

# Revista Latinoamericana de Comunicación

# Chasqui

Publicación trimestral

Edición marzo 2011

Número 113

Tema principal: Ciudadanía digital

Coordinado por Dr. Francisco Sierra Caballero, Universidad de Sevilla

Llamada de trabajos: septiembre 2010

Aprobación de trabajos: febrero 2011

Cierre de edición: marzo 15 de 2011

## Comité Editorial

- Fernando Checa Montúfar, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, director general del CIESPAL.
- César Ricardo Siqueira Bolaño, docente e investigador de la Universidade Federal de Sergipe (UFS). Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigación de la Comunicación (ALAIIC).
- Ernesto Villanueva, docente de la Universidad de Las Américas de Puebla y miembro de la Fundación Fundalex, México.
- Marcial Murciano, docente de la Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Efendy Maldonado, docente e investigador de la Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Brasil.
- María Cristina Mata, Argentina.
- Gabriel Kaplún, docente e investigador de la Universidad de Montevideo, Uruguay.
- Erik Torrico, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia.
- Rafael Roncagliolo, director del Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA) del Perú.
- Ernesto Carmona, presidente de Federación Latinoamericana de Periodistas, capítulo Chile.
- Bruce Girard, presidente de Comunica.org.
- Gaëtan Tremblay, docente investigador de la Université du Québec à Montréal

## Consejo de Redacción

- Gustavo Abad, periodista, comunicador, docente investigador de FLACSO Ecuador y secretario general del CIESPAL.
- Raquel Escobar, comunicadora y coordinadora de Planificación y Sostenibilidad del CIESPAL.
- Alexandra Ayala, comunicadora, articulista de opinión y coordinadora de Investigación del CIESPAL.

## Créditos

Centro editorial y Documentación  
Raúl Salvador R.

Editor  
Pablo Escandón M.  
pescandon@ciespal.net

Concepción gráfica  
Diego S. Acevedo A.

Suscripciones  
Isaías Sánchez  
isanchez@ciespal.net

Impresión Editorial QUIPUS - CIESPAL

## Consejo de Administración

Presidente  
Édgar Samaniego  
Rector de la Universidad Central del Ecuador

Luis Mueckay  
Delegado del Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio e Integración

Dolores Santistevan de Baca  
Delegada del Ministerio de Educación

Héctor Chávez V.  
Delegado de la Universidad Estatal de Guayaquil

Embajador Pedro Vuskovic  
Representante de la Organización de Estados Americanos

Rosa González  
Delegada del Director General Regional de los países  
andinos UNESCO

Vicente Ordóñez  
Presidente de la Unión Nacional de Periodistas

Roberto Manciatì  
Representante de la Asociación Ecuatoriana de  
Radiodifusión

Susana Piedra  
Representante de la Federación Nacional de Periodistas

Fernando Checa Montúfar  
Director General del CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL Miembro de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura <http://www.felafacs.org/rederevistas>, Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en Ciencias Sociales y Humanidades <http://redalyc.uaemex.mx>. Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa. Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

• Teléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177 • Fax (593-2) 250-2487 • web: <http://www.ciespal.net/chasqui> • Apartado Postal 17-01-584 Quito - Ecuador  
• Registro M.I.T., S.P.I. 027 • ISSN 13901079

# En esta edición

- 3** TDT y servicio público.  
Retos del audiovisual  
iberoamericano  
Francisco Sierra
- 7** Industrias globales de  
contenido y diversidad  
cultural  
Florence Toussaint
- 16** Marco teórico  
para el análisis de  
una política pública  
cinematográfica  
en los nuevos espacios  
del siglo XXI  
Marta Fuertes
- 22** El big bang  
socio-económico-mediático  
Ramón Reig
- 27** Medios de Servicio Público,  
Periodismos Alternativos y  
Esfera Pública Deliberativa:  
hacia un nuevo consenso  
sobre el rol del periodismo  
en la era digital  
María Lamuedra Graván
- 34** Credibilidad de la prensa:  
misión y responsabilidad  
social corporativasocio-  
económico-mediático  
Francisco Campos  
Jenny Yaguache  
Diana Rivera
- 40** Detrás de la titulación  
impresa  
Omaira García de Berrios  
Mayra Berrios de Peña  
Mélida Briceño  
Freddy José Berrios
- 44** Acceso y participación en  
la era digital: caso TDT en  
Argentina  
Ornela Carboni  
Carla Rodríguez Miranda
- 50** Comunicação  
Organizacional e Crises:  
questionando políticas e  
reviendo perspectivas  
Patrícia Milano Pérsigo  
Maria Ivete Trevisan Fossá
- 55** Medios de Comunicación,  
Cooperación Internacional  
y Responsabilidad Social.  
Nuevos espacios en España  
Isabel Ruiz  
Silvia Olmedo
- 60** Consumos identitarios  
juveniles. Construcciones  
comunicacionales  
recíprocas entre “chetos” y  
“cumbieros”  
Norberto Leonardo  
Murolo
- 65** Bibliografía



# Medios de Servicio Público, Periodismos Alternativos y Esfera Pública Deliberativa:

## hacia un nuevo consenso sobre el rol del periodismo en la era digital

María Lamuedra Graván

Investigadora Ramón y Cajal. Universidad de Sevilla.

