos transformadores» de Brüggemann *et al.* (2022), los criterios de eficacia cultural establecidos en Nos Aldás y Farné (2020), las dimensiones recogidas en *Nadie dijo que fuera fácil 2: Bases teóricas y criterios para orientarnos hacia la transformación social* (Farné *et al.*, 2023), las recomendaciones recogidas en el *Vademécum para una información internacional responsable* (DevReporter Network, 2016), la *Guía de Comunicación Movilizadora: FAM* (Quepo, 2017), la *Guía de transición ecosocial y principios éticos para nuestros medios* (Chaparro Escudero *et al.*, 2021), algunos indicadores de medición de la calidad periodística (Gómez Mompert y Palau Sampio, 2013), los estudios de sostenibilidad, rentabilidad social y transparencia (Barranquero Carretero y Candón Mena, 2021), el Indicador de la Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM) (Chaparro, *et al.*, 2016) y las discusiones sobre periodismo, derechos humanos y feminismo

(Shaw, 2012; Unesco, 2008, 2022) se proponen varias dimensiones y criterios como punto de partida para dar un sentido más complejo a la propuesta de periodismo transformador. Para ello se dividen las dimensiones en dos ejes principales: organización periodística y narrativas. Aunque se muestren como dimensiones separadas, por una cuestión de presentación y organización, no deben verse como aspectos sin relación. Al contrario, solo su interrelación permitirá realmente hablar de un periodismo transformador.

5.1.1. Eje narrativas

Tabla 3. Dimensiones y criterios narrativos del periodismo transformador

Dimensiones	Criterios
Derechos y justicia (eco)social: temas y enfoques	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los relatos e historias periodísticos están contruidos desde un enfoque de derechos humanos y ecosocial. No solo para denunciar, sino, también, para transformar a largo plazo todas aquellas violencias, desigualdades e injusticias. 2. Un periodismo transformador no solo evita el racismo, la misoginia, la xenofobia o la aporofobia, sino que sus narrativas deben partir desde una posición antirracista y antimisógina, entre otros, para cumplir con sus objetivos transformadores. 3. Las narrativas parten de la premisa de la existencia de un periodismo que cuestiona el <i>statu quo</i> desde la raíz. Un periodismo transformador tiene como objetivo asentar procesos de pensamiento crítico para subvertir y transgredir los marcos políticos, económicos y culturales establecidos como legitimadores de opresiones y desigualdades. Perotambién, sus discursos y los metadiscursos de los profesionales de la información que deben poner en duda las normas y roles periodísticos preestablecidos hegemónicamente. 4. Los valores que emanan de las narrativas periodísticas están en sintonía con el feminismo, la solidaridad, los cuidados, el diálogo, la diversidad, la libertad, la resistencia y la esperanza.

<p>Causas y relaciones desiguales de poder</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Un periodismo transformador supone ir a la raíz para identificar y explicar las múltiples causas (sociales, políticas y económicas) de las problemáticas que se abordan y de las violencias que se denuncian (estructural, directa, simbólica). No solo puede ocuparse de narrar las consecuencias. 2. Los relatos sobre las problemáticas tratadas, como la pobreza, el hambre y las migraciones, posibilitan la contextualización de estas como procesos complejos, multifactoriales y multidimensionales. 3. Abordar las causas desde su complejidad pasa por visibilizar las relaciones y estructuras de poder constructoras de desigualdad, las interrelaciones, interdependencia y corresponsabilidad desde lo local hasta lo global, desde el Norte Global hasta el Sur Global y viceversa.
<p>Dignidad, reconocimiento y protagonismo</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Representa a todas las personas desde el respeto, reconociendo su dignidad como seres humanos. 2. Se evitan prejuicios, estereotipos, revictimización, cosificación, sensacionalismo, generalizaciones y cualquier tipo de enfoque que dañe la dignidad de las personas. 3. Se facilitan espacios donde las personas protagonistas puedan contar sus vivencias en primera persona. Un periodismo transformador no «da voz» a los colectivos afectados, sino que facilita su participación en las esferas mediáticas. Esto debe ser prioritario por encima de las voces expertas y políticas. Un periodismo transformador evita una utilización instrumental de las fuentes.
<p>Interseccionalidad</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Para abordar desde la complejidad las temáticas abordadas las narrativas periodísticas deben tener en cuenta el cruce de determinados ejes de opresión (género, etnia, orientación sexual, religión, diversidad funcional, clase, edad, entre otros) y cómo generan procesos de desigualdad complejos y muchas veces invisibilizados (Crenshaw, 1991). 2. Un periodismo transformador busca promover la comprensión y el diálogo social y cultural mediante perspectivas inclusivas, interculturales, intergeneracionales y con un enfoque de género transversal.

