

Medios de comunicación, participación y deliberación. La faz republicana del periodismo informativo

Mass Media, Participation and Deliberation. The Republican Aspect of Informative Journalism

JOSÉ MANUEL CHILLÓN
Universidad de Valladolid

RESUMEN. La propuesta de este artículo consiste en pensar la contribución del periodismo informativo al engranaje democrático que precisa de virtudes cívicas adquiridas mediante el compromiso con lo público. Y en pensar, también, las aportaciones del periodismo informativo y del sistema de medios al ideal de una democracia deliberativa. Contribución y aportación que configuran lo que aquí se denomina la faz republicana del periodismo informativo. Esto es, la dimensión teórico-política del periodismo en términos de compromiso con el sistema democrático. En la sociedad de la información, recuperar el ideal de la vida buena para la construcción de una democracia auténtica pasa por disponer de información así como de mecanismos de canalización que posibiliten la participación ciudadana. ¿Pueden satisfacer los medios de comunicación estas dos notas constitutivas de la virtud ciudadana contemporánea?

Palabras clave: Republicanismo, periodismo informativo, periodismo ciudadano, democracia deliberativa, ciudadanía.

ABSTRACT. The purpose of this paper is to consider the contribution of news journalism in the democratic system that requires civic virtues. And to think also the contributions of news journalism and the media system to the ideal of deliberative democracy. Contribution to configure what is here called the republican face of journalism. That is, the theoretical and policy dimensions of journalism in terms of commitment to the democratic system. In the information society, to recover the ideal of the good life for building a genuine democracy requires information and channeling mechanisms that enable citizen participation. Can the media meet these two elements which characterize the contemporary civic virtue?

Key words: Republicanism, news journalism, citizen journalism, deliberative democracy, citizenship.

1. Introducción

La historia del periodismo informativo, del periodismo que construye la realidad

al informar sobre ella, corre pareja a la historia de la libertad, a la historia de las libertades. Las revoluciones liberales y los derechos llamados de primera genera-

ción aparecen al tiempo que las primeras publicaciones informativas ponen en valor la libertad de expresión, singular compañera de viaje de los derechos políticos. Que los ciudadanos sean titulares de estos y de otros tantos derechos, y que tales credenciales jurídicas puedan presentarse como límites a cualquier intervención privada o pública, cuenta entre las *batallas ganadas* en las que ha luchado y se ha jugado el tipo el periodismo.

Los primeros periódicos se configuraron como voceros públicos al informar sobre las necesidades locales, sobre las carencias en determinadas áreas sociales y políticas así como sobre aquellas intrusiones ilegítimas de los poderes cuya publicación se consideró enseguida una forma de denuncia pública. Que la administración de lo público y de lo político sea criticable es posible debido al, ya desde el principio, poder e influencia de los medios informativos. No en vano, la historia del periodismo es también, de alguna manera, la historia de las democracias liberales. Las entrañas del periodismo informativo, por tanto, hablan de libertad, de libertades reconocidas y garantizadas, de sociedades democráticas. Es lo que vamos a denominar la *faz liberal* del periodismo informativo. En palabras de Adela Cortina:

Desde la teoría liberal de la prensa, los medios llevan el aura de un yo libre, sin constricciones del orden social, y su ética es más bien derecho, porque no se ocupa sino de proteger los límites de la libertad de cada individuo frente a los demás y frente al Estado ¹.

La esencia de la democracia tiene que ver con el reconocimiento de la igualdad por medio del respeto a los derechos, pero también, o quizá principalmente, si acudimos a los textos fundacionales, con la capacidad de la sociedad para autogobernarse, esto es, para darse leyes que sean elegidas libremente y que, de alguna manera, rasen a todos por

igual. Los libres e iguales, los, ahora sí, ciudadanos, necesitan saber para elegir, para cambiar gobiernos *sin derramamiento de sangre*, pero también para participar activamente en lo que quieran que sea la comunidad política. La opción por la democracia tiene que ver con la opción por valores como la libertad, la tolerancia y el respeto, es cierto, pero también con la puesta en funcionamiento de virtudes prácticas que hablan de autorrealización del individuo en la sociedad. La filosofía práctica de Aristóteles y su peculiar comprensión de la ética en cuanto vertida en la política ratifican hasta qué punto ser un individuo bueno pasa por ser un buen ciudadano. No en vano, el carácter arquitectónico de la política hace que sea lo público, y el compromiso decidido con la comunidad, la mejor escuela de virtud.

Pues bien, los medios de comunicación y la información periodística se encuentran ante la grave responsabilidad de administrar información y de servir de canales de participación. La «vida buena» del periodista, es decir, el compromiso político del profesional manifestado en su responsabilidad informativa, aparece como un aspecto nada desdeñable, como una condición necesaria para la «vida buena» del ciudadano. «Vida buena» que consiste, por cierto, en el compromiso democrático. Las entrañas del periodismo informativo también hablan de compromiso cívico, de democracia como convicción ética y no sólo como estrategia. He aquí la *faz republicana* en la que nos vamos a detener en este artículo.

2. *Compromiso cívico y periodismo ciudadano*

No decimos nada nuevo si reconocemos el desencanto actual que provoca la política, cada vez más alejada de la vida real de los ciudadanos ² y cada vez más dispuesta a guiarse por los imperativos de

racionalidad económica, eficiencia y competitividad. El ciudadano se conforma con disponer de ese ámbito de libertad negativa y con vincular su opción política a la satisfacción de sus derechos individuales. En suma, el ejercicio de la virtud política no se ve que compense.

La teoría republicana de la democracia, sin embargo, cree que la interpretación liberal no es una buena forma de comprensión de la libertad del ciudadano³. La libertad de la que habla el republicanismo no es una libertad como la de *los modernos*, entendida sólo como propiedad individual que respetar, sino una libertad unida al ideal de igualdad y de autogobierno que garantizar: la libertad *de los antiguos*, siguiendo la célebre distinción de Constant. «*La libertad individual en el republicanismo* —sostiene Javier Peña— *es inseparable de la libertad política. La libertad está ligada a la ciudadanía*»⁴. Así las cosas, la crítica al poder político sólo se justifica cuando este desvíe su tarea de la defensa y promoción del interés público y de la libertad de los ciudadanos. O lo que es lo mismo, no se trata de limitar el poder político como máxima, sino de impedir su arbitrariedad. Este impedimento exige el concurso de los ciudadanos preocupados por lo público y exige también altas dosis, demasiado altas según los liberales, de virtud cívica. Ser ciudadano implica disponer de ciertas capacidades individuales como son: «*una conciencia reflexiva, la capacidad de deliberar sobre las propias metas y valores así como de gobernar las preferencias*»⁵. El republicanismo, en definitiva, ofrece a la política, y en concreto a la democracia, un marco normativo y crítico con el que comparar la siempre insuficiente atención a lo público así como el grado de compromiso cívico manifestado en la participación y en la deliberación⁶.

Pues bien, estos términos de los que depende la autenticidad de la democra-

cia, «bien común» e «interés público», son también netamente periodísticos⁷. Si el buen periodismo o el ejercicio de la «vida buena» del periodista profesional implica comprender su misión en términos de responsabilidad y de compromiso con lo público, debe contar también como una tarea específica del propio periodismo el hacer posible el compromiso y la responsabilidad del ciudadano. En este sentido, el periodismo debe servir de cauce, de instrumento o de mecanismo de concienciación o de reacción, de participación y de actuación en favor de lo público. Parece claro, entonces, que la realización política de la noción normativa de ciudadanía depende, tanto más cuanto es mayor la influencia y ubicuidad de los medios, de que el periodismo informativo sea coherente con esa *faz republicana* que esencialmente lo constituye.

Pues bien, ¿es un síntoma de esta ciudadanía activa el llamado *periodismo ciudadano*? ¿Se trata simplemente un fenómeno actual fruto de Internet o es la respuesta a algunas carencias del periodismo profesional?⁸ En este sentido, ¿declara periclitada una forma de hacer periodismo informativo, o más bien puede comprenderse en términos de compatibilidad?