mlamuedra@us.es

### Resumen

*Las dinámicas actuales de los medios de comunicación y el ejercicio democrático están causando notable preocupación entre académicos y movimientos sociales. Existen dos agentes comunicativos con potencial para resistir esta tendencia y subvertirla en pos de una intensificación democrática: por una parte el uso social de las Nuevas Tecnologías de la Información ha conformado un nuevo sujeto comunicativo. Por otra, los medios de titularidad pública, con su ideología de servicio público e interés por liderar la convergencia digital. Además, se torna necesario un sistema teórico más amplio que concrete un nuevo modelo periodístico adecuado para un sistema político más participativo.*

**Palabras clave:** medios públicos, servicio público, periodismo alternativo, medios digitales, era digital.

### Resumo

*A dinâmica atual dos meios de comunicação e democrático estão causando grande preocupação entre os acadêmicos e movimentos sociais. Há dois agentes comunicativos com o potencial de subverter e resistir a essa tendência defortalecimento da democracia: por um lado o uso social da Novas Tecnologias da Informação formou um novo sujeito da comunicação. Além disso, os meios de comunicação públicos, com sua ideologia de serviço público e de interesse para liderar a convergência digital. Além disso, torna-se necessário um amplo modelo teórico concreto novo jornalístico adequado para um sistema político mais participativo.*

**Palavras-chave:** transporte público, serviço público, jornalismo alternativo, mídia digital, era digital.



## La esfera pública actual: medios y ejercicio democrático

Gran parte de la bibliografía académica que describe las tendencias actuales del periodismo y los retos de la democracia destila una preocupación considerable, aunque también aparecen espacios de esperanza. Con respecto a lo primero, Herman y Chomsky (1988) desarrollaron hace ya unas décadas un modelo que explica cómo los medios sirven los intereses de las élites políticas y económicas, y al hacerlo, desarrollaron la noción que ya mantenía Antonio Gramsci en los años 30 de que la puesta en circulación de productos culturales es uno de los mecanismos mediante los cuales las clases dirigentes consiguen el consentimiento de la población general para realizar su proyecto.

Hoy Castells (2010) ha descrito cómo los medios se han convertido en el lugar desde el que el poder político y económico despliega sus estrategias. Herman y McChesney (1999, o McChesney, 2008) argumentan que la mayoría de redacciones periodísticas están en manos de grandes grupos económicos para los que ni el papel democratizador ni el servicio público son una prioridad. El acelerado proceso de concentración empresarial de la última década ha influido negativamente en esta tendencia: "a medida que las operaciones de concentración, horizontal, vertical, diagonal y multimedia fomentan la rentabilidad de las empresas de medios el interés público tiende a desaparecer enteramente de su agenda de prioridades" (Trappel&Meier, 1991, en Bustamante, 2008:88). Almirón (2010) llega incluso más lejos y argumenta que los medios comerciales se han financiarizado y que esto implica, entre otros rasgos los siguientes: en primer lugar, incluyen en su actividad el mercadeo financiero, en segundo, un endeudamiento progresivo y sin precedentes. En tercer lugar, se produce la entrada de actores de la financiarización global en la estructura de propiedad de los grandes grupos de comunicación (banca de inversión). Y en cuarto lugar, las entidades financieras tienen presencia en los consejos de administración.

Por otra parte, en la Teoría de la Democracia también se aprecia la existencia de numerosas voces prestigiosas que alertan de los actuales déficits de las sociedades democráticas y reivindican una democracia más participativa, algo que ha sido descrito como "el giro deliberativo" (Dryzek, 2000). John Rawls, Jürgen Habermas, y Hannah Arendt son los tres teóricos más influyentes que han defendido el uso público de la razón por amplias capas de la sociedad civil, y un sistema en el que los asuntos públicos sean abordados gracias a la deliberación ejercitada entre todos los agentes sociales implicados en cada cuestión (Velasco, 2009: 26-77).

Uno de los principales escollos con los que se encuentra la posible aplicación de este ideal democrático es que - como describen los numerosos estudios que conforman

la Teoría del Agenda Setting- los marcos de conocimiento a partir de los cuales la ciudadanía interpreta la actualidad están contruidos por esos medios de comunicación que causan tanta preocupación, y ello tiene consecuencias concretas y visibles. Por ejemplo, según Carcoran (2010:76-78), la escasa atención informativa que las instituciones europeas reciben ha contribuido a la existencia de un "déficit democrático". Estas instituciones resultan menos visibles a los ciudadanos, y gracias a ello, los gobiernos se liberan de los constreñimientos que derivan del escrutinio al que están sometidos en sus países de origen, y en este espacio de semi-sombra, los lobbies empresariales operan con mayor efectividad.

Al mismo tiempo, sin embargo, ha entrado en escena un nuevo sujeto comunicativo, cuya identidad híbrida se conforma a partir de los medios alternativos relacionados con movimientos altermundistas o de democracia directa (ver Mari Sáez, 2004), y también con los usos sociales de las Nuevas Tecnologías de la Información, que incluye los periodismos ciudadanos (ver, por ejemplo Noguera 2008 o Varela, 2005) y la suma de encuentros que se producen a través de las redes sociales cuya influencia está siendo puesta de relieve en las revueltas populares que Túnez o Egipto están viviendo contra sus regímenes (Miladi, 2011, Cole 2011). Este es el contexto del actual debate sobre la e-democracia (ver Tuzzi, Padovani y Nesti, 2007), que coincide con el giro deliberativo.

