



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
SAN ANTONIO  
**UCAM**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA  
COMUNICACIÓN

Departamento de Ciencias de la Comunicación

El periodismo como foro de debate.  
Fundamentos teóricos para una redefinición del  
papel del periodista en el espacio público

**Enrique Arroyas Langa**

Directores de la tesis:  
Dr. D. Carlos Álvarez Teijeiro  
y  
Dra. D<sup>a</sup>. Leonarda García Jiménez

Murcia, mayo 2008

## ÍNDICE

ÍNDICE .....	11
PRÓLOGO .....	17
INTRODUCCIÓN .....	21
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	25
HIPÓTESIS .....	27
OBJETO DE ESTUDIO.....	28
PERSPECTIVA TEÓRICA E INTERÉS DEL PROYECTO.....	28
MARCO TEÓRICO Y DESARROLLO ARGUMENTAL .....	31
<b>CAPÍTULO 1. LA IMPORTANCIA DEL DEBATE PERIODÍSTICO EN LA DEMOCRACIA.....</b>	<b>39</b>
INTRODUCCIÓN .....	39
1.1. LA INFORMACIÓN: UN DERECHO INDIVIDUAL Y UN DEBER SOCIAL.....	43
1.1.1. <i>La misión social del periodismo</i> .....	45
1.1.2. <i>Información y dimensión comunicativa del ciudadano</i> .....	47
1.1.3. <i>La información como bien público</i> .....	50
1.2. EL PERIODISMO, UN ESPACIO PARA LA COMUNICACIÓN POLÍTICA.....	53
1.2.1. <i>El periodista: de mediador a actor participante</i> .....	60
1.2.2. <i>La evolución de los roles del periodista</i> .....	65
1.2.3. <i>Un equilibrista de clase media</i> .....	67
1.2.4. <i>Escenario (no neutral) para el diálogo y la creación de valores</i> .....	69
1.3. EL PERIODISMO Y LOS VALORES CÍVICOS DE LA CIUDADANÍA.....	73
1.3.1. <i>Diálogo, democracia y valores cívicos</i> .....	74
1.3.2. <i>La condición humana de la pluralidad</i> .....	78
1.3.3. <i>Democracia deliberativa y los beneficios de la discusión</i> .....	81
1.3.4. <i>La garantía republicana de la disputabilidad: debate, voz y foro</i> .....	88
1.3.5. <i>Realismo liberal. Debate entre especialistas y sin imposiciones</i> .....	92

1.3.6. *Combinación de individualidad y participación. Mill y Tocqueville* ..... 95

1.3.7. *El precio de la libertad ciudadana*..... 98

## **CAPÍTULO 2. ANTECEDENTES DEL PERIODISMO COMO FORO DE DEBATE..... 101**

INTRODUCCIÓN ..... 101

2.1. LA ILUSTRACIÓN CREA UN PÚBLICO DE LECTORES ..... 103

2.1.1. *Periódicos para el uso público de la razón* ..... 106

2.1.2. *Lectura, conversación y debate político* ..... 109

2.2. LA CRISIS DEL ESPACIO PÚBLICO EN EL SIGLO XIX ..... 110

2.2.1. *La prensa se convierte en un negocio* ..... 112

2.2.2. *Los liberales ante el debate: del elogio al desencanto* ..... 114

2.3. LA PRENSA SE AUTOEVALÚA EN LOS COMIENZOS DEL SIGLO XX..... 118

2.3.1. *Park: el periodismo, al rescate del ciudadano* ..... 121

2.3.2. *Dewey y Lippmann: dos visiones del periodismo* ..... 125

2.3.3. *Cooperación y especialización: una síntesis de Dewey y Lippmann* ..... 140

2.4. LA TEORÍA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL PERIODISMO ..... 144

2.4.1. *La conexión periodistas-público-comunidad* ..... 145

2.4.2. *El intercambio libre de ideas es la base de la democracia*..... 146

2.4.3. *Aciertos y críticas*..... 148

## **CAPÍTULO 3. EL PERIODISMO EN LA POSMODERNIDAD..... 151**

INTRODUCCIÓN ..... 151

3.1. LA POSMODERNIDAD EN EL ESPACIO PÚBLICO..... 154

3.1.1. *El ataque a la razón y a los valores burgueses*..... 156

3.1.2. *Fragmentación y trivialización de lo público* ..... 158

3.2. CONSECUENCIAS DE LA POSMODERNIDAD EN EL PERIODISMO..... 160

3.2.1. *El periodismo, un anexo del entretenimiento* ..... 162

3.2.2. *La sociedad desinformada de la información* ..... 165

3.2.3. *El debate político-periodístico en la cultura de la polémica* ..... 168

3.2.4. *La búsqueda de sentido en fragmentos* ..... 173

Índice	13
3.3. LA TEORÍA DE HABERMAS PARA RECUPERAR EL DIÁLOGO .....	177
3.3.1. <i>El espacio público como una red de opiniones enfrentadas</i> .....	179
3.3.2. <i>La deformación de la opinión pública en el capitalismo</i> .....	182
3.3.3. <i>Razón comunicativa en el mundo de la vida</i> .....	186
3.3.4. <i>Potencial emancipador de los medios: razón y sentido</i> .....	188
3.4. LA VÍA DE RORTY: UN PERIODISMO PARA LA POSMODERNIDAD .....	192
3.4.1. <i>Críticas a Habermas</i> .....	193
3.4.2. <i>Posmodernismo liberal burgués con rostro humano</i> .....	196
3.5. PROPUESTAS DE RENOVACIÓN DEL PERIODISMO .....	201
3.5.1. <i>El periodismo es una conversación</i> .....	203
3.5.2. <i>El Periodismo Cívico</i> .....	207
3.5.3. <i>Periodismo participativo, conversación horizontal</i> .....	216
<b>CAPÍTULO 4. EL DESAFÍO DEL CIUDADANO EN EL DEBATE PERIODÍSTICO .....</b>	<b>221</b>
INTRODUCCIÓN .....	221
4.1. REVITALIZACIÓN DE UN ESPACIO PÚBLICO EN CRISIS .....	223
4.1.1. <i>La despolitización del público</i> .....	223
4.1.2. <i>La irrupción del ciudadano en el debate periodístico</i> .....	225
4.1.3. <i>Desmasificación y posperiodismo</i> .....	229
4.1.4. <i>El nuevo espacio público</i> .....	231
4.1.5. <i>Un debate público más democrático</i> .....	233
4.2. LA INFLUENCIA DE INTERNET EN EL DEBATE PERIODÍSTICO.....	238
4.2.1. <i>Participación</i> .....	241
4.2.2. <i>Interactividad</i> .....	243
4.2.3. <i>Perspectivas individuales</i> .....	245
4.2.4. <i>Más crítica</i> .....	247
4.2.5. <i>Cooperación</i> .....	249
4.2.6. <i>Conexión con la ciudadanía</i> .....	250
4.3. LAS DEFICIENCIAS DEL NUEVO ESPACIO PÚBLICO .....	251

4.3.1. <i>La disminución de la interacción casual</i> .....	251
4.3.2. <i>La ‘balcanización’ del debate</i> .....	254
4.3.3. <i>Emoción y velocidad frente a la opinión razonada</i> .....	255
4.3.4. <i>El exceso de información</i> .....	258
4.3.5. <i>La pérdida de protagonismo de los intermediarios</i> .....	260

## **CAPÍTULO 5. LA DIMENSIÓN INTELECTUAL DEL PERIODISMO.. 265**

INTRODUCCIÓN .....	265
5.1. EL PERIODISTA COMO INTELECTUAL .....	267
5.1.1. <i>La relevancia social del trabajo periodístico</i> .....	267
5.1.2. <i>Interpretaciones que dan sentido a los hechos</i> .....	270
5.1.3. <i>El conocimiento en los medios</i> .....	275
5.1.4. <i>La creación interactiva de sentido y sus limitaciones</i> .....	278
5.1.5. <i>El abordaje de la complejidad</i> .....	286
5.1.6. <i>Los roles del periodista en los procesos de construcción de sentido</i> .....	290
5.1.7. <i>La esencia del periodismo: información y pensamiento</i> .....	296
5.2. EL INTELECTUAL COMO PERIODISTA .....	302
5.2.1. <i>Definición de intelectual</i> .....	303
5.2.2. <i>Evolución histórica</i> .....	304
5.2.3. <i>Los nuevos intelectuales mediáticos</i> .....	309
5.3. UN MODELO DE PERIODISTA INTELECTUAL PARA EL SIGLO XXI .....	312
5.3.1. <i>Mediador al servicio del conocimiento</i> .....	312
5.3.2. <i>La obligación de hacer preguntas</i> .....	315
5.3.3. <i>Crítico y disidente</i> .....	317
5.3.4. <i>La verdad peligrosa del parresiasrés</i> .....	320