Soluciones, logros, propuestas y continuidad	<ol style="list-style-type: none">1. Integra una perspectiva optimista al resaltar los progresos sociales y proponer soluciones como alternativas a las corrientes económicas, sociales y políticas dominantes. Esto busca transformar situaciones de desigualdad, evitando la una mirada narrativa centrada en aspectos negativos.2. La inclusión de soluciones y logros, como forma de contribuir a la transformación social, debe partir de la premisa de que esas propuestas también deben respetar los principios de una justicia social global y los derechos humanos.3. Se incorpora una continuidad en los temas abordados desde el medio y corto plazo para poder visibilizar qué ha cambiado y qué se puede mejorar y debe cambiarse.
Participación, movilización y transparencia	<ol style="list-style-type: none">1. Evita una mirada de superioridad moral puesto que parte de la escucha activa de los públicos y su comunicación conduce al diálogo y la reflexión, evitando la polarización. Además, facilita el diálogo con los públicos para la creación de una ciudadanía crítica.2. Pese a la inmediatez de los contextos actuales, es necesario crear espacios para que las personas implicadas puedan participar (en diferentes grados y procesos) en la elaboración de mensajes y narrativas. Un periodismo transformador no habla «en nombre de», sino que sus relatos deben partir desde las preocupaciones de los colectivos que son quienes pueden evaluar críticamente los relatos desde sus vivencias personales.3. Hace transparente sus procesos de construcción narrativa dentro de las redacciones: temas, procesos de selección de fuentes, de verificación de la información, creación de contenidos de riesgo (suicidio, xenofobia, discriminación, intimidad). Esto puede darse a través de libros de estilo o códigos de conducta.4. Narrar desde la culpabilización y el miedo no favorece la movilización social. Por lo tanto, comunicar desde la indignación o la rabia colectiva parece facilitar la participación en colectivo.

Fuente: elaboración propia.

5.1.2. Eje organización periodística

Tabla 4. Dimensiones y criterios organizacionales del periodismo transformador

Dimensiones	Criterios
Identidad y estructura transformadoras	<ol style="list-style-type: none"> 1. La conformación del medio se define desde objetivos de transformación social, por encima de cuestiones de reputación corporativa e individualizada y superando una mirada únicamente de «independencia periodística». Esto supone salirse de la competitividad del mercado a través de toma de decisiones más lentas y consensuadas. 2. La organización periodística debe incorporar una mirada decolonial y despatriarcal (de Andrés y Chaparro Escudero, 2022), puesto que debe asegurar el acceso a aquellos colectivos que históricamente no han formado parte de las estructuras mediáticas para conformar redacciones periodísticas más diversas e inclusivas. 3. Toda acción de la organización está orientada hacia la transformación social, la justicia y la sostenibilidad. 4. La horizontalidad y la toma de decisiones consensuadas, superando una visión jerárquica de las redacciones, se torna imprescindible para la conformación de un periodismo transformador.
Transparencia y rendición de cuentas	<ol style="list-style-type: none"> 1. La transparencia de la organización va más allá de la publicación detallada de las cuentas anuales (ingresos y gastos) o lo que legalmente es obligatorio, puesto que afecta a la publicación de los equipos de dirección, trabajo y al conjunto de la propiedad o empresas editoras. 2. Desde un posicionamiento transformador es necesario que toda la estructura evalúe críticamente (desde sus responsabilidades) su impacto cultural en el corto, medio y largo plazo para transparentar sus logros o retrocesos desde una visión cualitativa y cultural.
Cuidados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Un periodismo transformador tiene sentido en cuanto al cuidado interno (personas trabajadoras) como externo (públicos) a través de mecanismos de medidas de protección y prevención de cualquier tipo de violencia o discriminación