La calidad de la democracia y el rol que desempeñan los medios de comunicación es el marco general de este artículo. Por ello, la noción de Esfera Pública ocupa un lugar destacado: es un concepto ideal contra el que medir la calidad del ejercicio democrático y la influencia de los medios de comunicación en cada momento y lugar. La teoría de Jürgen Habermas sobre la Esfera Pública aparece en su mayor parte en "Historia y crítica de la opinión pública" (1981). Habermas argumenta que hacia el siglo XVIII en Londres, comienza a ejercitarse el uso público de la razón en salones de té y de café. Esto contribuye a que emerja la noción de opinión pública, y está relacionado con el desarrollo de la prensa, que a su vez contribuye a la evolución del sistema parlamentario inglés. En este proceso se configura una Esfera Pública que permite la relación entre el sistema político de democracia representativa, la prensa y la opinión pública.

Creemos que la Esfera Pública, el espacio público estructurado en virtud de los medios de comunicación, ha de corregir un desequilibrio que, según ilustran los autores mencionados (entre otros muchos) favorece a las élites. Desde esta perspectiva observamos que existen dos tipos de medios con importante potencial para contribuir a tal reto: los nuevos medios alternativos o de periodismo ciudadano que Internet ha hecho posibles, y los medios de radiotelevisión públicos, que ahora también ofrecen servicios en la Red.

En segundo lugar, constatamos que continúa faltando un modelo que inste a un funcionamiento más equilibrado de la Esfera Pública, y que, además, pueda servir de referente a una fructífera alianza entre nuevos medios ciudadanos y medios públicos. Por ello, abogaremos por una Esfera Pública Deliberativa, lo cual implica también una transformación en cuanto a las características exigibles a los medios, y en concreto, al modelo periodístico. Por último, ofrecemos algunas reflexiones sobre la posición del público y de la ciudadanía en ese posible proceso de cambio hacia una esfera pública más participativa.

### Periodismos alternativos en la era digital y Esfera Pública

Desde hace una década se viene hablando del progresivo impacto del periodismo 3.0, el periodismo ciudadano o de los medios alternativos (Juris: 2004: 54-57) en el sistema de medios. Existe ya incluso una retahíla de lugares comunes que ilustran esta nueva tendencia, y de los que citaré algunos recogidos por Juan Varela (2005). Un primer ejemplo sería el intercambio de mensajes de móvil que se vivió en España entre el 11 y el 14 de marzo de 2004, cuando millones de españoles se preguntaban si había sido realmente ETA la causante del terrible atentado terrorista sufrido el 11 de marzo en Madrid. Estos mensajes consiguieron crear una opinión pública mayoritaria, diferente de la versión oficial ofrecida por el Gobierno y difundida inicialmente por los medios de comunicación. Otros son casos en los que la blogosfera ha actuado como vigilante de los medios tradicionales. Especialmente conocidos son dos que han propiciado la dimisión de presentadores estadounidenses famosos: Dan Rather, por unas informaciones sobre los registros militares de George W. Bush que resultaron ser falsos, e Eason Jordan por sus críticas a soldados norteamericanos. También en España el diario El País tuvo que retirar una campaña promocional con imágenes del 11S por la presión de la blogosfera.

Las sucesivas filtraciones que Wikileaks viene realizando desde junio de 2010 pueden entenderse como otro hito en este proceso. Wikileaks ha hecho públicos miles de documentos secretos sobre la Guerra de Afganistán, la Guerra de Irak, y de comunicaciones de la diplomacia estadounidense. Las filtraciones han gozado de una considerable cobertura en los medios tradicionales, sin duda porque Wikileaks contó con la colaboración de influyentes periódicos del planeta, a los que la organización adelantaba los documentos en exclusiva. Estos periódicos fueron The Guardian, New York Times y Der Spiegel en el caso de la Guerra de Afganistán en julio de 2010. En la filtración de documentos sobre la guerra de Irak, que se produjo en octubre de 2010 los medios escogidos fueron The Guardian, The New York Times, Le Monde, Der Spiegel, Al Jazeera y Bureau of Investigative Journalism. Por su parte, cuando en noviembre del mismo año se filtraron miles de cables de la diplomacia

estadounidense Wikileaks trabajó con The New York Times, The Guardian, Der Spiegel, Le Monde y El País.

Es fácil entender la lógica de Wikileaks para emprender tal colaboración: si se desea influir en la sociedad no se puede ignorar a los medios tradicionales, ni a sus dinámicas de selección. Pero una vez que la información está en el sistema de medios "circula circularmente" (Ruffin, 2003:130), y de una manera en la que (con ciertos matices) podríamos llamar global.