## **CAPÍTULO 6. REDEFINICIÓN DEL PAPEL DEL PERIODISTA EN EL DEBATE..... 325**

INTRODUCCIÓN .....	325
6.1. UNA FILOSOFÍA PARA EL PERIODISMO .....	328
6.1.1. <i>El periodismo, sede del pensamiento crítico</i> .....	330

<i>Índice</i>	15
6.1.2. <i>El humanismo cívico</i> .....	338
6.2. LOS VALORES DEL PERIODISMO .....	346
6.2.1. <i>La objetividad, un registro de la realidad</i> .....	354
6.2.2. <i>El factor emocional: el periodista como observador parcial</i> .....	362
6.2.3. <i>Un mercado de ideas para crear solidaridad</i> .....	370
6.2.4. <i>Diálogo abierto para la cooperación</i> .....	372
6.2.5. <i>Transparencia</i> .....	376
6.3. LAS ASPIRACIONES DEL PERIODISMO .....	379
6.3.1. <i>Encubrir o desvelar</i> .....	379
6.3.2. <i>Orden y verdad</i> .....	383
6.4. EL PERIÓDICO LEJOS DE LAS NOTICIAS. INNOVACIONES EN EL DEBATE. 405	
6.4.1. <i>Más opiniones y nuevas opiniones</i> .....	406
6.4.2. <i>Una sección más abierta</i> .....	409
6.4.3. <i>Fórmulas de renovación</i> .....	413
<b>CONCLUSIONES. EL ARTE DEL DISCERNIMIENTO .....</b>	<b>421</b>
LA DIMENSIÓN INTELECTUAL DEL PERIODISMO LE DA RELEVANCIA SOCIAL .....	423
EL PERIODISTA COMPARTE PROTAGONISMO CON EL CIUDADANO EN EL DEBATE .....	423
HACIA UN PERIÓDICO DE PERSPECTIVAS PLURALES .....	425
UN DEBATE ES OBJETIVO SI ESTÁ ABIERTO A LA CRÍTICA LIBRE Y PLURAL ....	426
LA IMPORTANCIA DE LA VERDAD EN EL DEBATE PERIODÍSTICO .....	427
EL PERIODISTA COMO AGENTE INFILTRADO EN LAS MAQUINARIAS DE LA DISTRACCIÓN .....	428
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>431</b>



## PRÓLOGO

Karl Popper advirtió en 1945 en su libro *La Sociedad Abierta y sus enemigos*, al comienzo del capítulo titulado *La filosofía oracular y la rebelión contra la razón*, que “el conflicto entre el racionalismo y el irracionalismo se ha convertido en el problema intelectual y quizá incluso moral, más importante de nuestro tiempo” (Popper, 2006: 437).

Así lo había expresado pocos años antes un personaje de *La Montaña Mágica*: “¡Desprecie usted la claridad, la precisión y la lógica, la palabra humana bien articulada y coherente! Desprecie todo eso por qué sé yo qué fuegos de artificio, a vueltas con la evocación y el sentimiento... y estará perdido sin remisión.” (Mann, 2006: 858).

Cuando en los años 80 le preguntaron a un octogenario Isaiah Berlin cuál sería el fenómeno esencial de las siguientes décadas contestó: el integrismo o la renovación del tribalismo (Sorman, 1991: 265), es decir, lo que según Popper diferencia a la sociedad cerrada de la sociedad abierta que se guía por la racionalidad crítica y la responsabilidad personal.

En nuestros días el ex vicepresidente de EE UU Al Gore ha denunciado en su último libro el grave peligro que corre la democracia por la renuncia a la razón como elemento articulador de la esfera pública en una sociedad libre, relegada por sus enemigos, entre los que cita el miedo, la superstición, el dinero, la propaganda, la ideología, el engaño, la intolerancia y el cinismo: “Cuando es tan frecuente que la ideología tiña los hechos que se ofrecen en bloques perfectamente formados y autónomos, es lógico que empiece a nacer una actitud un poco cínica en la gente ante lo que se les dice. Cuando se bombardea a las personas con una publicidad ubicua e incesante, a menudo se empieza a tener la sensación de que la razón y la lógica ya no son más que siervas de una fuerza de venta sofisticadísima, y ahora que las mismas técnicas dominan los mensajes políticos que transmiten los candidatos a los votantes, la integridad de nuestra democracia se ha visto ensombrecida por la misma nube de sospecha” (Gore, 2007: 275). En última instancia, los problemas de la democracia, dice Gore, son problemas de comunicación: de cuánta comunicación hay y de su calidad. Puede haber abundancia de información, pero si no existen canales y foros para compartirla y

debatir sobre ella no existirán garantías de que las decisiones se toman democráticamente.

Recientemente, el cantante Bruce Springsteen declaraba amargamente que “vivimos tiempos donde lo que es verdad puede pasar como mentira, y lo que es mentira *te lo presentan* como la verdad”<sup>1</sup>. “La verdad está en peligro de extinción”, titulaba un artículo Vicente Verdú para señalar que “la demanda de verdad, como el aire limpio y zumos sin aditivos, ha llegado a constituirse en una obsesión central de nuestro tiempo. Todos mienten, y sabemos encima que nos mienten. Mienten los media a través de la tentación sensacionalista, mienten el Gobierno y la oposición impulsados por el electoralismo...”<sup>2</sup>. No se trata, como se puede ver, de preocupaciones abstractas con las que se entretienen filósofos y académicos, sino que están en el núcleo de nuestra vida cotidiana.

Pocos años antes de morir, Popper advertía: “El relativismo es la más grave amenaza que se cierne sobre nuestra sociedad. Veo en el relativismo una enfermedad del pensamiento, o más bien una enfermedad de los pensadores, que consiste en creer que la elección entre doctrinas rivales es arbitraria, bien sea porque la verdad no existiría, o porque no habría ningún medio de decidir si, entre dos teorías, una es superior a la otra” (Sorman, 1991: 253).

Estas son las preocupaciones que me han empujado a embarcarme en esta tesis. Son problemas viejos, pero que se renuevan con cada nuevo desafío al que se enfrentan nuestras sociedades. Mi propósito final es reflexionar alrededor de la siguiente pregunta: ¿Es viable y realista todavía esperar del periodismo que cumpla la función de impulsar la creación de espacios para la discusión racional? Si, como reclama Gore, la regeneración de la democracia pasa por restablecer una esfera pública en la que la comunicación sea abierta, libre y racional ¿qué puede hacer el periodista para colaborar en esa tarea? ¿Qué papel puede desempeñar teniendo en cuenta los desafíos de las nuevas tecnologías y el contexto cultural de la posmodernidad?

---

<sup>1</sup> Suplemento *El Cultural* de *El Mundo*, jueves 22 de noviembre de 2007, pag. 61.

<sup>2</sup> Verdú, V. “La verdad está en peligro de extinción”. *El País*, domingo 29 de enero de 2006, suplemento Domingo, p.6.

La búsqueda de las respuestas a estos problemas ha estado en todo momento inspirada en dos consejos de Popper: “¡No sobrevaloréis vuestras propias ideas!”, pero, a la misma vez, “no caigáis víctimas de la nada, ni del terrorismo intelectual, ni de las modas, ni del dinero, ni del poder. ¡Aprended a distinguir siempre y en todas partes lo Verdadero de lo Falso!”

Creo que es una buena orientación para una investigación académica. Y también, si lo pensamos, puede ser una guía ideal para la actividad periodística en estos tiempos de confusión.



