

Periodismo en una democracia más participativa, para Democracia Real Ya¹

María Lamuedra Graván, mlamuedra@us.es

Investigadora Ramón y Cajal.

Periodismo I. Universidad de Sevilla

Resumen: La presente contribución es una propuesta para la plataforma ciudadana Democracia Real Ya, que está llevando a cabo una labor de fundamentación y organización de los puntos que conforman su ideario. La propuesta parte de consensos académicos y periodísticos acerca del estado de la profesión y de los medios, y las desea hacer compatibles con un modelo de democracia más participativo que un porcentaje de la sociedad viene reivindicando desde el 15 de Mayo de 2011. La propuesta desea nutrirse de la crítica y las aportaciones de los congresistas de "Educación Mediática y Competencia Digital".

El 15 de mayo de 2011 una plataforma de asociaciones y ciudadanos llamada "Democracia Real Ya", logró sacudir la supuesta pasividad social de los españoles y sacar a la calle miles de personas en toda la nación, a pesar de que su convocatoria apenas había aparecido en los medios de comunicación convencionales. Habían consensuado un manifiesto en el que denunciaban la complicidad entre políticos y financieros, la supremacía del mercantilismo, y pedían una revolución ética. Sus eslóganes certificaban el funcionamiento deficiente de las instituciones políticas, sociales o culturales a las que se les concede alguna función representativa: "Los políticos nos mienten, los sindicatos nos venden, los medios nos engañan". Desde ese día España vive una etapa exuberante en el desarrollo de conciencia social, política y de movimientos ciudadanos, que no ha pasado desapercibida para aquellos que desde hace muchos años luchan por un ecosistema mediático más inclusivo, algunos de los cuales se reunieron en las IV Jornadas de Periodismo en lo Global celebradas en el Campus de Segovia de la Universidad de Valladolid también en la segunda quincena de Mayo de 2011. Los profesionales allí congregados reafirmaron la necesidad de reconstruir el compromiso cívico del periodismo. Sus conclusiones, que servirán como ancla de la primera parte de esta comunicación, reivindican un "periodismo humano, que se desmarque de todo simulacro".

El periodismo profesional no debe dejar pasar este momento en el que existe una clara conciencia social de la brecha entre el lugar que los medios teóricamente ocupan en nuestra sociedad como creadores de una esfera de observación para que los ciudadanos puedan vigilar a sus gobernantes y el espacio que viene siendo denunciado, en el que los medios aparecen como gestores de una agenda pública que legitima los proyectos (por ejemplo de recorte social) orquestados por las élites financiero-políticas.

Democracia Real Ya vertebra su identidad en torno a 8 puntos que permiten dibujar una ideología democrática de cariz social, que desea defender lo público, limitar los privilegios de los políticos y la banca y desarrollar las libertades ciudadanas y la democracia participativa. A este último punto dedica una serie de sub-epígrafes entre los que se hallan el rechazo al control de internet, la abolición de la Ley "Sinde" y la protección de la libertad de información y del periodismo de investigación. Estas dos menciones, aunque

¹ Esta comunicación está desarrollada a partir de las Conclusiones del las IV Jornadas de Periodismo en lo Global celebradas en el Campus de Segovia de la Universidad de Valladolid y en los últimos trabajos realizados por la autora: "Medios de Servicio Público, Periodismos Alternativos y Esfera Pública Deliberativa" , Revista Chasqui, 2011, y otro artículo que está siendo sometido a evaluación en estos momentos.

necesarias, se quedan muy cortas a la hora de reivindicar un ecosistema mediático orientado al servicio público, en el que quepa un periodismo de iguales características ejercido en unos medios plurales que permitan el desarrollo de una democracia verdaderamente participativa.

Por ello, esta comunicación desea contribuir a esta revolución ética, fundamentando un punto sobre periodismo que pueda ser propuesto a Democracia Real Ya, y que tenga dos características. Por una parte, ha de sumar los consensos que foros de académicos y periodistas han venido cosechando sobre cómo mejorar el periodismo, a lo que dedicaré el primer epígrafe y por otra parte, ha de desarrollar el espíritu deliberativo que demuestra la organización, que será objeto del resto de la comunicación. Deseo que durante el Congreso de Educación Mediática y Competencia Digital que Segovia acoge estos días esta propuesta pueda nutrirse de críticas e ideas de otras personas.

1. Consensos académicos y periodísticos sobre cómo mejorar el periodismo y los medios.

Las conclusiones de las IV Jornadas de Periodismo en lo Global partían de la necesidad de afirmar la función social del periodismo mediante la suscripción de un *"contrato simbólico con toda la sociedad que incluya la atención a los intereses de las mayorías y de las minorías sociales"*. Como sabemos, la información está considerada fundamental para el desarrollo democrático, en tal medida que la propia Constitución Española, en su artículo 20, promulga el derecho de los españoles a comunicar y recibir información veraz, e insta a la ley a regular unos medios de comunicación públicos para proveer los derechos contenidos en el título.