Para atisbar alguna respuesta a estos interrogantes, lo primero que hemos de intentar es ofrecer una definición de este fenómeno de participación cívica típicamente contemporáneo y descubrir así, en qué medida tal fenómeno es expresión de la virtud cívica definida por el republicanismo. En nuestra opinión, el *periodismo ciudadano* puede entenderse como una expresión de la necesidad que los ciudadanos tienen de participar en la construcción de la realidad social⁹ mediante la incorporación de sus opiniones a las informaciones construidas profesionalmente o a través de la creación de espacios distintos y alternativos a las fórmu-

las tradicionales. Incorporación, creación o participación facilitada y exponencialmente incrementada por la aparición de las nuevas tecnologías de la información y del periodismo electrónico.

Pues bien, para acercarnos más concienzudamente a este fenómeno, deberíamos incidir más en su clasificación pues es evidente que no merece el mismo juicio la participación ciudadana motivada por las propias cabeceras mediáticas (ya sea a través de formas tradicionales como las *Cartas al director* o de formas que tienen que ver con el periodismo 3.0¹⁰) que aquellas iniciativas que son a título particular mediante publicaciones de oenegés, asociaciones, blogs, podcast, etc.¹¹.

Todas ellas plantean retos muy importantes al periodismo. Con respecto a las primeras, el que se propongan y se mantengan programas como *Tengo una pregunta para usted* o se acepten las llamadas telefónicas entrantes a *Las mañanas de Cuatro* o cualquiera pueda escribir en la sección de *Cartas* de «El Mundo» o comentar su impresión de una noticia en www.lavanguardia.es o votar a favor o en contra de la Ley del aborto en la página web de Cadena SER, es un síntoma de que los medios sirven para mediar, para que se haga oír la voz de todos. El que cabeceras de tanta influencia recojan la opinión de cualquier ciudadano y la publiquen o dejen grabada la pregunta al político de turno que ha pasado por la redacción para *chatear* con los *navegantes* que así lo desean, hace que la profesión informativa, además de demostrar que sirve a la ciudadanía, esté siempre enriquecida por ese caudal fluido, y a veces inabarcable, como es la opinión de los ciudadanos particulares.

La ampliación de estos espacios de participación y el hecho de que no estén sometidos a una férrea censura previa, al menos en el aspecto de orientación ideológica, puede ser un revulsivo para con-

fiar en el compromiso de la ciudadanía y para la credibilidad del mismo medio informativo. En este sentido, parece fundamental apuntar que el periodismo ciudadano no sólo puede ser un acicate para una permanente revitalización de la democracia, sino de la propia profesión expuesta continuamente a la crítica de los ciudadanos, en buena medida responsables, también, de hacer cambiar las erróneas praxis informativas. No en vano, y en especial cuanto más dependen las producciones informativas de las audiencias, se puede afirmar que cada sociedad tiene la calidad informativa que se merece.

Más complicada parece la tarea de emitir un juicio siquiera provisional del periodismo ciudadano con soporte en las nuevas tecnologías. La rapidez vertiginosa con la que Internet y las redes sociales evolucionan, apenas nos permite analizar *en tiempo* las oportunidades ricas e inagotables para la comunicación humana, no digamos ya para advertir de sus amenazas¹². Internet y las redes sociales son en sí mismas todo un reto que pensar, que legislar, que determinar y que, casi seguro, limitar. La democracia juega con este *toma y daca* de oportunidades y de límites. La red no puede ser una excepción. Por tanto, parece claro que, si Internet supone un reto a la democracia participativa y a la información, la propia democracia, los poderes públicos y los ciudadanos tienen también un reto probablemente tan difícil como urgente, no siendo que las garantías de las libertades ciudadanas, garantizadas en los espacios públicos tradicionales, puedan quedar sometidas por la dejación de responsabilidades tan altas en las nuevas *ágoras* de la red. En suma, resulta muy ventajoso poder disponer de espacios públicos más amplios donde caben todos, donde se hacen más evidentes las plurales características de nuestras sociedades posmodernas y donde hay siempre un lugar para una

nueva opinión o para problematizar cualquier afirmación, en definitiva, para la crítica. Todos tienen su lugar y esto es una conquista innegable de los nuevos tiempos a la vez que una demostración de que es posible construir espacios comunes en sociedades tan plurales. Optimismo que rezuman las palabras de Bill Gates:

La red permitirá un acceso igual a la información y a la comunicación instantánea con cualquier persona del mundo. Abrirá nuevos mercados y oportunidades de negocios de todas las dimensiones. Trascenderá las fronteras nacionales y hará posible una economía global sin fricciones. Permitirá que los trabajadores sean más eficientes y productivos, y tendrá el potencial de hacer que el trabajo resulte más estimulante y satisfactorio. Concederá a las naciones en desarrollo la oportunidad de pasar por alto la época industrial y avanzar directamente hacia la era de la información ¹³.

Mas, ¿no es cierto que la ampliación de espacios públicos de forma tan indiscriminada como la que supone la red, precisamente en el ámbito periodístico, puede ser no tanto un síntoma de libertad cuanto una permanente amenaza a la misma? Los estados constitucionales garantizan la libertad de información siempre que las publicaciones se atengan a dos condiciones legales (de evidentes resonancias morales) como son la veracidad y el interés público. ¿Se dan tales condiciones en la información servida por Internet? Mejor dicho, ¿se puede siquiera ejercer una cierta tarea de *control* para que tales condiciones se den? ¹⁴

Ventajas con evidentes riesgos. Oportunidades no sin amenazas. Así las cosas, ofrecemos algunas pautas que, en nuestra opinión, pueden guiar esta prometedora línea profesional del periodismo ciudadano:

— El periodismo ciudadano, en la medida en que convoca a los públicos a

formar parte del proceso de producción de la información ¹⁵, tiene ya la oportunidad de conocer la disposición, los intereses y las respuestas de los receptores tan importantes para hacer una reflexión completa del fenómeno de la comunicación masiva desde sus tres componentes básicos: emisor, medio y destinatario. Que el receptor conozca la intención del emisor y actúe en consecuencia y que el emisor tenga constancia de tal repercusión, es una constatación de éxito comunicativo ¹⁶. Pero es que, además, que el periodismo ciudadano esté en auge puede reflejar una tendencia de cambio en la valoración social de la información como bien público y, qué duda cabe, tal reconocimiento puede redundar en el bien mismo de la profesión.

— Internet y la red son probablemente el lugar más idóneo para el diálogo a múltiples bandas tan necesario y enriquecedor de la democracia. Las nuevas tecnologías facilitan el acceso a la información y la respuesta inmediata de los ciudadanos. La amplitud del espacio, de alguna manera espacio público, y la inmediatez e instantaneidad juegan a favor de las dos grandes coordenadas de nuestras sociedades deseosas, por un lado, de más campo de juego para la libertad, y por otro, de satisfacciones *hic et nunc*. Pero el riesgo ante la imposibilidad de un arbitraje en campo tan inmenso ¹⁷, lo sabemos, va contra el propio juego. Y la rapidez de las reacciones en tiempo real, constitutivas como diría Vattimo de la *deshistorización de la experiencia* ¹⁸, tampoco favorecen la reflexión y la ponderación tan constitutivas de la deliberación democrática.

— Es un beneficio para los ciudadanos el conocer con una instantaneidad apabullante lo que sucede así como el poder estar informado permanentemente, el disponer de archivos y de hemerotecas a un solo *click* y el poder encontrar, en las

páginas de las cabeceras más importantes, un sitio para la opinión de cualquier ciudadano. La amplitud del espacio y la apertura a comentarios diversos puede ser una expresión contemporánea del «un hombre, un voto» considerado algo más que un principio básico de los Estados de derecho democráticos e igualitarios¹⁹. Pero, porque el ciudadano participa del proceso de producción de las noticias, debe también estar sujeto a las mismas normas reguladoras de ese quehacer y garantizadoras de los derechos públicos. Ampliar los códigos y recoger en los Estatutos de Redacción este fenómeno contemporáneo puede contribuir a hacer del ciberperiodismo y de la participación ciudadana que le es consustancial, sencillamente, otra forma de periodismo informativo y no un peligro para la supervivencia del mismo²⁰.