De hecho, la influencia de las revelaciones de Wikileaks, están comenzando a sentirse en escalas diferentes en distintas partes del mundo. Y ocurre, porque como ha aducido Žižek (2011), aunque sabíamos lo que esperábamos aprender "ya no podemos hacer como que no sabemos lo que todo el mundo sabe que sabemos. Esta es la paradoja del espacio público: aunque todo el mundo sepa de un hecho desagradable, decirlo en público lo cambia todo".

En concreto, las revelaciones de Wikileaks acerca del dictador de Túnez, Ben Alí, han sido consideradas fundamentales para iniciar la revolución que ha tenido lugar en enero de 2011 (Cole, 2011) en el país mediterráneo, y en el que, las redes sociales han sido evaluadas como herramientas fundamentales en la movilización (Miladi, 2011).

Sin embargo, la relación entre Wikileaks y los periódicos en los que ha confiado ha sido muy criticada y conflictiva. Pascual Serrano, por ejemplo denunciaba a tenor de los cables diplomáticos que los periódicos seleccionados "tienen autonomía para decidir sobre la selección, valoración y publicación de las comunicaciones que afecten a sus países". Es decir, solo periódicos de cinco países del bloque occidental criban información referente al resto del mundo. El propio Julian Assange, cofundador de Wikileaks, ha criticado la cobertura ofrecida por los cinco diarios escogidos a los cables diplomáticos por lo que consideró "su pésima labor al decidir qué se puede publicar"; y anunció a la agencia de prensa AP que deseaban hacer llegar los cables hasta a otros 60 medios locales selectos para maximizar dicha cobertura.

El caso de Wikileaks muestra el problema con el que estos sistemas de información ajenos a los medios tradicionales han colisionado: la sociedad se rige por los medios de comunicación masivos, que siguen lógicas de selección e interpretación que son - cuando menos- objetables por su etnocentrismo. Uno de los méritos de Wikileaks ha radicado precisamente en su vocación de llegar al centro de La Esfera Pública mediante la alianza con una selección de medios influyentes. Por ello, a pesar de las dificultades encontradas, las filtraciones de Wikileaks permiten visualizar las enormes posibilidades democratizadoras de todo el movimiento de medios



alternativos y del periodismo ciudadano en el que esta organización se encuadra. A este reto, argumentamos en este artículo, hay dos factores que podrían contribuir. La primera sería una colaboración más estrecha entre periodismo ciudadano/medios alternativos con los medios de titularidad pública. La segunda sería una transformación consensuada sobre el tipo de Esfera Pública que nos debe servir como referencia normativa, y el modelo de periodismo acorde con el mismo. Creemos que lo segundo ofrecería el soporte referencial necesario para acometer lo primero.

### Medios de Servicio Público y Esfera Pública

Como reflexiona el profesor Díaz Arias (2009:13) se hace necesario un periodismo cívico capaz de "regenerar el espacio mediático, tan degradado por el comercialismo, los procesos de concentración y la colusión de intereses con los políticos". La tarea de ese periodismo cívico sería "crear espacios públicos en este mundo virtual y conectarlos con los del mundo real". Los medios públicos gozan de las características necesarias para abanderar ese periodismo cívico - es decir, de un tipo de periodismo que actúe como conector y permita que los nuevos periodismos alternativos de los que Wikileaks es la punta del iceberg, alcancen su potencial democratizador. Entre las características mencionadas hay tres: La primera es que ya tienen en su ADN una doctrina de servicio público que los acerca al ideal de Esfera Pública, la segunda es que muchos países europeos están liderando la convergencia digital y la tercera, que dada su necesidad de legitimidad social están emprendiendo un acercamiento al ciudadano.

Tratar los medios públicos, es decir hasta ahora la Radiotelevisión Pública, desde la perspectiva de la Esfera Pública tiene solera histórica y tradición teórica (Ramsey, 2010:1). En el ámbito anglosajón prestigiosos autores como Curran (1991), Garham (1986) y Scanell (1989) argumentan que la radiotelevisión pública británica encaja a la perfección con la narrativa habermasiana de la Esfera Pública. Incluso, James Curran (1991: 42) ha llegado a manifestar que el sistema de radiotelevisión británico ofrece un ejemplo mucho más claro que la prensa londinense del siglo XVIII, polemicista y sectaria. El modelo de Radiotelevisión Pública europea reposa en tres características esenciales: La primera es que está estrechamente ligada a la concepción del Estado del Bienestar nacido en la postguerra, centrado en la protección pública frente a contingencias materiales como la salud, el empleo o la edad avanzada y que, complementariamente, desarrollaron legitimidad estatal para ofrecer acceso equitativo a la educación, la cultura o la información. Junto a las escuelas, bibliotecas, museos se inserta la radio televisión pública. La segunda idea definitoria es que el sector audiovisual y toda la comunicación social, es transcendente en términos políticos y culturales, y por ello se le dota de un marco

regulador que también concierne a los canales privados, y que antepone el interés público al de mercado. La tercera sería la extensión a toda Europa, desde la tradición anglosajona, de organismos de regulación audiovisual (Bustamente, 2008: 83).

La Radiotelevisión Pública es, por tanto, el espacio mediático natural que debe procurar que la Esfera Pública sea lo más sana e inclusiva posible. Los medios de titularidad pública, además son el "agujero negro" del sistema de medios, es decir, en la galaxia mediática ocupan el incierto lugar de lo que "debe ser", sobre el que gira el resto del sistema (Callejo, Lamuedra y G. Matilla, 2010: 170-172). En otras palabras, los medios públicos influyen notablemente en el ecosistema comunicativo.