	<p>como el acoso sexual o laboral, tanto física como virtualmente.</p> <p>2. Una organización periodística que cuida supone emplear dignamente a los profesionales de la información, con sueldos dignos, además de la implementación de medidas de conciliación y coresponsabilidad.</p> <p>3. La organización periodística debe asegurar la formación continua de la plantilla en temas de justicia social global para que esa visión se vaya adentrando en toda la estructura.</p>
Participación, cooperación y redes	<p>1. La cooperación y un enfoque colectivo entre grupos de trabajo, y los equipos directivos, así como las alianzas entre distintos medios, pero con objetivos transformadores en común, deben ser prioritarios ante los escenarios individualizadores y de competencia mediática.</p> <p>2. Es imprescindible la creación de alianzas entre distintos actores sociales (como las ONGD o instituciones gubernamentales). Eso facilitaría superar una mirada puramente instrumental como fuentes periodísticas, y que sea útil para la puesta en marcha de proyectos hacia la transformación social.</p> <p>3. En la medida de lo posible, la participación debe superar una mirada de «donación» hacia los medios a través de la creación de espacios de participación y toma de decisiones en colectivo. Es decir, la toma de decisiones también debería incorporar, en parte, a los públicos, sin perder de vista los objetivos últimos de un periodismo transformador.</p>
Financiación	<p>1. Teniendo en cuenta que se deben asegurar bienes materiales y económicos para el funcionamiento de un periodismo transformador, los objetivos de financiación no deberían sobreponerse a los objetivos de transformación.</p> <p>2. La economía social y solidaria, sus principios y valores, se tornan esenciales a la hora de configurar toda la organización periodística, siempre buscando una coherencia entre lo que se dice y lo que se hace.</p> <p>3. La financiación por publicidad (tanto privada como pública) puede tener cabida, pero desde un posicionamiento ético en el que no se acepte la publicidad de empresas que vayan en contra de</p>

	<p>los derechos humanos o pueda poner en peligro la autonomía periodística. La aceptación de publicidad debería favorecer la transformación social a través de la promoción de proyectos diversos en pro de la justicia social, fortaleciendo así redes de alianzas.</p> <p>4. La organización periodística debe evaluar críticamente la aceptación de contenidos financiados por entidades externas.</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: elaboración propia.

6. Discusión y conclusiones

El periodismo transformador se asienta como una propuesta orientada a la consecución de la justicia social global y, por ende, hacia la reducción del sufrimiento humano y ecosocial. Las discusiones aquí planteadas proponen entender el periodismo transformador como una superación del descontento social que vive el periodismo en algunas regiones europeas. La relativa juventud y novedad de este paradigma comunicativo requiere de futuras reflexiones y debates interdisciplinarios con el objetivo de consensos académicos útiles y aplicados en el quehacer periodístico.

La exploración, ni completa ni definitiva, de diferentes criterios y dimensiones del periodismo transformador ha permitido establecer un punto de partida enmarcado desde el concepto de reforma mediática y reinicio periodístico. Un reinicio periodístico que conlleva la contestación de todo un sistema socioeconómico, incluido el *statu quo* periodístico. El replanteamiento de un quehacer periodístico aceptado y naturalizado supone adentrarse en terrenos desconocidos y que pueden no ser bien recibidos por las élites periodísticas. Se insiste en la idea de que no existen «varitas mágicas» cuando se abordan procesos de cambio que requieren de una constante experimentación y reevaluación para su mejora a largo plazo.