En este sentido las citadas conclusiones manifiestan que: *"todas las instituciones, públicas y privadas, deberían ser conscientes del valor que el ejercicio del periodismo tiene para el futuro de la democracia y para la reconstrucción de un sistema económico sostenible. El deterioro de la profesión periodística es un reflejo más del deterioro de un sistema que está siendo denunciado por ciudadanas y ciudadanos que al margen de su militancia responden en su indignación a perfiles ideológicos de todo el espectro"*. Un sistema de medios, que palie esta deriva y desarrolle un sistema mediático y periodístico orientado por valores democráticos debe contar con los siguientes elementos:

a) Un periodismo de servicio público ejercido de acuerdo a una deontología periodística que supere la falacia de la objetividad:

Los periodistas ofrecen explicaciones convencionales sobre su manera de llegar a la verdad que suelen consistir en respuestas rápidas expresadas en entrevistas o discursos, o lo que es peor, en eslóganes mercantilistas que a menudo se basan en meras metáforas. La prensa es "un espejo de la sociedad" (...), "el periodismo es un reflejo de las pasiones cotidianas" (...) "cualquier cosa que sea destacado en un día determinado". Las citadas explicaciones consiguen que los periodistas parezcan pasivos, meros registradores de la actualidad, más que seleccionadores o editores de la información. (...) Más que defender nuestras técnicas y métodos para averiguar la verdad, los periodistas hemos tendido a negar su existencia (...). Esta es una de las razones por las que la discusión sobre la objetividad del periodista se haya convertido en una trampa" (Kovack y Rosenstiel, 2003: 58-59).

Conceptualizar las noticias como "un espejo de la sociedad" o como "ventana al mundo", que es una metáfora muy usada atribuida a Thomas Hutchinson (1946), implica entender que las informaciones provienen de una realidad externa a nosotros, lo cual oscurece la importancia de los valores, rutinas y condiciones laborales de los periodistas sobre la creación de una agenda informativa que es decisiva en la conformación de la opinión pública. Cuando se priman contenidos sensacionalistas, o se priva a los periodistas de las condiciones indispensables para poder realizar un buen trabajo se desatiende la responsabilidad social de los medios informativos. Hay numerosas evidencias (por ejemplo, Iglesias, 2004, Klinenberg, 1999 o Farias y Roses, 2010) que sugieren que el deterioro de las condiciones laborales de los periodistas acrecienta los rasgos negativos de los valores y rutinas que fueron señalados por Fishman, Gans

y Tuchman en los años 80 como constitutivos de la actividad periodística. Estos factores favorecen que en la actualidad primen las noticias sobre conflictos, enfocadas desde la visión de las fuentes oficiales y de élite y explicadas de forma simplista. Este tipo de cobertura periodística desplaza informaciones basadas en investigaciones propias que explican procesos sociales, económicos y culturales más amplios.

Como resultado, si tradicionalmente los sectores más poderosos han tenido un protagonismo muy privilegiado en los medios, hoy esto ocurre en aún mayor medida porque los periodistas gozan de menos tiempo, motivación y experiencia para contrastar y registrar voces alternativas. Según el Informe sobre la Profesión Periodística en España (2009)- realizado por la Federación Española de Asociaciones de Prensa (FAPE)- un 83,9% de los periodistas reconocen no contrastan las fuentes lo suficiente. Por si fuese poco, los periodistas son muy conscientes de los intereses económicos y estratégicos de la empresa para la que trabajan y - su posición laboral es tan precaria que, temerosos, practican la autocensura. Además, según el citado informe, el 57.6% de los periodistas encuestados en 2009 manifestaron recibir presiones diariamente en el ejercicio de su labor. Del mismo modo, los 23 directores de medios que contestaron una encuesta de la FAPE convinieron que la que la crisis ha reducido la independencia de los medios frente a las fuentes de financiación. Investigaciones similares realizadas en otros países europeos o en Estados Unidos llegan a conclusiones convergentes.

Sin embargo, la metáfora del periodismo como ventana a la sociedad y la consideración del periodista como depositario de la objetividad que permite crear tal ventana borra las huellas de la mediación periodística e torna invisible la importancia crucial que la organización de las rutinas periodísticas tiene para la dieta informativa que termina formando el marco referencial de la ciudadanía, especialmente en los temas que le son más lejanos como son las cuestiones internacionales y macroeconómicas. Esto fue desarrollado por la Teoría del Agenda Setting que partió del trabajo de McCombs y Shaw en 1972.

La trampa que supone la forma en la que se ha conceptualizado la objetividad no es nada nuevo, ha sido ampliamente criticado desde hace décadas. Hacia mediados del siglo XX la teoría de la responsabilidad social, según McQuail (2001: 200-202), consagra la exigencia de que los medios observen un código deontológico. Desde los años 20 en Estados Unidos se venía debatiendo la posibilidad de la "objetividad" como guía de la profesionalización de periodismo. Si bien para Walter Lippman, lo objetivo debía ser el método periodístico, termina imponiéndose el ideal de objetividad aplicado al periodista, aunque fue criticado desde su propia enunciación (Schudson, 144-155), por razones similares a las ya aducidas. No es, por tanto extraño que en entornos académicos exista una larga tradición de desprestigio de la objetividad, y también, aunque en menor medida, de la imparcialidad (ver, por ejemplo, Tuchman, 1972 y 1978, Ferrés, 1994, Muñoz Torres, 2000 o O'Donnell, 2007).

Por su parte, en el ámbito periodístico, el rechazo a la objetividad fue una de las máximas del Nuevo Periodismo que se desarrolló en Estados Unidos en los 60. En la actualidad, los principios mencionados no aparecen en los códigos deontológicos de las más prestigiosas organizaciones, como el *del Pew Project for Excellence in Journalism*, la Federación Internacional de Periodistas (FIP, 1986), ni en su reciente *Ethical Journalism Initiative* (White, 2008). En el ámbito español, tampoco aparecen en el código de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (1993). Si consideramos la larga trayectoria y solvencia de las críticas que ha recibido el periodismo sustentado por la objetividad resulta sorprendente que aún mantenga cierta vigencia social.