Hoy estamos viviendo la transición entre la radiotelevisión tradicional (Public Service Broadcasting) hacia los Medios de Servicio Público (Public Service Media), es decir, en la ampliación y diversificación de los contenidos de medios públicos para estar disponibles en más soportes que distribuyen contenidos de servicio público (Iosifidis, 2010:1). Algunos autores han argumentado que los medios públicos han de actuar como locomotoras del proceso de convergencia (Prado y Fernández, 2006:5, Steemers, 2003 o Moe, 2008), e incluso que los nuevos medios son una oportunidad para la redefinición de los medios de servicio público (Trappel, 2008). En este sentido, Iosifidis indica que las nuevas estrategias posibles en el nuevo entorno de múltiples pantallas, puede permitir no sólo retener índices de audiencia, buscar públicos nuevos y desarrollar de servicio bajo demanda, sino además, crear una relación más sólida con la sociedad civil y contribuir así a una noción amplia de ciudadanía (Iosifidis, 2010). O, como indica Bustamante (2008: 92) las nuevas redes constituyen la gran oportunidad de solventar dos debilidades históricas del servicio público: la contradicción generalista entre las grandes mayorías obligadas y las múltiples minorías que la componen; y la distancia tradicional entre servicio público y ciudadanos, que, a despecho de su filosofía oficial les ha conducido muchas veces a un movimiento pendular del despotismo ilustrado a la programación comercial.

Las corporaciones de radiotelevisión pública han de buscar legitimidad con respecto a tres actores sociales: el público, los canales de la competencia y la dimensión política. Las relaciones con estos tres agentes enmarcan los debates sobre la financiación de las instituciones. En los últimos tiempos, este marco de referencia está siendo fundamental en el desarrollo de nuevos servicios online por parte de las Corporaciones de Radio Televisión Pública de diversos países europeos. En estos procesos de convergencia las radiotelevisiónes mejor implementadas y con un mayor reconocimiento social de su servicio público, como la BBC o las cadenas alemanas ARD y ZDF funcionaron como líderes hacia la convergencia.

Mientras, otras como Francia, España o Portugal no han logrado ese rol en el proceso. (Bustamante, 2008; 91) Sin embargo, debemos señalar, que la Comisión Europea está poniendo ciertos límites en este sentido. Respondiendo a las reclamaciones de canales privados, como el caso de Gran Bretaña o Alemania (Donders y Pawels, 2010) o de la prensa en Dinamarca (Brevini, 2010). La Comisión demanda que los operadores públicos que deseen ofrecer un nuevo servicio certifiquen que, con ello, ofrecen un valor añadido distintivo que justifique los perjuicios que tal servicio pueda implicar para la competencia.

Por último, aunque no menos importante, gracias a las nuevas posibilidades ofrecidas por la digitalización, varias Corporaciones Públicas en Europa ya se han orientado hacia la ciudadanía para renovar y reformar sus relaciones y reforzar la idea de participación. Según Lowe (2010) esto es importante por varias razones: los teóricos a menudo están preocupados por la mercantilización de la esfera pública y los medios lo hacen también por cuestiones altruistas, pero además, las Corporaciones Públicas lo usan como estrategia para encontrar apoyo entre el público y complicidad en los legisladores. En el caso de la BBC, incluso los profesionales de noticias, según se desprende de un proyecto de investigación (ver Retis, Lamuedra y G. Matilla, 2010) habían interiorizado el acercamiento al ciudadano, y la diversificación de contenidos para diversas audiencias en diferentes soportes como dos caras de la misma estrategia. Su objetivo también era doble: alcanzar legitimación social y de diversificación de audiencias en tiempos muy competitivos (Lamuedra y Lara, 2010).

Hablar de este tipo de medios públicos que se enlazan con el periodismo ciudadano y ofrecen al receptor un papel diferente del tradicional implica tratar con diferentes roles, que exceden las nociones tradicionales de público o receptor, por una parte, y la de emisor de contenidos por otra. Ello implica, la necesidad de construir un marco teórico más complejo porque como ilustraban Livingstone y Dans (2009:3) "sólo desechar el repertorio conceptual de audiencias y recepción de audiencias no implica que se autogenera un repertorio conceptual adecuado para reemplazarlo". El tipo de transformaciones sociales y comunicativas que hoy se perciben como necesarias requieren además, una transformación de la forma en que conceptualizamos el ejercicio democrático y la influencia de la información en ese proceso.