## INTRODUCCIÓN

Tocqueville escribió en 1849, cuando viajó a Estados Unidos para estudiar la democracia americana, que “en materia de prensa, no hay realmente término medio entre la servidumbre y el libertinaje”. Y añadía que “para recoger los bienes inestimables que asegura la libertad de prensa, es preciso saber someterse a los males inevitables que provoca” (1992: 201). Sobre los males del periodismo se reflexionará a lo largo de esta tesis, pero la principal inquietud intelectual que me mueve es la curiosidad por cuáles sean sus bienes, los que apreciaba Tocqueville entonces y los que todavía hoy ofrece. Para Tocqueville, el periódico era, entre otras cosas, un “consejero” que nos “habla brevemente del negocio común” (1992: 477). Es una forma de verlo que me sirve de punto de partida para este recorrido teórico que quiero centrar, precisamente, en lo que el periódico tiene de instrumento social que el ciudadano utiliza para orientarse acerca de los asuntos comunes. Es decir, como reza el título de la tesis, se trata de reflexionar sobre una de las funciones que desde sus orígenes ha desempeñado el periodismo en las sociedades democráticas: servir de foro para el intercambio de ideas y opiniones que ayuden al ciudadano a comprender lo que ocurre en su entorno y, de este modo, poder ejercer con mayor libertad sus responsabilidades cívicas. Entre ellas, sin duda, está la participación en la vida política, en mayor o menor medida, según los intereses de cada cual. Este enfoque nos sitúa, por lo tanto, en el ámbito de la comunicación política, entendida como “el campo de estudio que comprende la actividad de determinadas personas e instituciones (políticos, comunicadores, periodistas y ciudadanos) en la que se produce un intercambio de información, ideas y actitudes en torno a los asuntos públicos” (Canel, 1999: 23-24).

La pregunta fundamental a la que se intentará responder en esta tesis es la siguiente: ¿Qué tipo de debate pueden acoger los periódicos en nuestras sociedades democráticas actuales teniendo en cuenta los cambios tecnológicos que están revolucionando el periodismo y, sobre todo, el contexto cultural de la posmodernidad en el que el debate tiene que hacerse socialmente relevante?

Este trabajo se aborda desde la perspectiva de la teoría normativa del espacio público de Habermas, que señala el declive de la discusión racional en el escenario mediático provocado por la intrusión de las leyes del mercado y de la lógica del poder en la esfera de la producción cultural: una opinión pública

sometida a la hegemonía de patrones comerciales y estrategias de poder tiende a convertir al ciudadano en un consumidor o en un súbdito y a la discusión pública en una fragmentada y trivial expresión de interpretaciones con más elementos emocionales que racionales. A su vez, un deficiente funcionamiento de la esfera pública tiene repercusiones en la democracia, puesto que es la fe en el poder de la razón, la convicción de que los ciudadanos libres e informados pueden gobernarse a través del debate racional, su premisa principal. Si la discusión libre y abierta en el foro público es fundamental para el funcionamiento de una democracia, ésta correrá peligro si el discurso público tiende a ser cada vez menos razonado. Por lo tanto, la retirada de la razón de la esfera pública conduce a una destrucción paulatina de la democracia.

El papel que juegan los medios de comunicación en esa degeneración del espacio público ha sido motivo de reflexión para los teóricos de la comunicación desde principios de siglo XX. A partir de los años 50 y 60 los análisis se extreman y, en el contexto del debate entre apocalípticos e integrados (Eco, 1995), se tiende a ver a los medios como obstáculos para la democracia más que como instituciones que puedan estar al servicio del debate. Se llega a decir que lejos de ser agentes de socialización, los medios son obstáculos para una auténtica comunicación (Baudrillard, 1998). Con la posmodernidad se pone bajo sospecha la idea comunicación: el exceso, el caos, la inmediatez y la rendición al poder de la imagen conducen a la pérdida de lo real haciendo del debate racional en el espacio público una aspiración inútil en una época sin tiempo para la reflexión (Lash, 2005). La sociedad moderna, con su inflación mediática, será cada vez menos ilustrada. Sus esperanzas de liberación se depositan lejos de los conceptos de realidad o verdad para entregarse al caos y la expansión de los sentidos (Vattimo, 1990).

La perspectiva de Habermas, en cambio, se centra en las relaciones comunicativas que se establecen en el espacio público, donde encontramos manipulaciones pero también intercambios comunicativos que se basan en criterios diferentes como el conocimiento, la verdad, la moral o la sinceridad. Según su criterio, cuando los medios ponen obstáculos en lugar de facilitar las relaciones comunicativas y los intercambios de interpretaciones racionales entre individuos y grupos sociales, la democracia se debilita.

De todos estos análisis se desprende la idea de que los problemas que atraviesa la democracia tienen su origen en la comunicación. Si la democracia depende de la existencia de una conversación abierta a todos los ciudadanos en la que se valora la pluralidad de argumentaciones y el enriquecimiento mutuo de las ideas, un cambio en la forma que una sociedad tiene de comunicarse afectará al funcionamiento de la democracia.

Tomadas estas premisas como punto de partida me propongo en esta tesis reflexionar acerca de las siguientes preguntas: ¿Es viable todavía la aspiración a una esfera pública que acoja un mercado de ideas, racional y reflexivo? ¿Qué puede hacer el periodismo para promocionar esa discusión racional como motor de la comunicación política? ¿Cuál es el papel que el periodista puede desempeñar en un espacio público orientado hacia la razón? ¿Qué desafíos plantean las nuevas tecnologías a la actividad periodística y qué oportunidades le ofrece en el ámbito del debate mediático?

A partir del análisis de las aportaciones teóricas tanto de las corrientes críticas como de las que ofrecen una visión más optimista de los medios, esta tesis pretende reflexionar sobre el potencial democratizador que tiene el periodismo, desde la vertiente de creador de espacio público para el debate sobre los asuntos de interés general. Me interesa investigar si el periodismo, principalmente la prensa escrita, todavía puede aspirar a cumplir el objetivo ilustrado, democrático y liberal de unir a los ciudadanos en el esfuerzo común de conocer la realidad y buscar consensos para resolver los problemas comunes.

A partir de un análisis crítico sobre el funcionamiento de los medios apostaré por un modelo de espacio público plural basado en la democracia deliberativa en la que se reconoce la legitimidad del liderazgo de los representantes políticos pero a la vez se les exige transparencia y que rindan cuentas ante los ciudadanos, que además pueden intervenir directamente en los debates. En este modelo, los medios de comunicación tienen la responsabilidad de consolidar una esfera pública común y hacerla accesible a los sectores minoritarios de la sociedad a través de un periodismo de perspectivas plurales y que integre las aportaciones de los ciudadanos.

Desde la perspectiva de Habermas, que apuesta por la creación de centros de reflexión en el espacio público, como una primera respuesta al desafío de la posmodernidad, y bajo el paradigma de la sociedad abierta de Popper (2006), en

la que el periodismo está llamado a fomentar el pensamiento crítico, esta tesis está encuadrada en lo que Alejandro Llano (2001) llama tránsito de “una concepción tecnocrática, individualista y pragmática de la sociedad de la información” a una “sociedad del conocimiento de signo humanista y solidario”. En un contexto de sobreabundancia de información ésta sólo tiene valor para el que sabe procesarla: buscarla, seleccionarla, valorarla y utilizarla. Sólo cuando se jerarquizan los datos y se establecen relaciones entre ellos, otorgándoles un sentido, la información se convierte en conocimiento. El desafío tecnológico coloca a los medios ante la necesidad de abrirse a una discusión plural y plena de rigor intelectual.

La incógnita mayor que pesa hoy sobre el periodismo es si todavía puede desempeñar esa función, si el público de la nueva sociedad necesitará todavía al periodista, si sigue siendo válido el modelo conversacional del periodismo cuya función primordial sea estimular el diálogo, si, en fin, puede todavía hacer algo por el debate democrático. Las nuevas tecnologías permiten a las fuentes de información prescindir del filtro periodístico para hacer llegar sus mensajes a los ciudadanos, y también permiten a los ciudadanos difundir, como productores de mensajes o como fuentes, información sin que sea reelaborada por los profesionales del periodismo. Los mensajes se multiplican. Con una información personalizada al máximo, ¿seguirán siendo necesarios los periodistas como agentes que aglutinan a la sociedad alrededor de un proyecto común? Esta es la pregunta clave sobre la influencia de los nuevos medios en el periodismo y que en esta tesis intentaré responder.

Además de como una amenaza, las nuevas tecnologías pueden verse como un desafío. Internet ofrece una oportunidad de mejora al periodismo, ya que le permite servir noticias contextualizadas y análisis profundos y le facilita el contacto con el lector. La tradición del periodismo cívico que, con el objetivo de recuperar a la gente para la vida pública, estimula el debate público con la organización de foros sobre los temas que interesan a una comunidad, cobra nuevo vigor en el contexto cultural y tecnológico actual.