En consonancia con lo expuesto, las conclusiones de las IV Jornadas sobre Periodismo en lo Global señalan el mencionado código deontológico propuesto por el *Pew Project for Excellence in Journalism*, como deontología preferida: "*Los aquí reunidos nos reafirmamos en los principios que en todos estos años han figurado en el frontispicio de la buena práctica profesional del Periodismo, principios resumidos por Kovach y Rosenstiel (2003) y que sintetizan los elementos necesarios para ejercer un periodismo de calidad: La búsqueda de la verdad, la lealtad ante los ciudadanos, el ejercicio de la disciplina de verificación, el mantenimiento de la independencia con respecto a aquellos de quienes se informa, el ejercicio de un control*

independiente del poder, el servir de foro público para la crítica y el comentario, el esfuerzo para que el significante sea sugerente y relevante, el compromiso de que la noticia sea exhaustiva y proporcionada y el respeto a la conciencia individual de sus profesionales".

El trabajo de Kovack y Rosenstiel, integrantes destacados del Pew Project, resulta de un intensa investigación² con periodistas que también busca re-definir cuáles son los consensos ya existentes sobre cómo debe ser el ejercicio profesional de calidad en el contexto actual de concentración empresarial y sensacionalismo progresivo de los contenidos y en ellos nos detendremos más adelante porque, como demostraremos, son perfectamente compatibles con la función del periodismo en una democracia deliberativa.

b) Entorno empresarial comprometido orientado al periodismo de servicio público.

En el momento en el que comprendemos que el trabajo periodístico es sumamente complejo y requiere de una amplia gama de capacidades y conocimientos y valores para poder cumplir con su potencial investigativo, con la obligación de verificar informaciones, y hacerlo en los tiempos y plazos marcados por su propia naturaleza, entendemos que requiere una estructura organizativa comprometida con el servicio público que el periodismo ha de prestar. En esta línea de pensamiento, las conclusiones de las jornadas celebradas en Mayo en Segovia constatan su preocupación por lo siguiente:

"(...) en el momento actual la principal amenaza para las empresas es que el Periodismo, en una proporción muy grande, está gobernado por una política empresarial que atiende prioritariamente a la cuenta de resultados y que este hecho se ha agravado por la falta de previsión en la creación de un modelo de negocio que permitiera sobrevivir a las empresas en este nuevo contexto digital. Esta constatación refleja que existe el riesgo de que se siga alimentando un proceso de devastación del trabajo profesional de calidad, también en el periodismo multimedia (...) Más de 5.000 periodistas se han incorporado a las listas del paro al final de la primera década del siglo XXI."

La concentración mediática, en la que las empresas periodísticas se insertan en grandes conglomerados multimedia, en los que los valores deontológicos del periodismo no priman ante otros intereses llevan décadas provocando la denuncia de académicos, que han ido constatando los efectos siempre negativos para la ciudadanía de la desregulación del sector (ver por ejemplo, Castells, 2010; Almiron, 2010; Herman and McChesney 1999 o McChesney, 2008).

La última vuelta de tuerca de esta desregulación la hemos visto en España con la Ley Audiovisual General de 2009, que permitió la fusión de Antena 3 con La Sexta, y de Cuatro con Telecinco, al tiempo que la obligación de las cadenas privadas para con el "Servicio Público" se diluyó en un "interés general". Esta ley provocó un enorme y consensuado rechazo por parte del Foro de Organizaciones de Periodistas, los sindicatos UGT y CC.OO, la Confederación de Consumidores y Usuarios, la organización académica de Economía Política de la Comunicación, ULEPICC y la Red de Medios Comunitarios³.

El entorno mediático debe estar sometido a regulaciones que:

- Por una parte, impidan la existencia de oligopolios en el sector de la comunicación, que tienden a alinear sus intereses con los de otros conglomerados industriales con los que están íntimamente relacionados.

² El Pew Project convocó veintiún foros públicos a lo que acudieron más de tres mil personas y en los que se examinó el testimonio de más de 300 profesionales, entre otros estudios (Kovach y Rosenstiel, 2003, 14-17).

³ los textos de estas organizaciones pueden consultarse en www.periodismoglobal.com/documentos

- Por otra parte, que establezcan la obligatoriedad de orientar los medios- públicos y privados- al servicio público y mecanismos de control ciudadano adecuados para ello, como son los consejos audiovisuales y los consejos de prensa con suficientes competencias para realizar tal labor.

c) Una radiotelevisión de servicio público fuerte, con una financiación estable y orientada al ciudadano

El modelo europeo de comunicación no se entiende sin la existencia de una radiotelevisión de servicio público, que se basa en tres características esenciales, glosadas por el profesor Bustamante (2008: 83): 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 problemas de salud, el desempleo 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 y museos se inserta la radiotelevisión pública. La segunda idea definitoria es que el sector audiovisual - y toda la comunicación social, es trascendente 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. La segunda y tercera idea ya han sido tenidas en cuenta en el presente texto.