— Ser periodista es mucho más que recoger y editar noticias. Es mucho más que conocer una técnica y ejercitarla. Es mucho más que traer y llevar contenidos. Es *praxis* y no sólo *poiesis* y acertar en una reducción a la inversa, según Habermas, es un síntoma del proceso colonizador del mundo de la vida propio de las sociedades tecnificadas contemporáneas. Y es que, quitarle el periodista al periodismo cuenta como una de las más peligrosas estrategias para acelerar la anunciada muerte de la tarea informativa. Por el contrario, insistir en la inevitable constitución profesional de la misión informativa puede resultar una eficaz *maniobra de resucitación*.

La sociedad de la información es, por un lado hija de la posmodernidad, pero por el otro, uno de sus más fecundos vástagos. Es hija, heredera y promotora de las grandes señas de identidad de la posmodernidad, curiosamente consistentes en multiplicar las identidades y someterlas a un proceso insustancial de vaciamiento. El periodismo ciudadano, como

fenómeno típicamente contemporáneo y posmoderno, se alimenta de esta tendencia que gusta de *no distinguir tejidos*. Se abren las puertas y todos pueden ser periodistas porque, ¿qué son los periodistas sino ciudadanos? La herramienta de la difusión masiva es el nuevo don prometeico a los públicos que creen no necesitar del protagonista de la construcción informativa. El periodismo, tan identificado con sus canales, soportes, mecanismos e instrumentos, ha obviado *el quién* que está detrás de toda información. Que esta pretendida apertura del *todos a todo* sea un síntoma de la llamada «democracia informativa», cuando la democracia, al menos hasta ahora, ha necesitado tanto de garantías como de límites, está por ver. Mientras tanto, la prudencia obliga a aprovechar las oportunidades que suponen los públicos periodísticamente activos, pero también a extremar las precauciones ante una posible degradación de la misión profesional y, por tanto, del periodismo informativo y de las mismas garantías democráticas para disponer de una información veraz.

Toda esta reflexión venía a raíz de la faz republicana del periodismo. El periodismo ciudadano al menos puede considerarse como revitalizador del proceso periodístico, enriquecedor de la información y por tanto como singular activo democrático. La virtud cívica, en esta sociedad de la información, consiste no sólo en hacer gala del derecho a la información sino en preocuparse de la autenticidad y de las garantías del mismo. La virtud que compromete al ciudadano con lo público, situada en este nuevo escenario, debe insistir en la mejora de los mecanismos de información, así como en la crítica a los poderes mediáticos, muchas veces más coartadores que garantes del derecho a la información. ¿Por qué no considerar entonces, al menos como una *nota* de la virtud cívica, el compromiso

con la información o el deber de estar informado? ²¹

3. *El periodismo informativo y el ideal deliberativo*

La libertad de expresión en todas sus variantes y la posibilidad de disponer de fuentes de información complementarias y alternativas son ingredientes básicos de todo sistema democrático. La democracia funciona mediante el concurso de los ciudadanos-titulares de la soberanía al menos para otorgar por medio del sufragio la representación de ese poder. Las libertades asociadas a la información satisfacen, en este sentido, que las decisiones políticas de los ciudadanos sean decisiones con contenido, motivadas, informadas, pero libres ante todo. La filosofía política republicana por su parte, y en especial la teoría deliberativa de la democracia ²², vinculan la legitimidad del propio sistema a la existencia de una bidireccionalidad consistente en la participación ciudadana especialmente activa en la resolución de los conflictos políticos: que los ciudadanos se comuniquen, que existan cauces de expresión pública, que esas opiniones lleguen a los políticos y que la política se configure, se vertebralice y así se reactive mediante esta forma más auténtica de manifestación de la soberanía popular ²³.

Se exige así un espacio en el que converja el poder político y la sociedad civil, y en el que también converjan las distintas señas de identidad propias de las sociedades plurales contemporáneas. Y aquí aparece ya la propuesta teórico-normativa de Habermas: que los intercambios comunicativos que se den en ese espacio convergente, intercambios de los que depende el *músculo* de la acción política, se establezcan mediante prácticas argumentativas racionales. Que sea posible, por tanto, urdir consensos discursivos, ya se sabe, consensos determinados

por las reglas de la pragmática universal. Que se recupere el valor de la palabra y del debate público y que los intercambios lingüísticos, sobre los que los hablantes demuestran cotidianamente su constitución racional, sean ahora los que vertebran un espacio público como el que requiere la deliberación democrática ²⁴. Y ahí va cuestión que nos afecta: ¿contribuyen los medios de comunicación, en concreto la producción informativa del periodismo, a acelerar la construcción de ese espacio público *deliberativo* ²⁵, o por el contrario son la constatación más hodierna del anquilosamiento de una democracia que entiende el acuerdo en términos instrumentales de negociación y es, por tanto, incapaz de dar un paso más allá en términos normativos?

Que los medios de comunicación puedan contribuir a recorrer el tránsito que va del ser actual del espacio público al concepto normativo postulado por Habermas depende de la capacidad de estos para fomentar espacios de deliberación y ayudar así a construir la opinión pública ²⁶. Avanzamos ya alguna conclusión del autor no precisamente optimista en este sentido:

La red de comunicaciones de los medios de comunicación de masas, tejida de forma cada vez más espesa, está hoy en día organizada de tal modo que, a pesar de que la técnica representa técnicamente un potencial de liberación, sirve más para controlar la lealtad de una población despolitizada, que para someter los controles estatales y sociales (...) a una formación discursiva y descentralizada de la voluntad ²⁷.

Pero, vayamos más atrás para entender las nociones de opinión pública y de espacio público en Habermas ²⁸. El término utilizado, *Öffentlichkeit*, abarca un campo semántico similar a nuestra «publicidad» y se refiere a la existencia del espacio donde tal publicidad tiene cabida. *Historia y crítica de la opinión públi-*

ca, publicado en 1964 se presentó como estudio histórico-teórico de las distintas concepciones del concepto de «lo público». Y en él, Habermas repasa en la evolución semántica de este concepto que sirve, en un primer momento, como fundamento teórico a la crítica al absolutismo propia de las revoluciones burguesas, para pasar después a significar el paso del concepto «burgués» al concepto «ciudadano». Esta indagación en la genealogía de la comunicación pública moderna advierte de la importancia que desde el primer momento adquieren los periódicos que, junto con los clubes, salones y cafés, se presentan como esferas privilegiadas para la transmisión de las inquietudes civiles y de las necesidades privadas a los poderes públicos. Los medios, que desempeñaron un papel esencial entonces, en las últimas décadas han contribuido a la deformación de la concepción del espacio público requerida por la democracia deliberativa. Y de hecho, la opinión pública en la actualidad no es sino, en palabras del propio Habermas, una *ficción del Estado de derecho*²⁹ no identificable con el comportamiento real del público cuyas opiniones son siempre plurales, variadas y tan vitales como ahogadas por los sistemas económicos y político-administrativos.

La esfera pública es el conjunto de aquellos espacios libres de interferencia estatal dejados a una espontaneidad propia de la sociedad civil y no regulada ni por los poderosos ni por los medios de comunicación³⁰. Centro y periferia, como un *modelo de esclusas aplicado al sistema político*, están llamados a distinguirse y a condicionarse. Si el centro está ocupado por las altas esferas del poder, la periferia lo está por amplias esferas de grupos ciudadanos o de asociaciones capaces de conformar e impulsar la opinión del público y capaces también de influir decisivamente en las operaciones del

*centro*³¹. Ese centro, es decir, el espacio público deliberativo debe ser³² un espacio abierto a todos sin restricciones ni censuras. Además, las cuestiones sometidas a discusión tienen que ser cuestiones públicas. Este espacio lo es, también, si triunfa, mediante la argumentación racional y discursiva, el mejor argumento y si aparece nítidamente la distinción entre quienes opinan y el medio a través del cual lo hacen.