Pero para que esta visión optimista se haga realidad es necesario un cambio de mentalidad en el periodismo. Este será el punto hacia el que dirigiré mi reflexión. Si el conocimiento es una tarea común en la que a veces el ciudadano sabe más que el periodista, que además ha perdido la hegemonía en el escenario mediático, el papel del periodista como guía o vigilante del poder necesita una

nueva orientación. Por eso se empieza a plantear como un objetivo prioritario de la enseñanza universitaria del periodismo el aprendizaje de la conversación (Jarvis, 2007).

Ese cambio de mentalidad pasa, según mi hipótesis, por asumir las limitaciones del periodismo (que trabaja con fragmentos de realidad, hechos incompletos, con prisas, etc.), pero también por ampliar el contenido intelectual de los medios y por asumir el desafío de buscar la verdad. “El conocimiento profundo de los hechos y realidades actuales, así como la formación de un pensamiento suficientemente racional, sólo partirán de la adecuación de los mensajes periodísticos a la pretensión de desentrañar la verdad en sus más profundos detalles o en sus aspectos más trascendentales” (Dader, 1983: 542).

Mi tesis será una apuesta desde la reflexión por ese cambio de mentalidad que impulse una renovación del periodismo desde el convencimiento de que todavía tiene futuro como lugar de encuentro y diálogo social, si acepta las exigencias de la auténtica comunicación, aquella que “hace descubrir a los copartícipes en ella los vínculos naturales que existen entre ellos al tiempo que permite el desarrollo total de la persona” (Martín Algarra, 2003: 166).

#### OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Mi investigación pretende profundizar en la tradición teórica que ha destacado la función democrática del periodismo de fomentar la discusión pública y que, actualmente, puede ser enriquecida con las nuevas realidades sociales surgidas de la revolución tecnológica y que me parece fructífera como aportación conceptual para una línea de renovación del periodismo. Quiero aportar una reflexión sobre lo que el periodismo, y más concretamente la prensa diaria, puede hacer por la democracia desde el punto de vista de la necesidad de un debate público en el que los ciudadanos escuchan y expresan mensajes en una tarea común de construcción de sentido de la realidad. Con esta reflexión considero que se pueden hacer nuevas aportaciones a este marco general de conocimiento.

Para ello profundizaré en la situación actual de la prensa como centro de reflexión colectiva a partir de las aportaciones teóricas que se han hecho desde comienzos del siglo XX y teniendo en cuenta las nuevas realidades de la sociedad

de la información y los retos de las nuevas tecnologías. Investigaré qué teorías fundamentan esa idea de la prensa como institución democrática que debe impulsar el diálogo social. Pero también analizaré qué forma tiene ese debate de la prensa: cómo debería desarrollarse, cuáles son sus limitaciones, cómo es el momento actual y qué tendencias se vislumbran. Además, se analizará qué papel ha jugado el periodista como protagonista de ese espacio público de reflexión y cómo se está redefiniendo la figura del periodista para que pueda seguir cumpliendo una misión útil para el ciudadano en la tarea conjunta de comprensión de la realidad.

Es decir, me interesa buscar respuestas a las siguientes preguntas: ¿Sigue vigente en la prensa diaria de hoy la concepción de que tiene la responsabilidad de servir a la democracia fomentando el debate público e impulsando la participación ciudadana en la vida política? ¿Cuál es la tradición teórica que fundamenta esa vocación del periodismo como conversación social, diálogo y debate racional al servicio de la mejor comprensión de la realidad? ¿Cuáles son las propuestas teóricas más recientes que han intentado renovar los conceptos del periodismo para reforzar esa idea de la prensa como promotora del debate ciudadano? ¿Qué desafíos plantea la cultura de la posmodernidad a esa función democrática de la prensa? ¿Cuáles son las consecuencias de las nuevas tecnologías para el periodismo como actor protagonista del diálogo en el espacio público?

El objetivo es reflexionar sobre un tema concreto (la función de la prensa como creadora de espacio público para el debate) en una realidad concreta (la cultura de la posmodernidad y los cambios que las nuevas tecnologías están provocando en la comunicación), para, finalmente, trazar un modelo de debate periodístico que sea coherente con una cierta concepción de las obligaciones del periodismo y con la naturaleza de la tarea intelectual del periodista.

Hay, por lo tanto, un objetivo general que sería continuar la línea teórica mencionada y recuperar conceptos que han podido quedar relegados en la práctica periodística de las últimas décadas y que pueden recobrar vigencia ante la nueva realidad comunicativa que se está formando y, sobre todo, ante las nuevas demandas sociales.

## HIPÓTESIS

Se formula una hipótesis de partida por interrogación. ¿Cómo puede la prensa cumplir su función institucional de promover el debate público, de organizar centros de reflexión intelectual al servicio del ciudadano, en un contexto cultural cuya característica fundamental en el escenario mediático es la espectacularización, la preponderancia de los aspectos emotivos sobre los cognitivos? ¿Qué papel puede desempeñar el periodista en un momento histórico de revolución tecnológica que parece tender a la supresión de los intermediarios y los filtros mediáticos en favor del acceso directo de los ciudadanos a las fuentes de información?

Completamos esa hipótesis interrogativa con una hipótesis de relación causa-efecto. Si los periódicos y periodistas son capaces de adecuar su quehacer comunicativo al paradigma de la sociedad del conocimiento humanístico y solidario, formulado por Alejandro Llano (2001), estarán en disposición de renovar el periodismo y mantenerlo como un instrumento útil y valioso al servicio del ciudadano para la tarea colectiva de analizar la actualidad para la búsqueda de la verdad.

Desde este paradigma, que tiene puntos de encuentro con la teoría del espacio público de Habermas (2002, 2005) y que conecta con la rica tradición del periodismo como conversación (con Dewey, Park, Carey y los teóricos del Periodismo Cívico), sostendré en esta investigación la hipótesis de que las nuevas condiciones de la comunicación humana pueden conducir a una revalorización del papel del periodista en la construcción del universo simbólico producido por los medios y, por lo tanto, también a una renovación del periodismo como organizador de lugares de reflexión de la sociedad, las páginas de opinión abiertas a la discusión, y del periodista como ciudadano especialista en el pensamiento crítico que protagonizará el debate como elemento diferenciador y de prestigio en un contexto de saturación de mensajes personales y subjetivos difundidos por los medios electrónicos.

Se trata de una hipótesis plausible, fundada en un marco teórico y una argumentación racional.

## OBJETO DE ESTUDIO

El objeto de estudio es la función democrática del periodismo como creador de foros de debate, principalmente en el ámbito de la comunicación política, y el papel del periodista en el impulso del diálogo y de la participación de los ciudadanos. El tema particular de la tesis es el periodismo como institución de la democracia que tiene la función de crear espacio público para un debate plural y abierto a los ciudadanos sobre los temas que interesan a la colectividad. Dentro de ese amplio campo teórico centraré la investigación en el papel del periodista como actor protagonista de la conversación mediática y de los periódicos como lugares donde se puede desarrollar el diálogo.

La incógnita principal es si los periódicos pueden todavía ejercer con eficacia de centros de reflexión en un momento de profundos avances tecnológicos que, según coinciden tanto profesionales como académicos, están provocando una transformación radical en los medios de comunicación, en la naturaleza del periodismo y en la forma que tienen los ciudadanos de informarse y expresarse. Para analizar este problema lo ubicaré en un cuerpo sistematizado de ideas que nos permita dar dimensión histórica y teórica al asunto investigado y extraer algunas vías posibles de solución válidas para el presente.

## PERSPECTIVA TEÓRICA E INTERÉS DEL PROYECTO

Siguiendo la clasificación de García Galera y Berganza (2005), esta tesis estará enfocada desde una perspectiva plural:

Perspectiva crítico-racional. Este enfoque pretende ir más allá de los hechos para adentrarse en el mundo de los valores del periodismo y realizar una crítica de sus fines sociales. Se trata de un enfoque interpretativo y crítico que analiza el papel del periodismo como intérprete de la actualidad.

Aunque en el análisis sobre la actuación de los medios no se puede pasar por alto la influencia de la estructura económica de la sociedad, este trabajo partirá de un enfoque idealista porque nos interesa analizar la actividad del periodista desde el punto de vista de los valores e ideas que la sustentan y de la influencia que ejercen en su intento de buscar la verdad y favorecer la convivencia, sin perder de vista que hay una interacción entre medios de comunicación, público y otros actores sociales.