En la actualidad, el Consejo de Europa, mediante su recomendación (2007) 3 aconseja que los estados miembros elaboren estrategias para preservar su rol tradicional en la integración de individuos, y cohesión social y para contribuir a las identidades culturales, la diversidad y a crear un debate democrático más amplio. Pero el Consejo de Europa va más allá e insta confiar a los Medios de Servicio Público (es decir radiotelevisión + portales y servicios de internet) una misión adaptada a los cambios tecnológicos y socio-culturales, mientras, al mismo tiempo se aseguran de garantizar unas condiciones legales, técnicas, socio-culturales y organizativas adecuadas (Council of Europe, 2009)

Esto contrasta con la importante oleada de presión que frente a la radiotelevisión pública viene desarrollándose desde los lobbies de operadores de televisión privados y que ha encontrado eco en las instituciones europeas (ver, por ejemplo, Michalis, 2010). El reciente caso de las escuchas perpetradas por el periódico británico News of the World, diario de News International, primer conglomerado mediático mundial propiedad de Rupert Murdoch ha promovido un debate público en el Reino Unido que parte de dos evidencias: en primer lugar, la connivencia de este influyente grupo privado con diversas élites políticas e institucionales del país (ver, Cassio, 2011 o Jones 2011). En segundo lugar, si consideramos la campaña de acoso que el grupo de Murdoch , con interés en el sector televisivo privado británico, ha practicado durante años a la BBC (Peris, 2009), es decir, al referente europeo de radiotelevisión pública, entenderemos el formidable papel que la radiotelevisión pública tiene como "agujero negro" del sistema de medios, es decir, el que en la galaxia mediática ocupa el incierto lugar de lo que "debe ser", sobre el que gira el resto del sistema (Callejo, Lamuedra y G. Matilla, 2010: 170-172). Y esto también habla de los efectos negativos que provocaría la usurpación de este lugar por empresas privadas en un entorno desregulado y orientado al lucro. También deja entrever el ingente potencial cívico de una verdadera implicación ciudadana de los medios públicos, en la que se han producido notables avances en las corporaciones públicas europeas en los últimos años (Lowe, 2010).

En España se han producido enormes avances en los servicios informativos de RTVE, que no sólo no sirven ya al gobierno de turno, sino que, tras años de lucha, los profesionales hoy pueden ampararse en un Estatuto de Informativos, un Libro de Estilo y un Consejo de Informativos que les aporta independencia profesional frente a posibles presiones. También es necesario mencionar el desarrollo del Derecho de Acceso que viene produciéndose desde 2009, mediante el que los grupos sociales pueden solicitar un espacio en TVE y RNE⁴.

⁴ Toda la documentación necesaria para solicitar el Derecho de Acceso puede encontrarse en: <http://teledetodos.com/home/item/92.html>

Un uso óptimo de este derecho por parte de RTVE y de la ciudadanía puede servir como fundamento y símbolo de la orientación ciudadana de los medios públicos en España, del mismo modo que el pago del canon sella un contrato entre los ciudadanos británicos y la BBC (Lamuedra y Lara, 2009).

Algunos autores como Carcoran (2010:76-78), y Jakubowicz (2010:18) consideran que unos medios públicos fuertes y comprometidos con la ciudadanía son fundamentales para crear una Esfera Pública Europea, que acabe con el espacio de semi-sombra en el que los diversos lobbies presionan a las instituciones europeas para su propio beneficio. Y para ello, los medios públicos deben contar con suficiente financiación, según un modelo estable, ahora en peligro en el caso de RTVE (ver, por ejemplo, Zallo, 2010)

Por estos motivos estamos de acuerdo con las conclusiones de Las IV Jornadas de Segovia en que:

"Los medios de comunicación públicos son en estos momentos imprescindibles para liderar el desarrollo de una comunicación de calidad. El aprovechamiento social, educativo y cultural de la comunicación audiovisual y multimedia depende del trabajo que actualmente desarrollan en punta de lanza los medios públicos de comunicación: Agencia EFE y el desarrollo de medios interactivos en la Corporación RTVE"

d) Ante los nuevos entornos digitales y redes sociales

Las conclusiones de las jornadas sobre Periodismo en lo Global mostraron preocupación porque *"las potenciales ventajas de la digitalización, y la transversalidad de los profesionales no lastre el rigor"* profesional como viene sucediendo en el entorno empresarial fuertemente influido por la lógica de supremacía del beneficio inherente a la estructura de propiedad actual de la industria. También mostraba preocupación por las redes sociales: *un instrumento interesante de comunicación y de intercambio pero a la vez facilitan el ejercicio de una información rápida y fragmentada que corre el riesgo de influir en el ejercicio de un periodismo superficial y descontextualizado que prefiere renunciar a la profundidad. Frente al ruido hay que oponer una información suficientemente contextualizada"*.

Entendemos que estos problemas no serían tales en un entorno mediático cuyas organizaciones estuviesen orientadas al servicio público del modo descrito anteriormente, y que permitiese realizar un periodismo cívico que conectase las comunidades sociales que hoy se generan, encuentran y visibilizan en Internet con la Esfera Pública (Díaz Arias, 2009).

e) Entorno cultural y edu- comunicativo orientado hacia el Servicio Público

"Educar para la comunicación y el desarrollo del pensamiento crítico es una de los objetivos que deben unimos para conseguir una sociedad que aproveche el inmenso potencial de las actuales tecnologías de la información y de la comunicación y sea capaz de responder a las exigencias de una ciudadanía que reclama también otra comunicación posible (...) Los profesionales de la información y de la comunicación tienen una responsabilidad pedagógica a la que no pueden renunciar".

Los edu-comunicadores llevan décadas reivindicando que a) la escuela eduque en competencias comunicativas que permitan a la ciudadanía dialogar de forma crítica con nuestra sociedad mediática, b) que los medios actúen de forma responsable respecto de la labor pedagógica que - de hecho- realizan y que puede tener efectos enormemente positivos y/o enormemente negativos y c) que se aprovechen las nuevas tecnologías con estos fines.