El escenario público, copado y protagonizado por altas dosis de presencia e influencia mediática e incluso los nuevos espacios públicos alternativos, desarrollados a partir de las nuevas tecnologías y de los nuevos soportes informáticos, merecen ser pensados en esta clave deliberativa. Pues bien, estos espacios públicos generados por los medios cumplen con radicalidad el acceso de todos en condiciones simétricas, especialmente en el caso del espacio digital, máxime ahora cuando se impone la alfabetización en las TIC's que cada vez más amplía el censo de *ciudadanos navegantes*.

Sobre las cuestiones relativas al mejor argumento, es decir sobre la capacidad de los medios para provocar reflexiones guiadas por una racionalidad comunicativa, el periodismo actual lo tiene más difícil. La reducción de los espacios destinados a los artículos y a la opinión política *de altura*, el triunfo de la imagen y la pérdida de razonamiento del *Homo videns* que, según Sartori³³ certifica el final de la reflexión política y por tanto de una ciudadanía competente, así como la inmediatez e instantaneidad, como las señas de identidad de los mensajes *online*, dificultan enormemente este reto. Pero qué duda cabe que, al menos Internet, y su increíble capacidad para disponer y expandir información, pone el soporte necesario para una posible deliberación plural y global. Un optimismo, esta vez, compartido por el propio Habermas:

La world wide web parece compensar las debilidades del carácter anónimo y asimétrico de la comunicación de masas, toda vez que permite que se reinstalen elementos interactivos y deliberativos en un intercambio no reglamentado entre compañeros y colaboradores que se comunican entre sí virtualmente, pero en pie de igualdad (...) Internet (...) ha reanimado la figura históricamente periclitada de un público igualitario de participantes en la conversación y de compañeros epistolares que se escriben y se leen³⁴.

Y por último, al menos desde McLuhan, resulta difícil distinguir mensaje de medios, productores de opinión y medios o líneas editoriales patrocinados... Resulta difícil, en suma, garantizar la independencia. Aun así, la multiplicidad de empresas informativas, de páginas webs, de cabeceras locales, regionales, nacionales e internacionales, favorecen que una opinión, venga de donde venga, pueda tener lugar. Pues bien, la situación monopolística en ningún caso favorece esta disposición mediática a constituir un nuevo espacio público con tintes deliberativos. Si lo es, y sí lo favorecen las normas que, decididas y constituidas por todos los protagonistas del proceso informativo y ratificadas por los procedimientos democráticos de legalidad, garantizan la independencia de los profesionales en las empresas informativas y, llegado el caso, frente a ellas según lo regula la legislación sobre la cláusula de conciencia (Ley Orgánica 2/1997, de 19 de junio).

Ahora bien, parece que la cuestión clave, como por otra parte sucede con todo ideal regulativo, reside en la traducción política concreta de la conjunción buscada entre la representación democrática (que ocupa los aparatos de poder) y la participación ciudadana requerida, por cierto, tan extensa como intensa. O lo que es lo mismo, ¿cómo puede articularse democráticamente esa vinculación entre las instituciones del Estado democrático y la opinión pública? Uno de estos cauces ar-

ticuladores, junto con los mecanismos (formales e informales) de participación, junto con el nombramiento de agentes sociales colectivos que favorezcan la integración y la participación, y junto con la disposición cívica activa, es la producción mediática de información. Interesante resulta, por tanto, la contribución de los *mass media* al ideal deliberativo al ser productores y, en gran medida responsables, de la realidad social conocida por el ciudadano³⁵.

Y aquí, en esta exigencia de la democracia deliberativa que considera a los medios como auténticos mediadores entre poder y opinión pública, parecen converger las vertientes liberales (los ciudadanos necesitan información para saber, conocer y elegir) y las republicanas (los medios de comunicación pueden ser los nuevos canales de participación cívica y un uso correcto de los mismos así como el aprovechamiento de las nuevas tecnologías favorecen una de las formas contemporáneas de entender la virtud cívica)³⁶.

La clave de todo ello, insistimos, es que sólo los medios pueden ser mecanismos de revitalización democrática si ejercen su labor *pontifical* y no son, por el contrario, sistemas constituidos por la racionalidad estratégica responsable del proceso colonizador del *mundo de la vida*. Y este es el profundo cambio que Habermas constata y del que ya hemos hablado: de la vocación emancipadora con la que los medios y la información se produce en tiempos de las conquistas liberales, a la estrategia colonizadora cuyos imperativos de racionalidad sistémica e instrumental se imponen sobre las capacidades dialógicas de los sujetos sociales. Habermas reconoce que esa doble naturaleza que se ha fraguado a lo largo de su historia persiste actualmente en el periodismo informativo ya que los medios se muestran, a la vez, con un poten-

cial autoritario y emancipador³⁷, como si los medios de comunicación fueran presos de las mismas contradicciones de la modernidad.

Por eso proponemos que, de la misma manera que Habermas admitió que la autonomía de la razón, como la gran conquista de la modernidad, no podía tener vuelta atrás (y por eso propone su *razón comunicativa* como una prolongación de aquel proyecto inacabado) pueda asumirse que el proyecto de la modernidad política para los medios de comunicación también, y de qué manera, es un proyecto todavía en ciernes. Aceptado lo cual se podrá insistir en el potencial emancipador que ha marcado el devenir de los propios medios de comunicación y del periodismo informativo, en la medida en que conllevan apuestas decididas a favor de la libertad, de la eliminación de la censura y de la múltiple disposición de argumentos. Una insistencia que, por cierto, será tanto más decidida cuanto más eficaces sean los procedimientos de identificación de las derivas mediáticas más tentantes a la colonización.

¿Cuáles pueden ser esas tendencias periodísticas *colonizadoras* del mundo de la vida que pueden hacer de los medios de comunicación y de la información servida en ellos, una nueva «jaula de hierro» según la célebre expresión weberiana? Apuntamos sólo algunas:

— La propia estrategia del positivismo informativo que orienta toda tarea informativa a lo «objetivamente dado», esto es, a los hechos. «Los hechos son sagrados, las opiniones libres» es el lema de una concepción periodística que desea consagrarse como ciencia siguiendo la pauta de aquellos *saberes duros* cuya verdad depende de la verificación empírica de sus enunciados. Y el lema que cercena la profesionalidad periodística en aras de una neutralidad que, por imposible, resulta siempre sospechosa.

— La espectacularización a la que se someten las informaciones para incrementar los índices de audiencia o la estrategia del periodismo que trata de buscar hechos que atestigüen las teorías previamente mantenidas para servir a intereses ideológicos o empresariales. Una y otra tendencia incapacitan a la información periodística para ser vocero de un deber ser, reduciéndola a no ser más que noticia sobre lo que hay e incrementando todavía más la influencia de los poderes públicos y de las instituciones al ahogar, desde la ubicua presencia y magna influencia de los medios, toda iniciativa social de cambio desde la perspectiva de la discusión racional³⁸. En este sentido las estrategias de constitución y establecimiento de la agenda mediática deben reflejar las opiniones públicas del mundo de la vida y disponer, además, de los mecanismos adecuados como encuestas o *pulsómetros* así como de una especial sensibilidad profesional para detectar los argumentos racionales que los públicos sostienen³⁹. Esta es también la tesis de Ibarra e Idoyaga:

Si los medios contribuyen a que en la ideología democrática se sustituya la participación social por la del ciudadano miembro de la Opinión Pública, lo pueden hacer en la medida en que ellos aparezcan como representantes de tal Opinión Pública y, en consecuencia, como instrumentos de control sobre el sistema político. Y no se trata sólo de una falacia; los medios tienen también intereses de poder específicos, propios, que se materializan precisamente en su capacidad para imponer al sistema representativo (o al menos negociar con él) temas prioritarios y agenda política⁴⁰.