La investigación será teórica: una revisión de las teorías sobre el tema investigado y una reflexión sobre las perspectivas conceptuales que pueden servir de fundamento a una renovación del papel del periodista en los debates del espacio público. Mi método es la formulación de ideas a partir de la observación y la reflexión tras la lectura de los autores que me han precedido en la búsqueda del conocimiento sobre el sentido del periodismo como impulsor de foros de debate. Trataré de indagar en el campo periodístico a partir de una cierta concepción de la naturaleza del periodismo y su vinculación con la democracia.

Examinaremos el asunto de investigación desde el punto de vista teórico para buscar una respuesta argumentada y convincente sobre el problema planteado. Se trata de una investigación monográfica y básica que aspira a organizar los conocimientos sobre el asunto investigado con un enfoque que mantenga una estructura coherente de ideas y un hilo argumental que permita fundamentar la hipótesis de partida. La única posible demostración de las ideas expuestas se llevará a cabo mediante razonamientos. Y el objetivo será aportar nuevos conocimientos a partir de los ya conocidos. Ese hilo argumental es el que permitirá intentar aportar algo nuevo en la investigación, que no se limitará a resumir y repetir lo dicho sino que aspira a elaborar nuevos conocimientos y a hacer una aportación teórica con nuevas conclusiones sobre los aspectos tratados.

El principal interés científico de esta tesis es aportar una fundamentación teórica a una actividad periodística concreta, la promoción de un diálogo público racional, que atraviesa un momento histórico de cambio y desorientación debido principalmente a la revolución tecnológica y a la consolidación de una cultura posmoderna que parece renunciar a la reflexión y la racionalidad en la vida pública en nombre de la inmediatez, la trivialidad y lo efímero. Un momento histórico de cambio en las relaciones entre el periodismo y la democracia obliga a profundizar en la reflexión sobre el funcionamiento del espacio público y sobre el papel que el periodista está llamado a desempeñar en él.

Al igual que en la polis griega el sentido de la ciudadanía era la participación en la construcción del bien común, una de las señas de identidad del periodismo es su función social. Su entendimiento como un ejercicio de solidaridad y activismo ha estado siempre presente en las tendencias renovadoras del periodismo a lo largo de su historia. En las últimas décadas ese enfoque ha cobrado un mayor vigor, desde el periodismo cívico hasta las propuestas más

recientes que son acuñadas de forma diversa: periodismo de resistencia (Pena, 2006), medios de conspiración social (García Noblejas, 1997), etc. Se trata de reflexiones teóricas y aplicaciones prácticas de preceptos ligados a la función social de la profesión como un refuerzo frente a las presiones del poder y de los intereses puramente comerciales.

Estas tendencias dirigidas al refuerzo de la vocación social del periodismo no podrán concretarse en proyectos realistas sin un punto de partida teórico que ayuden al profesional, que trabaja en unas circunstancias que parecen empujarle en direcciones opuestas, a asimilar el auténtico sentido de su tarea. De nada sirve ofrecer al periodista que empieza un código de ética si no siente la convicción de que esos preceptos morales son de verdad el resumen de su forma de entender su trabajo. Por eso Pena señala como el primer precepto de un periodista, la capacidad de reflexión crítica sobre lo que hace: “Cuestione su interpretación de los hechos, sus conceptos preconcebidos, sus estereotipos, sus limitaciones” (Pena, 2006: 180).

Este aspecto del periodismo como promotor de espacios de debate a partir de la diversificación y pluralidad de las perspectivas individuales no ha recibido en los últimos años el tratamiento teórico que merece en España, donde los investigadores han preferido otro tipo de enfoques. Sin embargo, algunos acontecimientos de gran relevancia ocurridos en los últimos años (11-S, guerras de Afganistán y de Irak, atentados en Madrid y Londres, guerra global contra el terrorismo, etc.) junto a la irrupción de nuevas tecnologías, están propiciando cambios importantes en el periodismo, uno de los cuales, el auge del comentario y el análisis en las páginas de los periódicos, me lleva a creer que esta investigación será novedosa e interesante para profundizar en la reflexión sobre la naturaleza del periodismo.

Dado que los medios ocupan un lugar central en la democracia, y teniendo en cuenta los profundos cambios tecnológicos de las últimas décadas, una reflexión teórica sobre la vigencia del periodismo como creador de foro de debate cobra una nueva dimensión. La sociedad de la información está creando de forma acelerada nuevas realidades sociales que exigen reflexiones nuevas. El creciente peso de los medios de comunicación en las sociedades modernas hace que no decaiga el interés y la necesidad de continuar reflexionando sobre un asunto al que las nuevas tecnologías están abriendo nuevas perspectivas de investigación.

Con esta tesis creo que se puede realizar una novedosa aportación teórica desde la reflexión y la revisión de teorías y tendencias.

#### MARCO TEÓRICO Y DESARROLLO ARGUMENTAL

Para esbozar un modelo de debate que servirá como conclusión a la tesis, se recorrerán las siguientes etapas teóricas.

En el primer capítulo se expondrá la vinculación entre el periodismo y la democracia, para lo que será necesario clarificar un concepto de información como bien público, al que sirve el periodismo, y una idea de democracia en la que el debate periodístico pueda jugar un papel importante en la comunicación política. Quiero enmarcar la investigación en la tradición teórica que, desde principios de siglo XX, ha buscado respuestas a la crisis que la presión del Estado y el mercado ha provocado en el periodismo desde la convicción de que los medios de comunicación tienen la responsabilidad de promover el debate plural y abierto que necesita la vida democrática. Esta investigación, por lo tanto, debe partir de una revisión del tema de la vinculación entre periodismo y democracia, porque, como señala López Escobar (2001), toda investigación sobre la comunicación política implica una reflexión sobre la vida democrática y la calidad de la opinión pública. Por lo tanto, empezaré con un estudio de las iniciativas teóricas de renovación de la comunicación relacionadas con las aportaciones teóricas a la democracia basada en la deliberación. Con la vista puesta en el anhelo de “una comunidad democrática en la que comunicación y solidaridad resulten sinónimas” (López Escobar, 2001: 29) enmarcaré la investigación en las teorías sobre la vinculación del ideal democrático con el debate público y las iniciativas de renovación del periodismo pensadas desde la convicción de que tiene la responsabilidad de promover el debate ciudadano (capítulo 1).

Dentro de este marco teórico del debate en la prensa, como formador de opinión pública centrado en la comunicación política, la tesis seguirá el siguiente hilo argumental:

El punto de partida de la idea del periodismo como foro de debate hay que buscarlo en la Ilustración, con los primeros autores que teorizan sobre la creación de una esfera pública independiente del poder en la que se desarrolla un debate racional que en nombre del bien común vigila y controla la acción política. La

idea de la opinión pública como un agente que influye en la política se consolida en las teorías democráticas del siglo XIX. Sin embargo, la colisión del ideal de la Ilustración con la realidad provoca pronto el desencanto liberal por el deficiente funcionamiento de la opinión pública, sobre todo por la falta de acceso universal y por su irracionalidad y mediocridad. Esta crisis se acentúa en las primeras décadas del siglo XX, suscitando el interés de la sociología. Encontramos entonces dos corrientes de pensamiento que entablan un debate sobre la crisis en la que han entrado el periodismo y la opinión pública que será muy fecundo y cuyos argumentos no han dejado de tener vigencia. Prestaré especial atención a los pensadores sociales de la Escuela de Chicago, que, a partir de las ideas de Dewey (2004), apuestan por la prensa como un potencial agente de cohesión social, que puede unir a los ciudadanos en torno a las preocupaciones comunes y hacerlos conscientes de que forman una gran comunidad. También analizaremos el impulso ético que supuso para el periodismo la teoría de la responsabilidad social, con sus aciertos pero también con sus deficiencias (capítulo 2).