El estudio de la educocomunicación y los movimientos de educocomunicadores tienen ya amplio recorrido histórico: datan de los años 60 y 70, y pueden identificarse dos escuelas influyentes: la del mundo anglosajón: Canadá, Reino Unido, Australia y (en los inicios) Estados Unidos, y la escuela Latinoamericana,

con importantísimas aportaciones en países como Brasil, Colombia, México o Chile (Aparici, 2002: 2-3). El Congreso Internacional de Educación Mediática y Competencia Digital en el que participamos agrupa a destacados ponentes españoles e internacionales en la materia y deseamos incorporar sus críticas y propuestas.

2. Democracia Real Ya y Democracia Deliberativa

La demanda de democracia participativa de Democracia Real Ya se articula, dentro de "Los ocho puntos" que definen su programa gracias a: la mencionada reivindicación sobre periodismo de investigación, libertad de información y rechazo a la ley "Sinde", pero también a la petición de referéndums obligatorios y vinculantes para las cuestiones de gran calado y para medidas dictadas desde la Unión Europea, a la modificación de la Ley Electoral para garantizar un sistema auténticamente representativo y proporcional, a la independencia del Poder Judicial y a proveer de mecanismos para la democracia interna en los partidos políticos.

A ello, debemos sumar una petición concreta de Democracia 4.0 que fue presentada en el Congreso de los Diputados en 2010 por un ciudadano y que, en breve, será propuesta por el nodo de Sevilla para que sea acogida por Democracia Real Ya. La propuesta aboga por una democracia representativa pero más participativa. En otras palabras, se trata de que sin refutar la representatividad ejercida por los políticos electos, los ciudadanos puedan ejercer su pequeña parcela de soberanía y votar en aquellas leyes en las que el ciudadano esté interesado. El escrito propone que en estos momentos existen 35 millones de ciudadanos mayores de edad representados por 350 diputados, y que existe la posibilidad de descontar una pequeña cuota de representación a cada uno de ellos, una treinta y cinco millonésima (la parte de soberanía que nos corresponde), cuando los ciudadanos quieran acceder internet al Congreso. Los diputados representan en conjunto a la soberanía popular, y por ello, a todos se les restaría una pequeña parte de forma proporcional y justa. La participación ciudadana directa sólo supondría, así, añadir unos nueve decimales a los números del tablero de votaciones. Por cada cien mil ciudadanos que votaran on-line, un escaño volvería al pueblo. Por un millón, diez escaños regresarían a los ciudadanos.

Pero incluso más llamativo que todo esto es el método asambleario y deliberativo adoptado por esta organización- y también por las acampadas y otras organizaciones surgidas a raíz de lo que se ha conocido como movimiento 15M. La apuesta por una organización horizontal, sin líderes y que tome decisiones por consenso tras debates racionales y argumentados- en asambleas y en redes sociales creadas con software libre- es una señal de identidad de Democracia Real Ya.

Estas dos demandas conectan con el diagnóstico de los problemas de la democracia y con el espíritu de las soluciones propuestas por los teóricos de la Democracia Deliberativa, que se considera madura desde los años 90 y a la que han contribuido numerosas voces prestigiosas como Jürgen Habermas, Seyla Benhabib, Jhon Dryzek o Carlos Nino. Martí (1006:13-14), en su riguroso estudio sobre esta teoría, considera que el modelo actual de democracia está mercantilizado y que "los partidos se dedican a competir por el voto de los ciudadanos, con un interés decreciente por los problemas reales, o por los valores de fondo y en el que los ciudadanos comprenden que más allá del teatro de elecciones periódicas, las decisiones políticas más importantes se toman a sus expensas". El problema de fondo planteado es que nuestro sistema actual asume que en democracia cada actor social defiende sus intereses egoístas. El valor de la democracia desde esta perspectiva se limita a establecer procedimientos para defenderlos y contener, así, el alcance del daño (Nino, 1997:102-124). Como consecuencia, los intereses de los actores más poderosos, organizados en lobbies, priman sobre los de la mayoría de la ciudadanía, y se difumina así el sentido moral del sistema.

La Teoría de la Democracia Deliberativa pretende recuperar los lazos de comunidad, retomar los ideales de autogobierno y desvincular la noción de interés público de los intereses egoístas de los individuos o grupos, limitando los elementos de mercadeo en la toma de decisiones políticas (Martí, 2006:13-14). La idea de

partida es que el uso público de la razón no sólo dificulta la defensa de intereses egoístas que perjudican al Bien Común, sino que establece un proceso que mejora la calidad moral del debate y de sus interlocutores.

Algunos proponentes de la Democracia Deliberativa coinciden en señalar que el estado actual de la comunicación mediada, y la consiguiente pobreza del debate público, es un escollo para implantar la democracia deliberativa (ver Velasco, 2007: 41 y 42 o Nino, 1997: 224-228), y mencionan concretamente la creciente concentración mediática y la deriva hacia la comercialización de la información que luego establece el marco de referencia de los ciudadanos.

3. Esfera Pública Representativa y Esfera Pública Deliberativa

El término Esfera Pública ayuda a entender la íntima relación que existe entre democracia y medios de comunicación. Habermas (1981) argumenta que hacia el siglo XVIII en Londres, comienza a ejercitarse el uso público de la razón en salones de té y de café, primeros sobre cuestiones morales planteadas por la literatura del momento y luego sobre política. Esto contribuye a que emerja la noción de opinión pública, y está relacionado con el desarrollo de la prensa (y por ende, del periodismo) que a su vez contribuye a la evolución del sistema parlamentario inglés. En este proceso se configura una Esfera Pública que permite establecer un debate racional sobre asuntos de interés público y que, de este modo, pone en relación al sistema político de democracia representativa con la prensa, la sociedad civil y la opinión pública. La noción de Esfera Pública puede entenderse como un concepto ideal contra el que medir la calidad del ejercicio democrático y el rol de los medios de comunicación.