En consecuencia, la propuesta de «periodismo transformador» aquí explicitada (que seguramente será necesaria una redefinición conceptual en un futuro) pretende sentar las bases para superar determinadas discusiones que enquistan el debate sobre hacia dónde se debe dirigir el periodismo en la actualidad. Se trata, efectivamente, de un modelo imperfecto en el sentido positivo propuesto por Muñoz (2001) a la hora de estudiar las propuestas para la paz.

Transparentar que todo periodismo educa, que tiene un punto de vista, y que la objetividad y la neutralidad pueden conllevar procesos de discriminación discursiva, pasa por entender la comunicación no desde una mirada ins-

trumental, sino como procesos facilitadores en pro de la justicia social y la construcción de ciudadanías críticas e informadas. Las propuestas aquí esbozadas no pretenden ser utópicas, puesto que la multitud de proyectos periodísticos iniciados en la última década, al menos en España, han dejado constancia de que otros caminos comunicativos son posibles, pese a las dificultades económicas en momentos de crisis. Por lo tanto, esta investigación ha intentado no caer en la senda del pesimismo, la desesperación, o desde el estancamiento de una visión del periodismo en crisis.

Referencias bibliográficas

- ALEXANDER, J., BUTLER BREESE, E. Y LUENGO, M. (2016) (EDS.). *The Crisis of Journalism Reconsidered: Democratic Culture, Professional Codes, Digital Future*. Cambridge University Press.
- ANDERSON, C. W. (2013). *Rebuilding the News: Metropolitan Journalism in the Digital Age*. Temple University Press.
- AUSTIN, J. L. (1976). *How to do things with words*. Oxford University Press.
- BARRANQUERO CARRETERO, A. (2019). El Periodismo Social como área de especialización, perspectiva de reforma y cultura profesional. Una revisión de conceptos y debates. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(2), 657-676. doi.org/10.5209/esmp.64794
- BARRANQUERO CARRETERO, A. Y CANDÓN MENA, J. (2021). La sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación en España. Diseño y aplicación de un modelo de análisis al estudio de caso de El Salto y OMC Radio. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 137, 1-20. doi.org/10.5209/reve.71863
- BARRANQUERO CARRETERO, A., MORENO RAMOS, M. A., MACÍAS VARELA, B., CEBALLOS CASTRO, G. Y ARÉVALO SALINAS, A. I. (2014). Una experiencia ciudadana de reforma mediática. Los premios enfocados/desenfocados al periodismo en España. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 3(2), 57-77. doi.org/10.25267/COMMONS.2014.v3.i2.04
- BAUMAN, Z. (2003). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- BENAVIDES, J. (1997). *Lenguaje publicitario: hacia un estudio del lenguaje en los medios*. Síntesis.
- BENET FERRANDO, V. J. Y ARÉVALO SALINAS, A. I. (EDS.). (2016). *De víctimas a indignados: imaginarios del sufrimiento y de la acción política*. Tirant Lo Blanch.
- BOCZKOWSKI, P. Y ANDERSON C. W. (2017) (Eds.). *Remaking the News: Essays on the Future of Journalism Scholarship in the Digital Age*. The MIT Press.
- BRÜGGEMANN, M., FRECH, J., Y SCHÄFER, T. (2022). Transformative Journalisms:

- How the ecological crisis is transforming journalism. En A. Hansen (Ed.), *The Routledge Handbook of Environment and Communication*. Routledge. **doi.org/10.31219/OSF.IO/MQV5W**
- BRÜGGEMANN, M., LÖRCHER, I., Y WALTER, S. (2020). Post-normal science communication: exploring the blurring boundaries of science and journalism. *Journal of Science Communication*, 19(3), 1-22. **doi.org/10.22323/2.19030202**
- BRÜGGEMANN, M. (2017). Post-normal Journalism: Climate Journalism and Its Changing Contribution to an Unsustainable Debate. En P. Berglez, U. Olausson, y M. Ots (Eds.), *What is Sustainable Journalism? Integrating the Environmental, Social, and Economic Challenges of Journalism* (pp. 57-73). Peter Lang.
- CAREY, J. (1997). Community, public, and journalism. En J. Black (Ed.), *Mixed news: the public/civic/communitarian journalism debate* (pp. 1-15). Erlbaum.
- CHAPARRO ESCUDERO, M., ESPINAR MEDINA, L., EL MOHAMMADIANE TARBIFT, Á. Y PERALTA GARCÍA, L. (2021). *Guía de transición ecosocial y principios éticos para nuestros medios*. Fragua.
- CHAPARRO, M., OLMEDO, S., Y GABILONDO, V. (2016). El Indicador de la Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM): medir para transformar. *CIC. Cuadernos de información y comunicación*, 21, 47-62. **doi.org/10.5209/CIYC.52944**
- COBLEY, P. (2008). Discourse. En *The International Encyclopedia of Communication* (W. Donsbac). John Wiley. **doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecd046**
- CODINA, L. (2018). Revisiones sistematizadas para trabajos académicos. 1: Conceptos, fases y bibliografía. *Blog Lluís Codina*. **https://tinyurl.com/yv2esma2**
- COOPER, H.; HEDGES, L. V. Y VALENTINE, J. C. (2009). *The handbook of research synthesis and meta-analysis*. Russel Sage Foundation.
- COORDINADORA DE ORGANIZACIONES PARA EL DESARROLLO (2022, noviembre 24). *Comunicar con enfoque de derechos humanos*. Recuperado de: **https://tinyurl.com/2p9yzc8b**
- CRENSHAW, K. (1991). Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color. *Stanford Law Review*, 43(6), 1241-1299. **doi.org/10.2307/1229039**
- DARNTON, A. Y KIRK, M. (2011). *Finding Frames: New ways to engage the UK public in global poverty*. Bond.
- DE ANDRÉS, S. Y CHAPARRO ESCUDERO, M. (2022). *Comunicación radical: despatriarcalizar, decolonizar y ecologizar la cultura mediática*. Gedisa.
- DEUZE, M. (2016). What is journalism?: Professional identity and ideology of

- journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464.
doi.org/10.1177/1464884905056815
- DEVREPORTER NETWORK (2016). *Vademécum para una información internacional responsable*. Recuperado de:
https://tinyurl.com/43y96nur
- ERRO SALA, J. (2010). Comunicación, cooperación internacional para el desarrollo y ONGD: un modelo de trabajo desde la educación y la cultura. En J. Erro Sala y T. Burgui (Eds.), *Comunicando para la solidaridad y la cooperación. Cómo salir de la encrucijada* (pp. 137-179). Foro de Comunicación, Educación y Ciudadanía.
- FAIRCLOUGH, N. (1989). *Language and power*. Longman.
- FARNÉ, A., NOS ALDÁS, E., GÓMEZ NICOLAU, E. Y AL NAJJAR TRUJILLO, T., (2023). *Nadie dijo que fuera fácil 2: Bases teóricas y criterios para orientarnos hacia la transformación social*. ONGAWA.
- FARNÉ, A., Y LÓPEZ FERRÁNDEZ, F. J. (2021). *¿Cómo comunicamos nuestro proyecto? Una introducción a la comunicación social*. UOC.
https://tinyurl.com/mtjd4f9j
- FENTON, N. Y FREEDMAN, D. (2015). The politics and possibilities of media reform. Lessons from the UK. En T. Miller (Ed.), *The Routledge Companion to Global Popular Culture* (pp. 458-470). Routledge.
- FISHER, C. (2016). The advocacy continuum: Towards a theory of advocacy in journalism. *Journalism*, 17(6), 711-726.
doi.org/10.1177/1464884915582311
- GÓMEZ MOMPART, J. L. Y PALAU SAMPÍO, D. (2013). Métodos y técnicas de análisis y registro para investigar la calidad periodística. En M. V. Mariño, T. González Hortigüela, y M. Pacheco Rueda (Eds.), *Investigar la Comunicación hoy. Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas* (pp. 771-787). Universidad de Valladolid.
- HACKETT, R. (1984). Decline of a paradigm? Bias and objectivity in news media studies. *Critical Studies in Mass Communication*, 1(3), 229-259.
doi.org/10.1080/15295038409360036
- HANITZSCH, T. (2007). Deconstructing Journalism Culture: Toward a Universal Theory. *Communication Theory*, 17(4), 367-385.
doi.org/10.1111/J.1468-2885.2007.00303.X
- HANITZSCH, T. (2018). Roles of Journalists. En T. Vos (Ed.), *Journalism* (pp. 43-63). De Gruyter.
- HANITZSCH, T. Y VOS, T. P. (2017). Journalistic Roles and the Struggle Over Institutional Identity: The Discursive Constitution of Journalism. *Communication Theory*, 27(2), 115-135. **doi.org/10.1111/COMT.12112**