Analizo estas teorías e iniciativas como antecedentes teóricos que nos pueden ayudar a encontrar nuevas respuestas a los dos grandes desafíos a los que ha tenido que hacer frente el periodismo desde el último tercio del siglo XX: la consolidación de la cultura de la posmodernidad y la revolución tecnológica. Al estudio de las consecuencias de la posmodernidad en el debate periodístico dedico el capítulo 3 mientras que en el capítulo 4 expongo los beneficios y los riesgos que las nuevas tecnologías suponen para el periodismo. ¿Tiene sentido la promoción de un debate racional desde el periodismo en la cultura de la posmodernidad? Esta es la pregunta que resume el problema que quiero abordar en el capítulo 3: el papel del periodista en una cultura cuyas características (exaltación de la emoción y lo introspectivo, y de la expresividad frente a la reflexión, radical relativismo respecto a toda norma ética, desprestigio de la objetividad en favor de lo psicológico, lo íntimo y expresado en primera persona, preponderancia del espectáculo, renuncia a la posibilidad de alcanzar la verdad) parecen ir en dirección opuesta a aquello que el periodismo ofrecía originariamente como una vía útil para comprender el mundo en el que vivimos. Para responder a esta pregunta recurro, en primer lugar, a algunas líneas de pensamiento que se niegan a aceptar como irreversible la rendición de la palabra y han apostado por la vocación emancipadora de los medios de comunicación en

la tarea de retomar la bandera del diálogo racional. En segundo lugar, presto atención a los proyectos de renovación que han surgido desde el periodismo con el objetivo de recuperar la credibilidad, principalmente el Periodismo Cívico y la idea del periodismo como conversación.

Analizo la teoría de Habermas (2005) como una primera propuesta emancipadora de los medios frente a los desafíos de la posmodernidad. Con Habermas se atisba un horizonte que otorga a los medios de comunicación un papel protagonista en la tarea democráticamente necesaria de revitalizar el espacio público desde la defensa de los valores de la modernidad. Seguidamente, se profundizará en el camino trazado por Habermas a partir de las críticas que se le han hecho por el carácter procedimental de su teoría del diálogo y por la excesiva rigidez de su concepción de racionalidad dirigida al consenso. Teniendo en cuenta esas deficiencias señaladas nos centraremos en los aspectos teóricos que hacen referencia a la necesaria pluralidad de los debates y al contenido de los discursos, es decir, los valores desde los que se argumenta. Como una corrección de la excesiva rigidez de la concepción habermasiana de racionalidad y como una aportación de contenido moral al debate racional nos sirve, en primer lugar, el pragmatismo de Rorty (2005), que ofrece un programa que él se ha atrevido a denominar “posmodernismo liberal burgués con rostro humano”. Heredero de Dewey, a quien considera un posmoderno antes de su época, el filósofo americano nos da algunas claves de la importancia que el Pragmatismo otorga a la solidaridad como virtud cívica fundamental de una democracia y que nos parece que puede ayudarnos a comprender el nuevo papel, modesto pero imprescindible, que juega el periodista en el diálogo público del mundo actual. Debido a la importancia de la deliberación como método de perfeccionamiento de la convivencia, Rorty recupera a Dewey para explicar lo racional no como aplicación de criterios (tribunal) sino como el logro de consenso (bazar). Algo que se adapta bien al periodismo en un mundo posmoderno de creencias dispares, múltiples discursos, dificultades para comprometerse en un proyecto común y pérdida de fe en la capacidad de encontrar criterios únicos que todos puedan aceptar. Un contexto que conduce a Rorty a defender, en última instancia, lo racional como sinónimo de persuasivo frente a la irracional invocación de la fuerza, y la democracia como el mejor vocabulario para el entendimiento en el mundo de hoy.

Al amparo de una perspectiva pragmatista se han desarrollado algunas líneas de reflexión sobre la actividad periodística encaminadas a reforzar sus funciones democráticas, entre ellas la que dio lugar al Periodismo Cívico, que recogió la tradición teórica del periodismo como conversación y que, lejos de apagarse, se puede decir que está disfrutando de un resurgimiento gracias a las innovaciones tecnológicas. “El periodismo es la conversación de nuestra cultura” y el periodista sólo es uno más de los participantes en la conversación, una voz en una conversación entre muchos, dirá James Carey (2000), abriendo una puerta a formas de entender el periodismo que se recogen en esta tesis como llenas de futuro para replantear el papel del periodista ante los desafíos presentados por las nuevas realidades comunicativas. Carey (1989) propone una redefinición filosófica del periodismo adaptada a los nuevos tiempos porque de cómo se vea a sí mismo el periodista dependerá lo que podemos esperar del periodismo del futuro. Frente a la prensa como “adversario y vigilante”, Carey opta por una prensa como “instrumento de la vida pública”. Pero la intervención del periodismo en la vida pública no puede ya entenderse sin tener en cuenta la influencia de las nuevas tecnologías.

En el capítulo 4, me detendré a analizar el segundo de los grandes desafíos mencionados, porque está suponiendo una revolución en el espacio público: la irrupción del ciudadano gracias a internet. En las últimas décadas del siglo XX la tecnología abre nuevos ámbitos en la vida social que transforman el espacio público creando un nuevo espacio cuya característica más revolucionaria es la irrupción del ciudadano como un protagonista con más capacidad de participación en el debate político. El nuevo medio tecnológico cambia las reglas del juego del debate político que tiene por escenario los medios de comunicación. El potencial comunicativo de internet reúne una serie de características que lo convierten en dinamizador del periodismo y de la esfera pública, y que se pueden resumir en su interacción, pluralidad y conexión con la ciudadanía. De ahí que a menudo se vea a la red como una puerta a un deseado nuevo espacio de autonomía, un renovado ecosistema comunicativo que puede enriquecer el periodismo y democratizar el debate público. Nuestra hipótesis es que la red puede aportar soluciones al problema no resuelto por Habermas de cómo revitalizar el tejido comunicativo, erosionado por la burocracia y el mercado, que necesita toda democracia para legitimarse. Puede reforzar esa esfera pública libre

de interferencias que acoja una opinión pública crítica y que será clave para el buen funcionamiento de una democracia deliberativa. Sostendré a lo largo de la tesis que internet facilita la intervención del ciudadano en la vida pública y, al facilitar el acceso al espacio público, democratiza el debate, lo que permite un acercamiento al ideal de una opinión pública formada con la participación de todos los ciudadanos. Su importancia se basa en la capacidad para extender las fronteras de la realidad mediática y enriquecer el debate sobre lo que interesa al ciudadano desde perspectivas individuales y no elitistas. Este análisis pondrá el énfasis en la forma en que el periodista responde al desafío del aumento de la participación de los ciudadanos gracias a las nuevas tecnologías. A partir de la función del periodismo de crear foros de debate y de su responsabilidad en la tarea de conectar al ciudadano con los gobernantes, las nuevas formas de comunicación en el espacio digital, principalmente los blogs, ofrecen la posibilidad de aumentar y mejorar la participación en los debates creando un nuevo contexto comunicativo que obliga a repensar el papel que le corresponde al periodista. Según el análisis de Dader (1999), sólo cuando la elaboración de la agenda temática que domina la vida pública deje de ser privilegio de los medios de comunicación y de la clase política, del poder político y económico, y pase a ser una tarea conjunta con intervención real de la ciudadanía, y no sólo de una minoría activa, podremos empezar a hablar de una vía auténtica de perfeccionamiento de la democracia. ¿Pero fomenta internet un auténtico diálogo racional? ¿Aumenta internet la racionalidad del debate público? Las nuevas tecnologías ofrecen grandes posibilidades de comunicación, pero presentan también algunos peligros, como la disminución de la interacción personal y casual con los demás, la pérdida de peso de los intermediarios, el apogeo de la expresión en detrimento de la opinión razonada, la saturación de información y la fragmentación de los mensajes con la consiguiente pérdida de referentes comunes.

No obstante, desde una perspectiva normativa, mi hipótesis apunta a que la explosión de interpretaciones individuales que supone internet hace más necesaria que nunca la figura del periodista como mediador que jerarquice las diferentes opiniones y ayude al ciudadano en la difícil tarea de convertir la información en conocimiento, lo que, en la línea de la hipótesis general de mi reflexión, supone un impulso a la vertiente intelectual del periodismo. A esta

dimensión intelectual de la actividad periodística está dedicado el capítulo 5. ¿Qué es un periodista y en qué consiste su trabajo? La pregunta sobre la identidad del periodismo es obligada porque de la respuesta que demos dependerá lo que podremos esperar del periodismo y lo que podremos exigirle al periodista. El propósito de ese capítulo será clarificar cuál es la tarea intelectual del periodista y, sobre todo, investigar qué tipo de periodista reclama la sociedad de unos medios de comunicación que tienen entre sus responsabilidades orientar al ciudadano sobre los problemas complejos a los que tiene que hacer frente en su vida diaria. Si es posible configurar un espacio público en el que se celebre un diálogo abierto sobre los temas de actualidad ¿qué modelo de periodista y de intelectual reclama ese espacio público? Me apoyo en las investigaciones de Ortega y Humanes (2000), aunque discrepo de los matices valorativos que llevan a estos autores a un enfoque muy crítico según el cual el periodista, dueño de la verdad, se expresa como profeta que pontifica desde su púlpito con el objetivo de influir más que de informar apropiándose de la facultad de difundir un canon cultural, que antes estaba en manos de los expertos y especialistas, y lavándose las manos del clima moral y cultural que impera y que han contribuido a construir. En nuestra opinión, estos autores caen en el error denunciado por Weber (1979) de juzgar a los periodistas “de acuerdo con el comportamiento de sus miembros moralmente peores”. Teniendo en cuenta que en la elección de los marcos de referencia reside todo el peso intelectual de la producción del discurso periodístico porque de ellos depende que la audiencia comprenda el mensaje y se fíe de él, una insuficiente reflexión sobre el marco adecuado tendrá como consecuencia mensajes rutinarios, tópicos, superficiales y estereotipados. Y puesto que los marcos los construye el periodismo a partir de su propia enciclopedia formada por conocimientos y valores resulta imprescindible reflexionar sobre cuáles son esos conocimientos y valores que configuran la mentalidad del periodista y la esencia de su trabajo intelectual. Esa será la reflexión final de la tesis.