— La constitución empresarial de los medios de comunicación cuando los departamentos confunden sus respectivas racionalidades, sobre todo a favor de la estratégica⁴¹. Cuando todo se sacrifica en función del beneficio que, en el extremo, desvitaliza la racionalidad comu-

nicativa, los medios de comunicación no sólo ayudan a la disminución del espacio público y al *ahormamiento* de la opinión pública, sino que, además, se constituyen en los mecanismos más demoledores y peligrosos para la emancipación buscada.

— Algunas de las estrategias del *periodismo ciudadano* que confunde profesión con instrumentos, con canales, con mecanismos o con el manejo de ciertas técnicas y que provee de información a raudales y propugna la conversión de la *praxis* periodística, ya lo hemos dicho, en *poiesis*, reduciendo el éxito de toda acción humana al resultado, al *know how*, y dificultando la discriminación de la calidad de los contenidos, no digamos nada del *mejor argumento*.

4. Conclusión

La construcción de una opinión pública consistente y racional⁴², el diseño de espacios públicos de deliberación que re-

claman altas dosis de virtud cívica para una sociedad civil activa y comprometida y, sobre todo, la confianza en el valor de la palabra y de la discusión como las nuevas manifestaciones de apuesta por la razón, precisan de medios de comunicación capacitados que provean a los ciudadanos de la información requerida para una deliberación fructífera, de medios de comunicación canalizadores e intermediarios entre las esferas centro-periferia y de medios de comunicación convertidos en nuevos espacios públicos garantes de una opinión pública distinta de la opinión *publicada*, aunque enriquecida por ella. Es vital, a nuestro modo de ver, descubrir que no se trata de exigencias mediáticas de las que se pueda prescindir si no se comparte el programa deliberativo para la democracia. Sino que son, precisamente, objetivos que el periodismo informativo debe alcanzar⁴³ aunque, indudablemente, tomen la forma de ideales regulativos que advierten de la provisionalidad de cualquier meta conseguida.

NOTAS

¹ Cortina, A., «Ciudadanía activa en una sociedad mediática», en Conill, J. y González, V. (coords.), *Ética de los medios: Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*, Barcelona, Gedisa, 2004, 14. De hecho, la democracia liberal puede entenderse como la solución institucional a los problemas de compatibilidad entre ámbitos históricamente enfrentados: la democracia (que se sitúa del lado de los hechos y de la historia y que habla de soberanía popular) y el liberalismo (que lo hace del lado de las ideas y de los principios y que se define por el reconocimiento de los derechos individuales) según la opinión del sugerente e instructivo capítulo de Ovejero, F., «La democracia liberal», en Arteta, A. (ed.), *El saber del ciudadano*, Madrid, Alianza, 2008, 263-290.

² Cf. Peña, J., «El ideal de la democracia republicana» en Arteta, A., *op. cit.* (ed.), 292. Es evidente que la noción de ciudadano no es una patente de la tradición republicana. De hecho, Cortina distingue al menos cinco nociones relacionadas con cinco tradiciones de filosofía política: liberalismo, republicanismo, comunitarismo, socialdemocracia y multiculturalis-

mo-cosmopolitismo. Puede verse un resumen de la aportación de cada una de estas tradiciones a la noción de ciudadanía mediática en Cortina, *op. cit.*, 12-15 o, más ampliamente en Cortina, A., *Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*, Madrid, Alianza, 1997, sobre todo para ver las dimensiones de la ciudadanía. Y, *Ciudadanos como protagonistas*, Barcelona, Galaxia Gutenberg/Círculo de Lectores, 1999, donde se reconoce que la ciudadanía es el tema estrella de las últimas décadas de filosofía moral y política.

³ El republicanismo es una teoría crítica del liberalismo. Pues tal concepción teórica y todas las demás propuestas antagónicas a la liberal son caracterizadas por Rorty así: «*la línea crítica que, procedente de Hegel, llega hasta los críticos contemporáneos del liberalismo es historicista, comunitaria y antiindividualista. Estos críticos arguyen que la aspiración iluminista a ver a cada persona, hombre o mujer, como completa en sí misma en lo que respecta a la moral, dotada de una naturaleza moral por la sencilla razón de su pertenencia a la especie y sin referencia a una situación*

histórica, es responsable de haber producido alarmantes fenómenos como el “hombre económico” y la hegemonía de la razón técnica». Rorty, «La prioridad de la democracia sobre la filosofía», en Vattimo, G. (comp.), *La secularización de la filosofía. Hermenéutica y posmodernidad*, Barcelona, Gedisa, 2001, 34.

⁴ Peña, *op. cit.*, 297. Se recuerdan así, en páginas anteriores a la citada, las tesis de Aristóteles: *un sujeto libre vive como quiere*, o las de Marx: *un hombre libre es aquel que vive sin permiso*, o la traslación a lo público que Spinoza hace de la fórmula del Derecho Romano acuñada para el ámbito privado: *ser libre es ser sui iuris*. Esta dimensión de la autonomía tiene su traducción política en el autogobierno, una traducción que el liberalismo, en principio, no contempla: «sólo quienes se gobiernan a sí mismos pueden permanecer iguales y verse libres de la dominación ajena», 301.

⁵ Peña, *op. cit.*, 309.

⁶ Cf. Peña, J., «La democracia en su historia», en Arteta, A. (ed.), *op. cit.*, Madrid, Alianza, 293: «La experiencia histórica de las instituciones republicanas y la literatura en torno a ellas aportan un modelo normativo de democracia, que puede ser invocado para criticar la democracia liberal tal y como se ha desarrollado efectivamente y reclamar otra más plena y auténtica».

⁷ Los partidarios de esta dimensión democrático-republicana del periodismo argumentan, «that liberalism's historical bequest to journalism has been "a persuasive individual autonomy which has had serious negative consequences that the role of the press in providing information to facilitate self-government should be relegated to a secondary position. Instead of taking this role, the press should be playing an important part in "civic transformation"; journalists should emphasise the "common good" over individual rights; and the underlying and universal guiding principle for journalism should be "the sacredness of human dignity"». Richards, I., *Quagmires and quandaries. Exploring journalism ethics*, Australia, UNSW Press, 2005, 11.

⁸ «Quizá haya que entonar en primer lugar un mea culpa para analizar las causas de esa reacción que puede tener su origen, en cierta medida, en la decaimiento, por parte del periodismo clásico, de unas funciones básicas e irrenunciables que tienen que ver con su responsabilidad social (...). El periodismo ciudadano nace, en efecto, como un afán del público de participar activamente en la conformación de la realidad que a diario realizan los medios (...) Como antecedente cabe citar la mayor interacción entre medios y público que trajo consigo la aparición de los medios on line durante la década pasada. La información deja de fluir en un sentido unidireccional, como teníamos asumido desde Laswell, para pasar a ser una comunicación bidireccional e incluso multidireccional». Salvat Martinrey y Paniagua Santamaría, «¿Es esto periodismo ciudadano?», en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, n.º 13, 2007, 227. Por cierto que el

periodismo ciudadano, como reclamación de un nuevo periodismo que transforma radicalmente las estructuras de los medios de comunicación para hacerlas más democráticas y descentralizadas, comienza a tener cobertura teórica a partir de la obra de Dan Gilmor: *We the media: Grassroots Journalism by the people, for the people* «Grassroots journalism is part of the wider phenomenon of citizen-generated media-of a global conversation that is growing in strength, complexity, and power. When people can express themselves, they will. When they can do so with powerful yet inexpensive tools, they take to the new-media realm quickly. When they can reach potentially global audience, they literally can change the world», escribe el autor al comienzo de su libro: Gilmor, D., *We the media: Grassroots Journalism by the people, for the people*, Sebastopol, O'Reilly Media, 2006, 15.

⁹ Esta reivindicación del acceso de la ciudadanía al proceso de producción de las noticias, «afecta de modo directo a diferentes campos de la actividad periodística: la naturaleza del periodismo, la capacitación profesional del reportero, la labor con las fuentes de información, la estructura y organización de la empresa informativa, la preceptiva de los géneros periodísticos y la deontología periodística». Maciá Barber, C., «No todos somos ya periodistas. Un análisis de la utopía del periodismo ciudadano desde la perspectiva del reportaje interpretativo», en *Estudios sobre el mensaje periodístico* n.º 13, 2007, 123.