Si tomamos el concepto de Esfera Pública como nexo entre sistema democrático y sistema periodístico, debemos preguntarnos cómo conceptualizar tal esfera pública y con qué exigencias con respecto al periodismo. En la próxima sección definiremos el ideal de Esfera Pública Deliberativa a partir de su diferenciación con la Esfera Pública Liberal Representativa. En segundo lugar, abordaremos una posible transformación de los consensos deontológicos de los medios informativos, que aportarán una visión acorde con la teoría de la Democracia Deliberativa de los consensos ya argumentados en el punto 1 de este epígrafe.

Esfera Pública Liberal Representativa

El sistema periodístico hegemónico actual responde a la concepción de Democracia Liberal, a veces equiparada con la Democracia Representativa (Nino, 1997:103). Mediante este sistema la participación de la ciudadanía se limita a la elección de sus representantes políticos 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, que como hemos visto borra la presencia e influencia de los medios de comunicación (y de la organización de su redacción y de sus rutinas) como conformadores de la actualidad.

La Esfera Pública Representativa parte de una (muy cuestionada) visión positivista de la realidad, representada como externa a nosotros y que puede reflejarse y controlarse si se usan los procedimientos adecuados, en este caso, periodistas objetivos y asépticos. Dentro de la investigación en comunicación, autores como los ya mencionados Fishman (1980), Gans (1979) o Tuchman (1978), que realizaron observación participante en medios de comunicación y elaboraron la Teoría del Newsmaking, concluyen que las noticias, lejos de mostrar (reflejar o representar) la realidad externa son una construcción que goza de enorme poder de influencia sobre una realidad, adjetivada como social e iterativa.

Esfera Pública Deliberativa

Según la Teoría de la Democracia Deliberativa una mayor participación de la sociedad civil en la toma de decisiones mediante el uso público de la razón puede devolver el sentido a la democracia como gobierno racional de la mayoría y para la mayoría (ver, Nino, 1997 o Martí, 2006). El tipo de Esfera Pública adecuada para este ejercicio democrático no sólo sería un espacio de observación de la clase política, sino uno en el que la sociedad civil debe participar, mediante grupos de ciudadanos y ONGs. Los retos y conflictos han de tener en cuenta la deliberación de todos los colectivos sociales afectados por cada cuestión. La calidad del discurso es central para este modelo y por ello desarrolla una ética discursiva: el debate ha de ser racional, estar basado en argumentos, orientado hacia el bien común y no en intereses personales. El Modelo Deliberativo se adecua a la noción de que las noticias no pueden reflejar una realidad estática exterior que no existe, y sin embargo, son un agente modelador de una realidad social iterativa. Tras reconocer que la realidad es construida y que los medios son un agente de primer orden, una Esfera Pública Deliberativa requiere que el proceso sea participativo, racional-argumentativo y enfocado hacia el Bien Común.

4. Deontología periodística y otros pre-requisitos para una Esfera Pública Deliberativa

En una Democracia Deliberativa el periodismo, como mínimo, ha de proveer a la ciudadanía con la información que necesita para participar en (y no sólo observar) los procesos de deliberación que se establecen en la Esfera Pública. Poner el acento en la participación ciudadana obliga al periodismo a hacer cambios que permitan que el público interiorice cómo los medios de comunicación, entre otros agentes sociales, ayudan a construir la realidad social y cómo la sociedad civil y la ciudadanía también constituyen agentes sociales llamados a la participación. A continuación, apuntamos algunas de las transformaciones que un periodismo acorde con la Democracia Deliberativa debería acusar.

Por una parte, el modelo tradicional conceptualiza al periodista como un gestor de contenidos, sobre quien recae el peso de la obligación de trabajar con autonomía (independencia, neutralidad) y objetividad. Siendo la autonomía respecto al resto de agentes sociales tan fundamental para este marco, no es de extrañar que los periodistas hayan fijado sus estándares gracias a su relación con sus pares, colegas y superiores, en mayor medida que en su relación con el público, tal y como ha sido documentado por Gans (1979:230) o Hagen (1997:132). Sin embargo, la orientación al público y la colaboración con él es mucho más adecuada a un sistema que descansa en el diálogo y colaboración entre agentes sociales para alcanzar el Bien Común, y del que el periodismo sería un servidor.

Al mismo tiempo, la dependencia y la subjetividad que operan en los blogs o en el periodismo ciudadano no son compatibles con un periodismo profesional. El periodismo ciudadano o los medios alternativos, desde el punto de vista del periodismo, son valiosas fuentes de información, y - aunque la ética discursiva y el uso público de la razón del sistema deliberativo puede poner cierto límite al tipo de dependencia y subjetividad que manifiesten tales actores sociales, en su rol como fuentes no necesitan observar ningún código deontológico profesional. Por ello, el periodismo profesional ha de ir un paso más allá y desarrollar principios deontológicos alternativos a la autonomía y la objetividad.

Para ello, volvemos a recurrir a uno de códigos deontológicos más recientes e influyentes de la profesión periodística y que ha sido explicado en detalle en el libro "Los Elementos del Periodismo" (2003) de Bill Kovack y Tom Rosenstiel, líderes del *Pew Project for Excellence in Journalism* y nos detenemos en el mismo.

En primer lugar, el periodismo ha de orientarse hacia una verdad práctica y funcional (ibid: 51-68). La ruptura con el positivismo problematiza la existencia de una "verdad esencial" (aunque los autores no lo explican de esta manera). Por ello, los periodistas han de buscar una verdad periodística similar a otras verdades prácticas que permiten que otras instituciones funcionen, como el sistema educativo o el judicial.