Tras señalar en capítulos anteriores las justificaciones del periodismo como creador de escenarios para la comunicación política, se trata finalmente de reflexionar sobre el tipo de papel que desempeñan los periodistas. El eje de mi argumentación final es que en la nueva realidad tecnológica y social los periodistas seguirán desempeñando un papel protagonista en el escenario del debate público. Pero el protagonismo dependerá de cuál sea la concepción que

tienen de su trabajo y, al final, se lo dará o se lo quitará su compañero de reparto, el ciudadano, según cumpla sus expectativas. Por lo tanto se hace necesario reflexionar sobre el tipo de valores y prácticas que contribuirán a que el periodismo siga ocupando un lugar central en el espacio público donde la sociedad discute sobre los temas de interés general. Siguiendo el hilo argumental que recorre esta tesis, veremos cómo el tipo de periodismo que está reclamando la sociedad de la era internet no tiene que inventarse de la nada sino que puede encontrar en su propia tradición la savia necesaria para reinventarse. Las características de la tecnología digital referidas al ámbito de la información anulan algunos de los aspectos que definían el periodismo -por ejemplo su papel hegemónico en la elaboración de la agenda temática-, al tiempo que refuerzan otros aspectos que pasan a un primer plano entre las funciones sociales del periodismo.

Mientras la función de transmitir información pierde importancia, la de interpretar la información y promover el debate sobre ella cobra más fuerza. A su vez, esta labor de ayudar al entendimiento se hace ya en estrecha colaboración con multitud de ciudadanos interesados en participar en foros de discusión impulsados desde el periodismo o alojados en espacios autónomos en la red. Estos dos aspectos del periodismo que considero plenamente vigentes en la era de internet (esfuerzo de entendimiento y debate abierto a ciudadanos y expertos) no sólo recuperan la tradición del Periodismo Cívico, el periodismo como conversación o el periodismo democrático de Dewey, sino que es ahora cuando, gracias a los avances tecnológicos, se hacen de verdad posibles.

Pero la idoneidad de la línea participativa del periodismo, reforzada con la convergencia digital, no supone la descalificación de la línea elitista que, a partir de las teorías de Lippmann, ha impregnado durante décadas la práctica periodística y ha respaldado algunos de los valores del periodismo, como la objetividad, que, según uno de los ejes de mi argumentación, también será necesario fortalecer en la nueva situación comunicativa. Es decir, lo que elegimos en esta tesis es un camino intermedio entre ambas líneas de pensamiento, que a menudo se presentan como enfrentadas, como una forma posible de redefinir el papel del periodista en la era de internet. En el escenario mediático se seguirá escuchando la voz autorizada del experto y la voz capacitada del periodista en un diálogo abierto con el ciudadano, que es el motor y el argumento de ese diálogo.

El periodismo lo entiendo como el escenario de ese diálogo, un lugar de encuentro entre el ciudadano y su comunidad, y el instrumento que sólo es útil cuando hace habitable ese escenario, permite la interacción plural y ensancha las libertades humanas. Sólo si contribuye a que el ciudadano sea más libre podrá el periodismo sostenerse como una pieza básica de la democracia.

Con esta reflexión final se estará en condiciones de responder a la siguiente pregunta: ¿Es todavía viable un debate racional en la cultura de lo efímero, que sustituye la reflexión y la paciencia por lo instantáneo y la emotividad subjetiva? La respuesta afirmativa que doy en esta tesis se fundamenta en una idea de verdad alejada del relativismo y una idea del hombre como un ser vulnerable e imperfecto que necesita comunicarse para desarrollarse como individuo. Esta situación vulnerable del hombre en el mundo, decía Habermas (2006), es lo que le lleva a construir discursos (y a discutirlos) para crear redes de convivencia en los que pueda instaurarse la solidaridad necesaria para ayudar a crecer a los individuos y para proteger sus diferencias.

Pero en esta tesis también se acepta la principal crítica que se hace a Habermas: la insuficiencia de la acción comunicativa como motor de la sociedad civil por su excesivo peso racionalizador, basada en argumentos legitimadores, pero distanciada de los afectos y de las normas de la vida buena. Pero decir insuficiente no equivale a decir errónea y descalificarla por inviable o anacrónica. Por lo tanto, mi apuesta consiste en completar la visión procedimentalista de Habermas con un contenido ético, la necesidad de sustentar las reglas en determinados bienes y valores. Con el racionalismo crítico de Popper argumentaré la idea del periodismo como una de las instituciones dedicadas al pensamiento y la discusión libre que toda democracia debe cuidar. Con el humanismo cívico de Llano sostendré que la revitalización del espacio público sólo puede venir de la libre interacción de la ciudadanía cuando confía en la posibilidad de mejorar su convivencia a través de la búsqueda de la verdad mediante la ayuda mutua y desde el convencimiento de que hay relaciones más valiosas que el cálculo de poder o los intereses mercantiles. Esta defensa de la relación entre personas como constitutivo de la vida social sitúa a la solidaridad como un valor central que aportará sentido y finalidad a la labor de esas instituciones promotoras del pensamiento crítico, entre ellas el periodismo

## CAPÍTULO 1. LA IMPORTANCIA DEL DEBATE PERIODÍSTICO EN LA DEMOCRACIA

*"La democracia es un hombre, un voto, un periódico." [Raúl del Pozo]*

### INTRODUCCIÓN

Nuestra investigación parte de un análisis teórico sobre la vinculación entre periodismo y democracia, porque, como señala López Escobar (2001), toda reflexión sobre la comunicación política implica una reflexión sobre la vida democrática y la calidad de la opinión pública.

Reflexionaré en este primer capítulo sobre el papel que juegan los periodistas en la democracia y sobre la importancia que tiene el debate mediático en la vitalidad de los procesos democráticos. La democracia es un sistema político que se sustenta en la opinión, por lo tanto, el proceso de formación de la opinión pública es esencial para la calidad de una democracia. En la sociedad actual los medios de comunicación ocupan un lugar protagonista en el espacio público, de ahí su responsabilidad a la hora de contribuir a una formación de lo opinión pública democrática. Un deficiente funcionamiento de los medios como instrumento de la vida pública afectará directamente a la calidad de la democracia. Analizar la dimensión social del periodismo servirá como punto de partida para la reflexión acerca de lo que los periodistas hacen o dejan de hacer para ayudar a la democracia a ser más representativa.

En la democracia representativa el proceso de toma de decisiones sólo puede ser verdaderamente significativo si los ciudadanos están informados y tienen la posibilidad de participar en los debates (Gans, 2003), para lo cual dependen en parte del trabajo de los periodistas. En la naturaleza del periodismo está la tarea de ordenar la actualidad e interpretarla para ayudar al ciudadano a comprender lo que ocurre en el mundo desde el momento en que el periodista selecciona la información que recibe, encuentra o busca y la difunde jerarquizada y clasificada. Y, además, proporciona comentarios y orienta las opiniones de los lectores ayudando a conformar la opinión pública e influyendo en la agenda de los políticos. Es decir, trabaja como un intermediario entre la realidad y el lector, entre la sociedad y el poder.