¹⁰ Puede verse en Varela, J., «El asalto de los medios sociales» en *Cuadernos de periodistas*, n.º 0, 2005, 18-32. Por cierto que, el entorno tecnológico en el que se va a desarrollar el periodismo ciudadano no es algo circunstancial para el propio fenómeno, según explican, sino que constituye la misma infraestructura. En esta realidad tecnológica y en las circunstancias psicológicas y sociológicas específicas de esta era se apoya esta tendencia de, «una mayor cantidad de usuarios dispuestos a convertirse en periodistas», 233. Pues bien, lo realmente inquietante de esta cuestión, concluyen los autores es decidir si, «es periodismo o no» Salvat-Paniagua, *op. cit.*, 244.

¹¹ Otras clasificaciones posibles pueden verse en Salvat-Paniagua, *op. cit.*, 237ss.; también Maciá, *op. cit.*, 128ss., toma de Steve Outing once estratos que, en importancia creciente, pueden estructurar las aportaciones periodísticas de la ciudadanía, y estos van desde los comentarios del destinatario en relación al mensaje o la adición de contribuciones ciudadanas que complementen un relato elaborado por el periodista, pasando por el blog ciudadano incardinado en una sección o a título personal o la confección de un portal independiente confeccionado por completo por el reportero-ciudadano o con noticias elaboradas por la comunidad, hasta el curioso *periodismo wiki* en el que cualquier persona escribe un relato y cualquiera puede modificarlo. Además, este mismo artículo recoge las aportaciones del libro de Shayne Bowman y Chris Willis donde se distingue entre periodismo participativo

y periodismo ciudadano. Mientras que el primero se define como el papel activo del ciudadano en el proceso de recogida, análisis y difusión de noticias e información, la esencia del segundo consistiría más bien en la formación de la opinión pública mediante la intervención de los actores sociales en el proceso de la información (cf. 128). Es una distinción interesante aunque, como vamos a ver, el juicio sobre la validez o no de tales prácticas como profesionales del periodismo, tiene, en nuestra opinión, el mismo veredicto.

¹² La red —se pregunta Lee Siegel— ¿está concediendo poder a nuevas voces o realmente está ahogando las voces disidentes en aras de la libertad de expresión? ¿Es un servicio a la democracia? ¿O se están pervirtiendo los valores democráticos con el abuso de los principios democráticos?, Siegel, L., *El mundo a través de una pantalla. Ser humano en la era de la multitud digital*, Barcelona, Tendencias Editores, 2008, 20. Y es que, «como todas las tecnologías reveladoras, Internet es una bendición evidente y una maldición no tan palpable», 28.

¹³ Citado por Siegel, *op. cit.*, 34.

¹⁴ «¿Qué me hubiera dicho usted, si yo le hubiera contado hace diez años que pronto llegaría un momento en el que cualquiera que tuviera algo que decir, no importa lo vulgar, insultante o calumnioso que fuese, lo podría transmitir de forma impresa a millones de personas? (...) ¿Y si le hubiera dicho que cualquiera que critique un aspecto u otro de esa situación es inmediatamente acusado de ser un antidemocrático y un elitista, así como alguien amenazado por el cambio y patéticamente regresivo? (...) Lo que estaba describiendo es el mundo surrealista de la Web 2.0, en el que la retórica de la democracia, la libertad y el acceso es a menudo una tapadera para una oratoria antidemocrática y coercitiva; un mundo en el que las ambiciones comerciales se disfrazan con la piel de borrego de los valores humanistas, y en el que, irónicamente, la tecnología ha dado la vuelta al reloj para pasar del disfrute desinteresado del arte superior y popular a una cultura primitiva de intereses personales burdos y avaros». Siegel, *op. cit.*, 139-140.

¹⁵ Y ahí están algunas de las más importantes innovaciones de los últimos años que tratan de vehicular esta participación ciudadana: La sección «Yo periodista» en la página web de *El País*, «Ciudadano M» en *El Mundo* (aunque más bien como *periodismo participativo*), «Periodismo Ciudadano», en *El Correo Gallego o Cámara abierta* en La 2. Lo cual no avala, sin más, todo lo que presupone de desprofesionalización periodística. Puede verse una crítica muy fundamentada a los eslóganes propios del periodismo ciudadano así como una apuesta por el periodismo profesional, el de titulación y colegialidad, en Real Rodríguez, E.; Agudiez Calvo, P. y Príncipe Hermoso, S., «Periodismo ciudadano versus periodismo profesional: ¿somos todos periodistas?», en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, n.º 13, 2007, 189-212. Especialmente 190-193. Pueden verse también las aportaciones de

Martínez Solana, Y., «Luces y sombras del periodismo ciudadano: actitud frente a un fenómeno imparable», en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, n.º 13, 2007, 145-155.

¹⁶ Las filosofías del lenguaje ancladas en el paradigma epistémico de la conciencia han insistido en presentar la comunicación precisamente desde este punto de vista de la intencionalidad del emisor. Así, el éxito del intercambio comunicativo depende de que la intención comunicativa de este sea captada por el receptor en virtud de la cual haga aquello que el hablante desea. Parecía que autores como Grice accedían a comprender el intercambio comunicativo no sólo desde el postulado de la intencionalidad sino también desde la constatación de la influencia del hablante en su interlocutor. Es evidente la importancia de esta comprensión analítica para el análisis mediático: las publicaciones con testimonios e investigaciones avzadas pretenden transformar las convicciones y creencias de los públicos pero también reforzarlas, como veremos que advierten las teorías de la opinión pública. Sin embargo, el proceso queda incompleto hasta que no se compruebe la correlación entre los efectos propuestos y los efectos producidos. Probablemente para el primer análisis nos sirven las informaciones publicadas y las investigaciones realizadas. Mas para ese segundo camino de vuelta, los estudios mediáticos tendrán que acceder a la interdisciplinariedad de trabajos sociológicos o psicológicos y al diseño de mecanismos de participación de los públicos como es el periodismo ciudadano. El especialista francés Charadeau, a este respecto de tratar de comprender la adaptación entre los efectos pretendidos y los realmente conseguidos, reconoce que los medios deberían examinar tal grado de satisfacción planteándose las siguientes preguntas: «¿Qué efecto se busca cuando se quiere informar y a qué tipo de destinatario se dirige este acto? (...) ¿de qué medios dispone el informador para conocer estas características del receptor? ¿Tendrá una información el mismo efecto cuando se inscribe en un dispositivo privado como lo es la información confidencial que cuando se inscribe en uno público? ¿Se controla una información cuando es recibida, recuperada y luego retransmitida fuera del dispositivo inicial (lo que se conoce con el nombre de filtraciones) y no se producirán en ese caso efectos no previstos de rumor? Charadeau, P., *El discurso de la información*, Barcelona, Gedisa, 2004, 46.

¹⁷ La mejor forma de controlar la red, escribirá Castells, es no entrar en ella. Para los retos así como para una reflexión sobre las amenazas de Internet, sigue siendo útil como aproximación a tal fenómeno la obra de Castells, M., *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, Madrid, Alianza, 1997.

¹⁸ Claro que cuando Vattimo escribe esto está pensando sólo en el auge de la TV: «Todo, mediante el uso de los nuevos medios de comunicación, sobre todo la televisión, tiende a achatarse en el plano de la contemporaneidad y de la simultaneidad, lo cual produce

la deshistorización de la experiencia». Vattimo, G., *El fin de la modernidad*, Barcelona, Gedisa, 1987, 17.