El segundo principio es la lealtad al ciudadano. En pos de una supuesta independencia y neutralidad muchos periodistas, aislados de su función social, informan de lo que dicen los políticos y no de lo que interesa a los ciudadanos, o arrastrados por el mercantilismo de las redacciones, a veces sin saberlo, sirven los intereses de grupos económicos. Para contrarrestar estos problemas los autores proponen medidas de arquitectura organizativa y de relación con el público: los propietarios y directores han de tener la lealtad al ciudadano como primera premisa y han de establecer conceptos claros con respecto a eso. Además, han de permitir que los periodistas tengan la última palabra. Y los periodistas, por su parte, han de comunicar al lector cuáles son sus criterios y valores con claridad. Es decir, han de construir una organización transparente y orientada hacia el servicio al ciudadano.

El tercer principio fundamental es el de verificación (ibíd.: 99-129). Exponen que aunque la idea del método objetivo existe entre los periodistas, aparece de forma muy fragmentada y nadie ha consolidado un método válido y estandarizado como en el mundo judicial o en la experimentación científica, algo que es necesario acometer.

Pero además, una Esfera Pública Deliberativa que funcione necesita otros pre-requisitos, a los que un periodismo de calidad puede contribuir pero que necesita mucho más que esto. Entre ellas, el desarrollo de una ética discursiva con principios claros y que sean interiorizados por los ciudadanos y por aquellos con funciones representativas o la activación crítica de la ciudadanía en materia de comunicación son materias a las que la edu-comunicación puede y debe contribuir. Poner en el centro de la Esfera Pública valores como la honestidad y el Bien Común implica una tarea compartida de los ya mencionados agentes sociales, y de toda la sociedad civil.

El siguiente cuadro sintetiza y pone en común la deontología periodística que impera en una Esfera Pública Representativa versus la que imperaría en una Esfera Pública Deliberativa, a la que es necesario sumar otros pre-requisitos:

	E. P. Representativa	E. P. Deliberativa
Metáfora	Ventana	Espacio de negociación pública/construcción
Función	Transparencia	Participación y promover el debate colectivo racional
Los medios como	Gestor de contenidos	Colaborador
Valores profesionales	Autonomía: imparcialidad, independencia y objetividad (aplicados al periodista).	Verdad, mediante: a) Investigación objetiva, edición e interpretación honesta y transparente. Proceso consensuado de verificación. b) Redacciones con una estructura organizativa orientada al servicio público, la lealtad a la ciudadanía, la independencia y la diversidad.
Otros valores de la Esfera Pública		Ética discursiva, capacidad argumentativa, ciudadanía crítica. Honestidad, orientación hacia el Bien Común

El cuadro muestra que la deontología propuesta para servir a una Esfera Pública Deliberativa está mucho más desarrollada que la clásica: incorpora cuestiones relacionadas con los procesos de verificación, con la organización de las redacciones periodísticas y con el tipo de valores y procesos deliberativos que la Esfera Pública ha de desarrollar.

5. Un punto sobre Periodismo y Esfera Pública para Democracia Real Ya

De acuerdo con todo lo argumentado anteriormente, el punto para Democracia Real Ya podría tener la siguiente redacción:

"Reconocemos que la democracia más participativa que reivindicamos necesita de un sistema de medios de comunicación orientado al servicio público que incluya los siguientes elementos:

a) Un Periodismo de Servicio Público que ponga el acento en la lealtad al ciudadano, la honestidad, los métodos de investigación y de verificación de informaciones, en el periodismo de investigación y que se comprometa a explicar las complejidades de los procesos económicos sociales y culturales.

b) Una deontología periodística orientada hacia el tipo de Esfera Pública Deliberativa que debe darse en una democracia participativa.

c) Un sistema de medios comprometidos con la ciudadanía, lo que implica:

c1) Un entorno empresarial regulado y orientado al Servicio Público. Esto incluye el refuerzo de las leyes antimonopolio, organizar las redacciones periodísticas no para maximizar el lucro, sino el valor social, y la creación y mejora de consejos audiovisuales y de prensa con suficientes competencias para asegurar tal orientación cívica.

c2) Un sistema en el que existan Medios de Servicio Público fuertes, bien financiados y orientados al ciudadano.

d) Calidad del debate público, lo cual necesita de:

d.1) el desarrollo de una ética discursiva

d.2) el desarrollo de conocimientos y competencias sobre comunicación tal y como vienen reclamando los expertos en edu-comunicación

d.1) el desarrollo de políticas culturales inspiradas por los fines humanísticos de la cultura, que desde esta perspectiva alcanza su máximo sentido cuando es compartida, rechazando modelos privativos obsoletos.

e) Pensar una estructura de medios que vertebre una opinión pública europea, que se base en informaciones justas, completas, contrastadas y en valores cívicos".

Bibliografía

Almirón N., (2010) *Journalism in crisis. Corporate Media and Financialization*. Cresskill: Hampton Press

Castells, M. (2010) *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.

Carcoran F. (2010) 'Civic Engagement and Elite Decision-Making in Europe', in P. Iosifidis (ed). *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*, pp. 76-88. London: Palgrave MacMillan.

Aparici, R. (2002) "La educomunicación en el siglo XXI" en *Libro Interactivo Educación para la comunicación. Televisión y Multimedia* [CD ROM]. Madrid. Master en Televisión Educativa. Universidad Complutense de Madrid.