### **Algunas reflexiones sobre Periodismo y Democracia Deliberativa**

El sistema periodístico hegemónico actual responde a la concepción de Democracia Liberal Representativa, es decir, una que limita la participación de la ciudadanía a elegir a sus representantes políticos mediante elecciones cada cuatro años. La Esfera Pública que le corresponde ha

sido definida como Esfera Pública Liberal Representativa, que se concibe como una esfera de observación, desde la que los ciudadanos vigilan a sus representantes electos (Gerhards, 1997 y 2002, en Thomass, 2010: 63-67). El proceso requiere un alto grado de transparencia, lo cual, según el modelo liberal representativo ha sido tradicionalmente relacionado con la idea de los medios de comunicación como una ventana al mundo, una metáfora que borra la presencia e influencia de los medios de comunicación como conformadores de la actualidad. La imparcialidad y objetividad que se requiere a los periodistas hace creíble esa metáfora de la ventana, que puede considerarse engañosa. Ya Lazarsfeld y Merton observaron en 1948 que los ciudadanos confundían "estar informados mediante las noticias", y con ser "ciudadanos activos"; una tendencia que bautizaron como "disfunción narcotizante" de los medios de comunicación, que en última instancia dificulta la participación ciudadana (Wolf, 1987: 76).

Gracias a la metáfora de la ventana, que implica que las noticias que llegan cada día a miles de ciudadanos provienen de una realidad externa a nosotros, las distorsiones que se producen en la cobertura periodística se tornan invisibles. Y con ello, se silencia uno de los principales problemas del sistema de medios actual: las fuentes de la élite priman ante las de la sociedad civil en tal medida que se puede argumentar que existe una refeudalización de la Esfera Pública (Manning, 2001: 5).

Una mayor participación civil superaría los vicios y espejos cóncavos del actual sistema representativo, lo cual nos lleva al concepto de Democracia Deliberativa, es decir una en la que la ciudadanía, además de elegir a sus representantes políticos participe en los procesos deliberativos que conlleva la toma de decisiones. El tipo de Esfera Pública adecuada para este ejercicio democrático sería una Esfera Pública Deliberativa, es decir un espacio no sólo de observación, sino en la que la sociedad civil debe participar, mediante grupos de ciudadanos y ONGs, que están inmediatamente relacionados con los intereses y experiencias de los ciudadanos. En esta esfera la calidad del discurso, que ha de estar basado en argumentos y orientado hacia el bien común, es un elemento central. Los participantes han de practicar el diálogo, prestando atención y respondiendo a los argumentos de los otros y así garantizando la racionalidad del debate. Esto exige la adopción de una ética discursiva (Gerhards, 1997 y 2002, en Thomass, 2010: 63-67).

La Esfera Pública Deliberativa es la más adecuada para ampliar y enriquecer las fuentes informativas ofrecidas por el "periodismo ciudadano" y los nuevos medios alternativos que abogan por la colaboración entre pares, la intensificación democrática y/o "altermundismo". Este concepto de Esfera Pública requiere de los periodistas una función muy distinta y distante de la noción clásica



de *gatekeeper* sobre la que es necesario consensuar una deontología periodística.

La necesaria transformación del modelo clásico de periodismo no es algo rupturista y ajeno a las reflexiones que los diferentes foros de periodistas (y académicos) llevan realizando durante décadas. Si el rechazo a la objetividad fue una de las máximas del Nuevo Periodismo que se desarrolló en Estados Unidos en los 60, varias asociaciones de periodistas llevan décadas trabajando en una dirección similar. La objetividad y la imparcialidad no aparecen en el código deontológico del influyente *Pew Project for Excellence in Journalism*, tampoco lo hacen en el de la Federación Internacional de Periodistas, FIP, de 1986, ni en la Federación de Asociaciones de la Prensa de España, de 1993. Recientemente el FIP ha lanzado el EJI, es decir, *Ethical Journalism Initiative*, que al igual que el *Pew Project* en Estados Unidos, pretende renovar los valores periodísticos en una dirección que puede considerarse similar.

Sin embargo, si consideramos la ya larga tradición de desprestigio de estos conceptos (ver, por ejemplo, Tuchman, 1972 y 1978 Ferrés, 1994 o Muñoz Torres, 2000) resulta chocante que aún no exista un modelo periodístico alternativo que logre el consenso y la autoridad necesaria como para tornarse hegemónico. Como expresa Carpentier (2007: 157), existe una falta de teoría homogénea que trate la función de los medios, los profesionales y los ciudadanos en la democracia. Podemos aducir que una de las razones para que no se haya producido tal cambio está en que no existía una perspectiva clara de cómo tal cambio deseaba transformar el ejercicio democrático, un horizonte que hoy puede encarnar el concepto de democracia deliberativa.

Aunque no corresponde desarrollar hoy este modelo alternativo sí podemos ofrecer, a modo de síntesis, nociones de hacia dónde se dirige (ver Lamuedra, 2010). En primer lugar, la noción clásica del periodista como gestor de contenidos o *gatekeeper* ha de evolucionar hacia una de colaboración con la audiencia (Carpentier, 2007 y 2008). En segundo lugar, se precisa el abandono, una vez por todas, de los conceptos de objetividad, imparcialidad e independencia que llaman al periodista a obviar las condiciones personales y sociales que le confieren un punto de vista como persona, y los condicionantes derivados de rutinas profesionales y las presiones empresariales. Pero este abandono no ha de significar un salto al vacío del relativismo. Al contrario, lo que se requiere es el desarrollo de principios y prácticas deontológicas que cristalicen en una disciplina concreta y consensuada de verificación de informaciones, así como en unas las empresas y corporaciones informativas cuya estructura organizativa esté diseñada para servir explícitamente al ciudadano, en su pluralidad, y a cumplir con las dinámicas de verificación (ver Kovack y Rosenstiel, 2003).