¹⁹ Juan Varela recoge en su blog algunas de las oportunidades de un periodismo así considerado que resumimos en las siguientes: Refleja la necesidad de un nuevo periodismo más participativo y con criterio social. Se trata de medios abiertos para una economía del enlace que genere más valor del que captura. El periodismo y los medios se comprenden así como un proceso informativo, personal y social para la ciudadanía 3.0 y para las identidades de dominio público más allá del producto acabado y cerrado. Se dispone así de medios distribuidos en negocios distribuido. Es un síntoma del fin de la centralización y de cómo los contenidos se independizan de su soporte. Se precisan redacciones más pequeñas y eficientes, orgánicas, flexibles, conectadas, abiertas y multimedia. De esta manera se requerirán nuevos periodistas con las habilidades imprescindibles de siempre y las nuevas (tecnología, gestión participación, multimedia, transparencia, etc.). Los medios son considerados como plataformas, como herramientas donde la información se use y procese por el público. Aparecen así, nuevas formas de propiedad centradas en la responsabilidad social y el dominio público. Se trata, otra vez, del modelo de la influencia de Philip Meyer y del modelo de transmisión ritual de James Carey fortalecido por el software libre y por la cultura participativa de Internet. Para identificar nuevos modelos de rentabilidad, de la gratuidad y del periodismo como servicio. Puede verse en: <http://periodistas21.blogspot.com/2008/10/un-nuevo-modelo-de-negocio-para-la.html> o más ampliamente en *op. cit.*, 18-32 o en «Ciberdiarios de opinión», en *Cuadernos de periodistas*, n.º 5, 2005, 27-32.

²⁰ Jay Rose, profesor de periodismo en la Universidad de Nueva York, es quizás el impulsor más voluble del «periodismo ciudadano», al que considera la consumación de la promesa de la *blogosfera* social. Rosen ha emprendido una iniciativa al estilo blog llamada Asignación Cero, en la que cualquiera, periodista o no, puede publicar un artículo de investigación. Rosen llamó a esto «suministro masivo». Cf. Siegel, *op. cit.*, 132ss. Parece paradigmático el caso de *Ohmynews* diario electrónico en línea de Corea del Sur fundado en el año 2000 por el periodista Oh Yeon Ho. El proyecto, que tiene ediciones en inglés, coreano y japonés, es considerado uno de los hitos de este *periodismo participativo, periodismo ciudadano* y que incluso se ha llegado a llamar *periodismo democrático*, y se encuentra entre los sitios de Internet más visitados de su país. La idea central de este medio de comunicación es que los propios lectores sean los autores de las noticias. Para ello, *OhmyNews* tiene desarrollado un sistema de registro que le brinda al lector la posibilidad de enviar y leer sus noticias. Ahora bien, el diario cuenta con un equipo de redacción llamado «*News Guerrilla*» que revisa, edita, y en caso necesario, pide complementar e incluso rechaza las

colaboraciones enviadas por los *periodistas ciudadanos* (nombre que el proyecto les da a los lectores registrados). La utopía va tomando tierra desde el momento en que hay un filtro profesional que da salida, completa o corta la difusión pretendida. Al menos ese instrumento de control no está controlado por los propios ciudadanos, sino por periodistas que vuelven a poner en juego su criterio profesional para otorgar carta de ciudadanía periodística, y nunca mejor dicho, a las contribuciones de los actores sociales. Pueden verse algunos artículos sobre este portal como una plataforma de periodismo ciudadano en su propia web, en concreto en la siguiente dirección: http://english.ohmynews.com/english/eng_section.asp?article_class=8.

²¹ Una referencia a esta necesaria educación cívica en la comunicación mediática puede verse en Tucho, F., «La educación en la comunicación: la formación crítica de la ciudadanía frente a la manipulación», en Aparici, R.; Díez, A. y Tucho, F. (coords.), *Manipulación y medios en la sociedad de la información*, Madrid, Ediciones de la Torre, 2007, 213-237.

²² El modelo deliberativo, según Habermas, «*concede la esfera pública política como un cuerpo o una caja de resonancia para detectar los problemas que afectan al conjunto de la sociedad y, al mismo tiempo, como una depuradora discursiva que en los procesos indómitos de la formación de la opinión filtra las contribuciones a temas relevantes que son informativos y que atañen a intereses generalizables, refleja estas "opiniones públicas" en el público disperso de los ciudadanos y las transmite a las agendas formales de las corporaciones competentes*» Habermas, J., *¡Ay Europa!*, Madrid, Trotta, 2009, 141. Pues bien, en este sentido, «*las personas —explica Camacho— asumen, por medio del consumo cultural de la oferta informativa noticiosa, una competencia política que coadyuva en la generación de esferas públicas. Esto es, un conjunto específico de roles sociales a través de los cuales los ciudadanos se interesan sobre un hecho de interés público, forman un juicio al respecto y lo expresan (opinión pública), además de que toman decisiones, fiscalizan y controlan, demandan y ejecutan todas aquellas acciones que los lleven a defender intereses comunes en un contexto deliberativo*» Es lo que se ha llamado modelo teórico de ciudadanía comunicativa: Camacho Azurduy, C. A., «Ciudadanía y medios en América Latina», en *Sala de prensa 3*. Puede verse en <http://www.saladeprensa.org/>

²³ Así lo explica Vallespín, «La democracia es inconcebible sin una arena de debate en la que al menos cobre sentido el juego gobierno/oposición y se establezca un continuo proceso comunicativo entre gobernantes y gobernados. Esta arena recibe el nombre de espacio público». Vallespín, F., «Un nuevo espacio público: la democracia mediática», en Arteta, García Guitián y Máziz (eds.), *Teoría política: poder, moral, democracia*, Madrid, Alianza, 2003, 462.

²⁴ Así lo explica el propio Habermas, «*Vivimos en sociedades pluralistas. El proceso democrático de*

toma de decisiones solo puede superar las profundas oposiciones entre las concepciones del mundo y desplegar una fuerza de vínculo legitimadora y que resulte convincente para todos los ciudadanos en la medida en que logre combinar dos exigencias: tiene que enlazar la inclusión, esto es, la participación en igualdad de derechos de todos los ciudadanos, con la condición de que los conflictos de opinión sean dirimidos de una manera más o menos discursiva.» Habermas, op. cit., 133.

²⁵ Argumentos a favor de la deliberación son los siguientes: expresa la autonomía de los individuos, desarrolla las potencialidades de las personas, legitima las decisiones y favorece el consenso. Pero también hay argumentos que ponen a la deliberación en cuestión fundamentalmente apoyados en la imposibilidad práctica de tal procedimiento ya que los temas de tanta envergadura requieren más de expertos y no tanto de públicos de opiniones tan inconsistentes. Más espacio a estas dos vertientes de la deliberación dedica el artículo de Ovejero, F., «Deliberación», en Arteta (ed.), 2008, 179-206.

²⁶ Que no haya una verdad absoluta y que en las sociedades pluralistas la verdad deba emerger de las distintas visiones y perspectivas socio-políticas, implica el valor significativo de la opinión pública y por tanto de la razón en cuanto capacidad de argumentación de personas interesadas en los asuntos de la esfera pública. Es, como explicará Habermas, una visión alternativa a la degradación de la *doxa* griega siempre degradada con respecto a la luz de la verdad que irradiana la *episteme*.

²⁷ Habermas, J., *Teoría y praxis*, Madrid, Tecnos, 1987, 12.

²⁸ Seguimos el orden expositivo propuesto por el artículo citado de Vallespín, op. cit., 462-477.

²⁹ Tal y como se titula el capítulo 24 de Habermas, J., *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, GG mass media, 1994, 261-268.

³⁰ Aquí medios de comunicación no son tanto, «las instituciones mediáticas que conocemos, cuanto una serie de componentes articuladores de la vida social, dentro de los cuales los mass media se insertan junto con otras organizaciones socioculturales, educativas...» Méndez Rubio, A., *Perspectivas sobre comunicación y sociedad*, Valencia, PUV, 2008, 92. Medios de comunicación que son, según Habermas, «mecanismos de descarga que reducen las expensas en comunicación y los riesgos del disenso». Habermas, J., *Teoría de la acción comunicativa II. Crítica de la razón funcionalista*, Madrid, Taurus, 1987, 255. Los cuatro tipos de medios de comunicación distinguidos por Habermas son: medios de control sistémico, es decir, medios desprovistos de dimensión lingüística abierta y que pueden localizarse en el nivel institucional de la sociedad y que fundamentalmente son el dinero y el poder, y las formas generalizadas de comunicación (más próximos al mundo de la vida) basados en un vínculo razonable de confianza mutua y que pue-

den darse en forma de influencia (más unidireccional y por tanto dependiente de la racionalidad estratégica) y el compromiso o grado más alto de comprensión recíproca y de coordinación mutua. Véase también las pp. 260 y 552.