Bustamante Ramírez , E. (2008) *Amenazas y posibilidades del sistema audiovisual europeo en la era digital*. Cuadernos de Información, número 23 pags. 82-95

Callejo, J., M. Lamuedra y A. 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.

Cassio, M (2011) A Brief History of Britain's Power Elites: through Murdoch and beyond?.
www.OPendemocracy.net

Council of Europe, 2009. "Public service media governance: Looking to the future".(Media and Information Society Division Directorate General of Human Rights and Legal Affairs). Disponible en: www.teledetodos.com/documentos

Díaz Arias, R. (2009): *Periodismo Cívico vs Periodismo Ciudadano*, Observatorio de Medios de Comunicación y Sociedad. Madrid, n1, pp9-15. Disponible en: <http://www.1mayo.ccoo.es>.

Dryzek, J.S (2000) *Deliberative Democracy and Beyond*. Oxford: Oxford University Press.

Farias, P. y Roses, S. (2009): "La crisis acelera el cambio del negocio informativo". En: Estudios sobre el Mensaje Periodístico. N.º 15. pp.15-32. Madrid: Universidad Complutense.

Ferres, J. (2004) *Televisión y Educación*. Barcelona: Paidós.

Fishman, M (1980) *Manufacturing the News*. Austin: University of Texas Press.

Gans, H. (1979) *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Nueva York: Pantheon Books.

Habermas, J. (1981) *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.

Hagen, I. (1999): 'Slaves of the ratings tyranny? Media Images of the Audience' in P. Alaasutari. (1999) *Rethinking the media audience*. London: Sage

Herman, E. S. and McChesney R. W.(1999) *Los medios globales: Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*. Cátedra: Madrid.

Hutchinson, T. (1946) *Here is Television, Your Window to the World*. New York: Dial Press

Iglesias, M (2004) "Precariedad laboral de los periodistas, la mordaza de la prensa libre. Tentación peligrosa de pasividad", en *Comunicación y desarrollo en la sociedad global de la información: economía, política y lógicas culturales. III Encuentro Iberoamericano de Economía Política de la Comunicación*. Sevilla, Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo, pp 505-525

Iosifidis, P (coord.) (2010) *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Londres: Palgrave MacMillan.

Jakubowicz, K. (2010) "PSB 3.0: Reinventing European PSB", en Iosifidis, Pietros (coord.). *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Londres: Palgrave MacMillan, 2010, pp.9.23.

Jones, D. (2011) Barnett is wrong; the public had little to do with Murdoch's fall. OPendemocracy.net

- Klinenberg, E. (1999): "Journalistes á tout faire de a presse américaine", en *Le Monde Diplomatique*, febrero, p.7.
- Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2003). *Los elementos del Periodismo*. Madrid: Santillana, 2003
- Lamuedra, M. (2011): "Medios de servicio público, periodismos alternativos y esfera pública deliberativa", en Chasqui Ciespal, edición 113.
- Lamuedra, M., y Lara, T. (2009): La crisis de identidad de los periodistas en las televisiones públicas europeas: Comparación entre BBC y TVE, in Estudio del Mensaje Periodístico, Nº 15. Universidad Complutense. Madrid, pp. 33-60. Disponible en su versión final en: http://www.teledetodos.com/test/cat_view/42-textos-legales-y-publicaciones/43-4-publicaciones-e-informes.html
- Lowe, G. F., coord (2010). *The public in public service media*. Nordicom. Göteborg,
- Martí, J. L. (2006): *La república deliberativa*. Madrid, Marcial Pons.
- McChesney R. W (2008) 'The political Economy of Media; enduring issues, emerging dilemmas'. New York. Monthly Review Press.
- McCombs, M.E. and D. Shaw (1972). 'The Agenda-Setting Function of Mass Media', in *Public Opinion Quarterly*, 36; 176-187.
- McQuail, D. (2001): *Introducción a la teoría de comunicación de masas*. Barcelona, Paidós.
- Michalis. M. (2010) "EU Broadcasting Governance and PSB: Between a Rock and a hard place", en Iosifidis, Pietros (coord.). *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Londres: Palgrave McMillan, pp.36-49.
- Muñoz-Torres, JR. (2000) 'Concepciones epistemológicas implícitas en los libros de estilo de El País, El Mundo y ABC'. *Revista ZER*: 9.
- Nino, C. S. (1997): *La constitución de la democracia deliberativa*. Barcelona, Gedisa
- O'Donnell H. (2007): *Noticias y Ciudadanía: El telespectador, el poder y el debate público*. Madrid, Ediciones de la Torre
- Peris, E.(2009) *El imperio Murdock contra la BBC ¿Información de pago o gratuita?* Cuadernos de periodistas, 18, 21-28.
- Schudson M. (1967) *Discovering the news: a social history of American newspapers*. United States of America, Basic Books
- Thomass, B. (2010) "*PSB and the European Public Sphere*". en Iosifidis, P. *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. Londres: Palgrave McMillan, pp. 63-76.
- Tuchman, G. (1978) *Making News: A Study in the Construction of Reality*. Nueva York: The Free Press, 1978.
- Velasco, J. C. (2007): "Deliberación y calidad de la democracia", en *Claves de la Razón Práctica*, nº 167, pp 36-43
- White, A., coor (2008) *The Ethical Journalism Initiative*. Bruselas: International Journalists Federation.
- Wolf, M. (1987) *La investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Zallo, R. (2010) *La política de Comunicación Audiovisual del gobierno socialista (2004-2009): un giro neoliberal*. *Revista Latina de Comunicación Social* 65. La Laguna, Tenerife. Universidad de la Laguna. pp. 14-29