- HOLT, K., USTAD FIGENSCOU, T. Y FRISCHLICH, L. (2019). Key dimensions of alternative news media. *Digital Journalism*, 7(7), 1-13.
doi.org/10.1080/21670811.2019.1625715
- KOLJONEN, K. (2013). The Shift from High to Liquid Ideals Making Sense of Journalism and Its Change through a Multidimensional Model. *Nordicom Review*, 34, 141-154. **doi.org/10.2478/nor-2013-0110**
- KPEROGI, F. (2013). News with Views: Postobjectivism and Emergent Alternative Journalistic Practices in America's Corporate News Media. *Review of Communication*, 13(1), 48-65.
doi.org/10.1080/15358593.2012.752521
- KRÜGER, U. (2021). Geburtshelfer für öko-soziale Innovationen: Konstruktiver Journalismus als Entwicklungskommunikation für westlich-kapitalistische Gesellschaften in der Krise. En N. Borchers, S. Güney, U. Krüger, y K. Schamberger (Eds.), *Transformation der Medien – Medien der Transformation [Transformación de los medios]* (pp. 356-381). Westend Verlag. **doi.org/10.53291/GFNG8688**
- KRÜGER, U. (2022). Transformativer Journalismus: Ein neues Berichterstattungsmuster für das Anthropozän [Transformative journalism: A new type of reporting for the Anthropocene]. En KLIMA von archt (Ed.), *Medien in der Klima-Krise [Media in the climate crisis]* (pp. 161-171). Oekom.
- LAKOFF, G. (2007). *No pienses en un elefante*. Editorial Complutense.
- LAWS, N. Y CHOJNICKA, J. (2020). "A Future to Believe in": Introducing Varieties of Advocacy Journalism. The Examples Sustainability and the Sanders Campaign. *Journalism Studies*, 21(9), 1261-1283.
doi.org/10.1080/1461670X.2020.1742773
- LEWIS, P. (1995). *Medios de comunicación alternativos: La conexión de lo mundial con lo local*. Unesco.
- LOUGH, K. Y MCINTYRE, K. (2021). A systematic review of constructive and solutions journalism research. *Journalism*, 24(5), 1069-1088.
doi.org/https://doi.org/10.1177/14648849211044559
- MARÍ SÁEZ, V. M. (2017). Hacia una Economía Política Crítica del indicador. Medir y evaluar "alterativamente" la comunicación, el desarrollo y el cambio social. *Commons. Revista De Comunicación Y Ciudadanía Digital*, 6(1). Recuperado de: **https://tinyurl.com/bdymurtp**
- MCNAIR, B. (2000). *Journalism and democracy: an evaluation of the political public sphere*. Routledge.
- MCQUAIL, D. (2013). *Journalism and society*. Sage.
- MESA, M., ALONSO CANO, L. Y COUCEIRO, E. (2013). *Visibles y Transgresoras. Narrativas y propuestas visuales para la paz y la igualdad*. CEIPAZ.