Existen (algunos) datos que indican que el público también está descontento con el modelo periodístico tradicional y está pidiendo una alternativa, que aún no se ha solidificado. Esta es la conclusión que emerge del análisis de 30 entrevistas semi-estructuradas realizadas con receptores de informativos de TVE, y otras 30 con receptores de la BBC, entre 2006 y 2007 (Lamuedra, 2010), que se realizaron como parte de un proyecto de investigación más extenso (ver Retis, Lamuedra y G. Matilla, 2010). A continuación resumimos los principales hallazgos:

Por una parte, la mayoría de los receptores de la muestra española y británica se alejaban del modelo que concibe al periodismo como una ventana al mundo: cuestionaban lúcidamente la edición, ofrecían ejemplos sobre la influencia de los medios en la sociedad e incluso reflexionaban sobre la influencia de las noticias en sus marcos de referencia personales. Además, entre los principios deontológicos disponibles en los discursos, aparecían algunos que pueden clasificarse como propicios para una Esfera Pública Deliberativa, como la diversidad, la orientación al ciudadano o la profesionalidad de los informativos de la BBC (lo cual hace visible su presencia). Además, los perfiles más formados en ambos países demandaban más avances en este sentido: una información más compleja y honesta de las informaciones, basada en investigaciones amplias, menos orientada hacia explicar sólo conflictos y con más datos de contexto, especialmente en cuestiones internacionales.

Por otra parte, y sin embargo, incluso más presentes que estos valores alternativos estaban los principios deontológicos relacionados con la autonomía de los medios como son la imparcialidad, neutralidad, equidad o la independencia que encajan con el periodismo hegemónico de "ventana" y con la Esfera Pública Representativa. Al mismo tiempo se apreciaban ausencias en los valores necesarios para un Esfera Pública Deliberativa en los discursos de los entrevistados, como la obligación de los medios de promover un debate colectivo racional y argumentativo o la importancia de que las redacciones periodísticas adquieran una estructura orientada al servicio público. La lealtad a la ciudadanía o la necesidad de mejorar los procesos de investigación periodística apenas aparecían. En conclusión, aunque se cuestionaba el modelo de medios como ventana al mundo no se apreciaba con claridad ningún modelo alternativo que pueda relacionarse con la Esfera Pública Deliberativa.

### A modo de conclusión

La sociedad actual tiene el reto de mejorar su calidad democrática, lo cual implica alterar los mecanismos mediante los cuales los ciudadanos conforman su opinión y los procesos de toma de decisiones. Las dinámicas actuales de los medios de comunicación lastran este



posible proceso, especialmente en la medida en que la concentración empresarial o la financiarización de los medios, potencia su alineamiento con los más poderosos, cuya selección e interpretación de los acontecimientos se torna ubicua.

Sin embargo, existen dos agentes comunicativos que tienen potencial para resistir y subvertir esta tendencia: por una parte, los nuevos movimientos sociales, los medios alternativos, el periodismo ciudadano y el uso de las redes sociales, conforman una suma cada vez más influyente en La Esfera Pública. Por otra, los medios de titularidad pública, con su ideología de servicio público están prestando atención a las demandas participativas de la sociedad, lo cual ya se percibe en su estrategia de acercamiento al ciudadano y en la forma en la que muchas operadoras europeas están liderando la convergencia digital.

No obstante, falta un sistema de referencia más amplio que haga explícito hasta qué punto la alianza que proponemos es de sentido común. Se trata de un marco conceptual que relacione el periodismo clásico que desde los años 60 ha sufrido constantes críticas en foros académicos y periodísticos con la democracia representativa, y que por otra parte, concrete un nuevo modelo periodístico adecuado a una democracia más participativa, que aúne el consenso necesario para tornarse hegemónico. Bajo ese nuevo modelo, la función de los medios públicos (y también de los comerciales) sería conectar las voces de las comunidades locales y virtuales con el espacio público mayoritario mediante procedimientos transparentes que gocen de amplio consenso. A este objetivo hemos intentado contribuir en la medida de nuestras modestas posibilidades.