³¹ Para comprender el esquema integrador de todas las entradas y salidas entre las esferas de poder y la sociedad civil, remitimos a Habermas, *¡Ay Europa!*, 165.

³² Vallespín, op. cit., 467-468. «Este principio regulativo del espacio público es uno de los más importantes ya que pone en juego principios tan sagrados para la democracia como el igual acceso a la información, el pluralismo informativo, la participación ciudadana en debates públicos y racionales, la transparencia de la política y su posibilidad de ser sujeta a la evaluación de la ciudadanía etc...», 468.

³³ Cf. Sartori, G., *Homo videns: La sociedad tele-dirigida*, Madrid, Taurus, 1998, 71-72.

³⁴ Habermas, *¡Ay Europa!*, 156.

³⁵ Proponemos la definición de José Luis Dader sobre la formación de la *opinión pública* a la que contribuyen los medios de comunicación: «La opinión pública sería como un haz luminoso del cañón de luz de una sala de teatro caprichosa o aleatoriamente desplazado por el espacio de la sala, ora entre los espectadores, ora por el escenario (...) La opinión pública sería en cada momento esa imagen recortada sobre la que eventualmente converge toda la atención lumínica. La opinión pública como proceso sería la suma de esos momentos iluminados». Dader, J. L., «Las teorías contemporáneas» en Muñoz Alonso, A.; Monzón, C. y Rospir, J. I. (eds.), *Opinión pública y comunicación política*, Madrid, Eudema, 1990, 211.

³⁶ Dos vertientes relacionadas con esa clasificación de los medios que hace Habermas y que le lleva a diferenciar la dimensión de la influencia y la del compromiso. Lo hemos tratado en notas a pie de página anteriores. «Así como con la distinción entre sistema y mundo de la vida la teoría de la acción comunicativa concede a la legalidad propia de la interacción socializadora la importancia que merece, también con su distinción entre dos tipos contrarios de medios de comunicación nos capacita para percibir el ambivalente potencial de la comunicación de masas.» Habermas, *Teoría de la acción comunicativa II*, 551.

³⁷ Cf. Habermas, *Teoría de la acción comunicativa II*, 553-554. «Los medios de comunicación liberan los procesos de comunicación de la provincialidad que suponen los contextos limitados en el espacio y en el tiempo y hacen surgir espacios de opinión pública (...). Estos espacios públicos creados por los medios jerarquizan el horizonte de comunicaciones posibles a la vez que le quitan sus barreras; el primer aspecto no puede separarse del segundo, y en ello radica la ambivalencia de su potencial.» 552.

³⁸ Esta capacidad para la *fabricación del consenso*, al decir de Lipmann, ha llevado a confundir la producción informativa con estrategias de propaganda inte-

rriorizadas de forma tan natural que, «la gente que trabaja en dichos medios, y que con frecuencia actúa con absoluta integridad y buena voluntad, son capaces de autoconvencerse de que eligen e interpretan las noticias de una manera “objetiva” y sobre la base de unos nuevos valores profesionales». Chomsky, N. y Herman, E., *Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*, Barcelona, Crítica, 2005, 22.

³⁹ Cf. Habermas, *¡Ay Europa!*, 134. La esfera pública debe responder, también ante los medios sobre su vitalidad discursiva, esto es, sobre su capacidad de reflejar las opiniones públicas existentes y las registradas por métodos como los demoscópicos, teniendo en cuenta que las últimas reflejan opiniones latentes sin depurar mientras que la primeras se han generado desde la discusión y la deliberación.

⁴⁰ Ibarra, P. e Idoyaga, P., «Racionalidad democrática, transmisión ideológica y medios de comunicación», en *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, n.º 5, 1998, 64. Vuelve a aparecer aquí la fecundidad de las teorías de la *agenda setting* o de la espiral del silencio de Noelle-Neumann. «De esta manera —explica Raúl Garcés— la comunicación de masas haría una significativa contribución al control social amplificando climas, corrientes de opinión, estereotipos o ficciones de opinión pública que se anuncian como mayoritarias y a la vez se sugieren como triunfantes y correctas (...) los medios contribuyen a la creación de nuestras imágenes del mundo.» Garcés Gorra, *op. cit.*, 59. Se hace cargo Garcés de los prometedores estudios sobre una especie de segundo nivel de agenda, una influencia mediática consistente no tanto en la disposición de unos temas privilegiados frente a otros, sino en la provisión a los públicos de esquemas y de marcos (es evidente la influencia de las escuelas psicológicas de la Gestalt) que preparan a los públicos para entender la realidad en correspondencia con los intereses de poder hegemónicos que ellos representan. Se trata del efecto *framing* y también del efecto *priming* o de reactivación. Una exposición didáctica de todas estas teorías, así como de los distintos modelos de los efectos de los medios en las audiencias (modelo hipodérmico del impacto directo y modelo de los efectos mínimos o limitados) puede verse en D'Adamo, O.; García Beaudoux, V. y Freidenberg, F., *Medios de comunicación y opinión pública*, Madrid, McGraw-Hill, 2007.

⁴¹ Aquí apunta una de las críticas que Méndez Rubio, *op. cit.*, 96-97, hace a la excesiva idealidad de la

propuesta habermasiana: «¿Hasta qué punto son dialógicas y democráticas las condiciones de propiedad de los medios? ¿Hasta qué punto son dialógicos y democráticos sus mecanismos de representación de la realidad y sus formas pragmáticas de interacción con la audiencia? ¿Pertenece los medios, en última instancia, a la vida social o a la vida institucional o están a medio camino entre ambas?». Por cierto que en Habermas, *¡Ay Europa!*, 172ss., ya hay una reflexión sobre la situación actual de falta de independencia del sistema autorregulado de los medios de comunicación asumiendo la falta de distancia entre, «los medios y las asociaciones y organizaciones que representan intereses económicos u otro tipo de intereses particulares», 174. Habermas analiza a este respecto el caso de Murdoch y Berlusconi como paradigmáticas situaciones en las que la independencia editorial queda comprometida por las ambiciones políticas de sus dueños, el primero al conseguir descargar el peso de sus líneas editoriales a favor de Thatcher, Bush o Blair, el segundo por aprovechar su patrimonio mediático para alzarle a la presidencia de Italia, «reorganizando la cultura de los medios de comunicación de todo un país en torno a la comercialización populista del entretenimiento despolitizado», 175-176.

⁴² «Tal vez, el tema más importante que emerge de nuestras investigaciones es la íntima conexión de los temas la opinión pública con los procesos de discusión, debate y toma de decisiones colectivas (...) La base democrática del concepto de opinión pública es indiscutible.» Price, V., *La opinión pública. Esfera pública comunicación*, Barcelona, Paidós, 2004, 120.

⁴³ Y es que, los presupuestos deliberativos nos ponen en la pista de los bienes internos de la profesión que, según Cortina, *op. cit.*, 20ss., pueden caracterizarse por un intentar generar una opinión pública madura y responsable sin la que no existe una sociedad pluralista y democrática. «En general, existe una necesidad fundamental de incluir a los medios de comunicación en cualquier teoría de la democracia, pero es todavía más importante en una teoría que requiere, como su elemento esencial, la deliberación, en la esfera pública, de ciudadanos libres e iguales que someten sus opiniones al examen libre y abierto para llegar a razones mutuamente aceptables.» Vázquez Anderson, A., «Más allá de Habermas: la realidad de los medios de comunicación», en *Comunicación y sociedad*, n.º 2, 2004, 248.