- MUÑOZ, F. A. (2001). *La Paz imperfecta*. Universidad de Granada.
- NOS ALDÁS, E. (2007). *Lenguaje publicitario y discursos solidarios: eficacia publicitaria, ¿eficacia cultural?* Icaria.
- NOS ALDÁS, E. Y FARNÉ, A. (2020). Comunicación transgresora de cambio social: epistemologías performativas y eficacia cultural. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 27, 1-26. **doi.org/10.29101/crcs.v27i0.12720**
- NOS ALDÁS, E. Y PINAZO, D. (2013). Communication and Engagement for Social Justice. *Peace Review*, 25(3), 343-348. **doi.org/10.1080/10402659.2013.816552**
- NOS ALDÁS, E., FARNÉ, A. Y AL NAJJAR TRUJILLO, T. (2021). Communication for Peaceful Social Change and Global Citizenry. En *Peace, Justice and Strong Institutions. Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals* (Leal Filho). Springer. Recuperado de: **https://tinyurl.com/mr4cn424**
- PETERS, C. Y BROERSMA, M. (2013) (EDS.). *Rethinking Journalism*. Routledge. **doi.org/10.4324/9780203102688**
- PRICE, M., ROZUMILOWICZ, B. Y VERHULST, S. (2002). *Media reform: democratizing the media, democratizing the state*. Routledge.
- QUEPO (2017). *FAM: Guía de Comunicación Movilizadora*. En Proyecto Fam. Recuperado de: **https://tinyurl.com/2s3854yh**
- RAFIEE, A., SPOOREN, W. Y SANDERS, J. (2023). Discourse culture(s) of journalism: Newswriting in Dutch and Iranian handbooks. *Journalism*, 0(0), 1-23. **doi.org/10.1177/14648849221149557**
- REIG, R. (2015). *Crisis del sistema, crisis del periodismo*. Editorial Gedisa.
- RIVIÈRE, M. (2003). *El Malentendido: cómo nos educan los medios de comunicación*. Icaria.
- SAMPEDRO, V. (2021). *Comunicación y sociedad: opinión pública y poder*. UOC.
- SANTOS, P. Y NDLOVU, K. (2022). Towards a Journalism for Justice: A Normative Overture. *African Journalism Studies*, 43(1), 70-88. **doi.org/10.1080/23743670.2021.2009533**
- SHAW, I. S. (2012). *Human rights journalism. Advances in Reporting Humanitarian Interventions*. Palgrave.
- SCHWARTZ, S. (1992). Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65. **doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6**
- SERVIGNE, P. Y STEVENS, R. (2020). *Colapsología*. Arpa.
- THOMAS, R. (2018). Advocacy Journalism. En T. P. Vos (Ed.), *Journalism* (pp. 391-414). De Gruyter.
- TUFTE, T. (2017). *Communication and Social Change: A Citizen Perspective*.

Polity Press.

UNESCO (2008). *The Human Rights-Based Approach to Journalism*. Unesco.

UNESCO (2022). *Estrategia de comunicación: orientaciones de la UNESCO sobre la comunicación en materia de igualdad de género en y a través de la educación*. Unesco.

VALENCIA, J. C. Y MAGALLANES, C. (2016). Prácticas comunicativas, creatividad y nuevos desafíos. *Universitas Humanística*, 81(81).

doi.org/10.11144/JAVERIANA.UH81.PCCS

WAISBORD, S. (2013). *Reinventing Professionalism: Journalism and News in Global Perspective*. Polity.

WATZLAWICK, P. (1967). *Pragmatics of human communication: a study of interactional patterns, pathologies, and paradoxes*. Norton.

WILLIAMS, R. (1978). *Los medios de comunicación social*. Ediciones Península.

ZELIZER, B. (2004). When Facts, Truth, and Reality Are God-Terms: On Journalism's Uneasy Place in Cultural Studies. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 1(1), 100-119.

doi.org/10.1080/1479142042000180953

ZELIZER, B. (2021). Why journalism's default neglect of temporality is a problem. *Media, Culture & Society*, 43(7), 1213-1229.

doi.org/10.1177/01634437211015846