## Bibliografía

- Almirón Nuria. Journalism in crisis. Corporate Media and Financialization. Cresskill: Hampton Press, 2010.
- Brevini, Benedetta. "Under siege by commercial interests? BBC and DR Online between the national and European policy frameworks". *Interacción. Studies in Communication and Culture*. 2010: 203-215.
- Bustamante Ramírez, Enrique. "Amenazas y posibilidades del sistema audiovisual europeo en la era digital". *Cuadernos de Información*. 1 Dic 2008: 82-95.
- Callejo, Javier, María Lamuedra y Agustín G. Matilla. "El agujero negro en el sistema español de comunicación mediado: el servicio público". *Los informativos diarios en BBC y TVE*. Madrid: Ediciones de la Torre, 2010. 125-172.
- Castells, Manuel. *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press, 2010.
- Carcoran, Farrel. "Civic Engagement and Elite Decision-Making in Europe". *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Londres: Palgrave, 2010. 76-88.
- Carpentier, Nico. "Identity, contingency and rigidity". *Democracy, journalism and technology: new developments in an enlarged Europe*. Tartu: Tartu University Press, 2008, 61-83.
- Carpentier, Nico. "Coping with the agoraphobic media professional: a typology of journalistic practices reinforcing democracy and participation". *Reclaiming the media: Communication Rights and Democratic Media Roles*. Bristol: Intellect Books, 2007. 157-175.
- Curran, James. "Rethinking the media as a public Sphere". *Communication and Citizenship: Journalism and The Public Sphere in the New Media Age*. Londres: Routledge, 1991. 27-57.
- Díaz Arias, Rafael. "Periodismo Cívico vs Periodismo Ciudadano". *Observatorio de Medios de Comunicación y Sociedad*. 1 Jan 2009: 9-15. <http://www.1mayo.ccoo.es>.
- Donders, Karen y Caroline Pauwels. "The introduction of an ex ante evaluation for new media services: "Europe" asks it or Public Service Broadcasting needs it?". *Comunicación presentada en RIPE 2010*, 8-11 de Septiembre de 2010. Universidad de Westminster. <http://ripeat.org/wp-content/uploads/tdomf/1323/Donders%20&%20Pauwels.pdf>
- Dryzek, John S. *Deliberative Democracy and Beyond*. Oxford: Oxford University Press, 2000.
- Ferres, Joan. *Televisión y Educación*. Barcelona: Paidós, 1994. 13
- Fishman, Mark. *Manufacturing the News*. Austin: University of Texas Press, 1980.
- Gans, Herbert J. *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Nueva York: Pantheon Books, 1979.
- Harvey, David. *The Condition of PostModernity*. Cambridge y Oxford: Blackwell, 1990.
- Herman, Edward S. y Robert W. McChesney. *Los medios globales: Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*. Madrid: Cátedra, 1999.
- Herman, Edward S. y Noam Chomsky. *Manufacturing consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books, 1988.
- Habermas, Jürgen. "Warum braucht Europa eine Verfassung?" *Deutschland*. 1 Octubre. 2001: 62-5.
- Habermas, Jürgen. *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili, 1981.
- Iosifidis, Petros (coord.). *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Londres: Palgrave McMillan, 2010.
- Juris, Jeff. "Indymedia: De la contrainformación a la utopía informacional". *La red es de todos: cuando los movimientos sociales se apropian de la red*. Madrid: Editorial Popular, 2004.
- Kovach, Bill. y Rosenstiel, Tom. *Los elementos del Periodismo*. Madrid: Santillana, 2003.
- Lamuedra, María y Tíscar Lara. "La crisis de identidad de los periodistas en las televisiones públicas europeas: Comparación entre BBC y TVE". *Estudio del Mensaje Periodístico*, Septiembre 2009: 33-60.
- Lamuedra, María y Tíscar Lara. "Profesionales de Noticias de BBC y TVE ante el ciudadano". *Los informativos diarios en BBC y TVE*. Madrid: Ediciones de la Torre, 2010. 89-124.
- Livingstone, Sonia. y Ranjana Das. "The end of audiences? Theoretical echoes of reception amidst uncertainties of use". *Comunicación presentada en Transforming audiences 2*, 2-4 septiembre de 2009. Universidad de Westminster. <http://eprints.lse.ac.uk/25116/> Libro de Estilo/El País. Madrid: El País, 2007
- Vigara, Ana María y Consejo de Redacción de ABC. *Libro de Estilo de ABC*. Barcelona: Ariel, 2001.
- De la Serna, Víctor (coord.). *Libro de Estilo/El Mundo*. El Mundo: Madrid, 1996 14
- Lowe, Gregory Ferrell (coord.). *The public in public service media*. Nordicom. Göteborg, 2010.
- Manning, Paul. *News and News Sources: a critical introduction*. London: Sage, 2001.
- McCombs, Maxwell E. y Donald Shaw. "The Agenda-Setting Function of Mass Media". *Public Opinion Quarterly*. 1 de Junio. 1972:176-187.
- McChesney Robert W. *The political Economy of Media; enduring issues, emerging dilemmas*. Nueva York: Monthly Review Press, 2008.
- Marf Saez, Víctor. *La Red es de todos: cuando los movimientos sociales se apropian de la red*. Madrid: Editorial Popular, 2004.
- Noguera, José Manuel. *Blogs y medios*. Madrid: Libros en Red, 2008.
- Prado, Emili y David Fernández "The role of public service broadcasters in the era of convergence. A case study of the Television de Catalunya". *Communication and Strategies*, 1 Jun. 2006: 49-69.
- Ramsey, Phil. "Public Service Broadcasting and The Public Sphere: Normative Arguments from Habermasian Theory". *Networking knowledge. Journal of the MeCCSA Postgraduate Network*, 1 Dec, 2010.
- Retis, Jessica, María Lamuedra y Agustín G. Matilla. *Los informativos diarios en BBC y TVE*. Madrid: Ediciones de la Torre, 2010.
- Thomass, Barbara. "PSB and the European Public Sphere". *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Londres: Palgrave McMillan, 2010. 63-76.
- Trapel, Josef. "Online Media Within the Public Service realm?: Reasons to include Online into Public Service Mission". *Convergence*. August 2008: 313-322.