La libertad de prensa es uno de los pilares más importantes de la democracia moderna. Donde no existe, como en los regímenes totalitarios, el Estado se convierte en el poder absoluto que decide lo que los ciudadanos pueden o no saber. En 1904, en el discurso de inauguración de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia, Joseph Pulitzer dijo: "Nuestra república y su prensa mejorarán y decaerán juntas". Esto quiere decir que democracia y prensa libre se necesitan mutuamente. Una no puede existir sin la otra. Una de las condiciones de la democracia es la existencia de un sistema de comunicación política, cuya piedra angular es el periodismo, que proporcione a los ciudadanos información fiable y les anime a participar en los debates públicos.

En los sistemas políticos de Occidente, los medios de comunicación se han convertido en el principal agente configurador de la opinión pública, que cumple la función de vigilar y controlar la vida política, de forma que democracia y opinión pública se complementan: "La democracia, por un lado, garantiza los derechos y libertades de los ciudadanos, especialmente la libertad de expresión y opinión. Por otro, una opinión pública activa desarrolla el sentido democrático al crear una conciencia colectiva que participa, vigila, expresa sus puntos de vista sobre los temas de interés general. Los controles, manipulaciones y obstáculos que se pongan a la opinión pública repercutirán necesariamente en el desarrollo democrático de la sociedad" (Monzón, 1987: 150).

Además, en democracia teóricamente la opinión pública se alimenta de la participación de los ciudadanos en los debates sobre los temas de interés general. Cuando falla este pilar, la opinión pública queda incompleta tanto en lo que se refiere a los actores participantes como en los temas que se tienen en cuenta e, incluso, en la forma de abordarlos. Los medios de comunicación, en su papel de intermediarios, representan a sectores de opinión, amplifican la voz de los ciudadanos y encauzan las propuestas de los actores políticos para que se conozcan. "Cualquier idea u opinión compartida colectivamente necesita del intercambio de puntos de vista o clima comunicativo. La opinión pública, como opinión colectiva, supone una corriente de ideas tanto entre los miembros que forman los grupos y dan vida a los públicos, como entre los actores que participan en el diálogo público" (Monzón, 1987: 153), la prensa entre otros. Pero de todos los temas que se tratan en las conversaciones cotidianas sólo unos pocos pasan a formar parte de la opinión pública. Hay grupos (medios y fuentes) y

líderes (periodistas, intelectuales, políticos, etc) que dirigen, orientan, controlan o, en el peor de los casos, manipulan la opinión pública. La teoría de la fijación de la agenda (McCombs, 2006) incide en la importancia de los medios en la diaria selección de los temas de los que se habla y en la capacidad de crear espacio público donde se va formando la opinión pública.

Lo que se tratará de argumentar en este capítulo es que para llegar al resultado final de la agrupación de corrientes de opinión o, incluso, al consenso, es necesario el debate; y los medios de comunicación se encargan, al menos parcialmente, de ello. Ésta es, básicamente, la función de foro público de discusión para la crítica y el comentario que Bill Kovach y Tom Rosenstiel (2003) destacan como uno de los nueve principios constitutivos del periodismo. Proporcionar escenarios para la discusión pública es una de sus responsabilidades. De esta manera, la labor del periodista contribuye a la creación de opinión pública porque la opinión va unida a la información. De hecho, una de las características por las que podemos identificar una noticia es su capacidad de generar comentarios (Gomis, 1991). La gente habla de las cosas que le preocupan y en las conversaciones se intercambian datos y opiniones e ideas sobre los sucesos. En el periódico tiene lugar una parte de ese debate público como ampliación de las conversaciones cotidianas. “Los individuos, los grupos, los líderes, los públicos y el poder entablan una dialéctica de razones y racionalizaciones, ofreciendo el mejor argumento para convencer a propios y extraños ante la mirada de todos. (...) Es un debate que arranca desde posiciones individuales y avanza hacia la convergencia de opiniones y argumentos. Algunos, los menos, participando directa y públicamente en el debate; otros, los más, asumiendo y asintiendo desde el silencio y desde el grupo primario las razones que exponen en público los primeros” (Monzón, 1987: 153). En este ámbito de la comunicación, el periodista es un actor político que analiza e interpreta la información e incluso aboga por determinados valores e ideas, defiende su punto de vista con la intención de influir en el lector. Es la actitud profesional del periodista como analista-abogado que quiere orientar y guiar al público (Canel y Sánchez Aranda, 1999: 150-153).

Puesto que los medios de comunicación ocupan un espacio central en la estructura de las sociedades modernas, la conciencia de crisis en el periodismo ha acentuado la necesidad de reflexionar sobre la información periodística en

relación con la vida pública y con el funcionamiento de la democracia. Carlos Zeller (2001) achaca la crisis del periodismo, desde el punto de vista de la racionalidad democrática, a su “incapacidad para facilitar la vida democrática, alentar formas de participación social reflexiva, basadas en el conocimiento y la comprensión de los hechos que conforman la realidad social” (Zeller, 2001: 142).

Teniendo en cuenta esa situación de crisis, analizaré en este capítulo los fundamentos teóricos de la vinculación entre periodismo y democracia desde la idea de que en la razón de ser del periodismo está la construcción de espacio público para la convivencia y el ejercicio de las libertades. De la concepción de la información como un derecho fundamental de todas las personas, y no como un poder, se deducirá la responsabilidad moral que tiene el periodista de contribuir desde el ejercicio de su profesión a la convivencia democrática, en la que ha de estar incluido el fomento de la participación ciudadana en los debates: “La razón de bien que ha de guiar el juicio moral y el ejercicio prudencial de la profesión tiene en su contribución a la democracia otra de las facetas esenciales: el bien de la persona no es separable de su dimensión social o política, en sentido aristotélico, esto es, como allí donde se muestra y perfecciona la dimensión de comunión del ser racional” (Agegas Esteban, 2005).

Este es el hilo argumental que se desarrollará en este primer capítulo, con el que pretendo fundamentar teóricamente la vinculación inseparable del periodismo con el debate ciudadano y la opinión pública en la democracia. Entiendo la democracia como un instrumento o un método para favorecer la convivencia, capaz de crear el espacio adecuado para el desarrollo de la libertad. Pues, como dice Rodríguez Adrados (2007: 589), aunque liberalismo político y democracia no son sinónimos, el primero sólo puede sobrevivir en un sistema democrático.

Aunque está muy generalizada la concepción de la política como una lucha por el poder, en esta tesis se entiende la política desde la perspectiva de Arendt: la política como un diálogo con el otro, una búsqueda de la libertad a partir de la creación de espacios de participación. Desde la tradición de la democracia deliberativa, que hunde sus raíces en la Grecia de Pericles y que en el mundo moderno resurge con la revolución americana (Arendt, 2003), se comprenderá la vinculación del periodismo con la democracia como la entendía Carey: dos palabras para nombrar la misma cosa (Carey, 2000; Rosen, 2006).

Como ocurre con la democracia (Rodríguez Adrados, 2007: 81), el concepto de periodismo es muy amplio: ha sido un vehículo de libertad, pero también ha actuado como un factor de disolución de tradiciones y valores cuando ha sido utilizado como instrumento de poder. Por eso, cualquier reflexión sobre el periodismo ha de tener en cuenta los valores que lo impulsan a la misma vez que lo limitan: los valores morales de la ciudadanía.

Empezaré con una aclaración de los conceptos de periodismo e información y detallaré la dimensión pública de la información como bien común (epígrafe 1.1), lo que servirá como puente para concretar el tema en el aspecto del periodismo como discusión en el ámbito de la comunicación política (1.2.) y en un sistema democrático representativo y mediático (1.3.). Finalmente, intentaré argumentar el papel del periodismo como centro de reflexión en una democracia entendida desde la perspectiva del republicanismo cívico cuyo primer reto que se plantea es la pregunta de por qué el individuo debe (o tiene derecho a) participar en el debate público (1.3).

#### 1.1. LA INFORMACIÓN: UN DERECHO INDIVIDUAL Y UN DEBER SOCIAL

La libertad de expresión es un elemento constitutivo de los regímenes democráticos. Sin embargo, en la realidad de las sociedades modernas esta libertad aparece muy limitada y su pleno ejercicio a menudo queda restringido a quienes tienen peso social para acceder a los medios de comunicación o capacidad financiera de crear medios. De forma que la libertad de expresión puede acabar convertida en privilegio de unos pocos (Derieux, 2004). Por eso la noción de derecho a la información resulta más completa y útil como fundamento de una reflexión sobre el papel del periodismo en la vida democrática. Seguiré las explicaciones de Carlos Soria (1987) para desarrollar este concepto que, desde mediados de siglo XX, ha centrado importantes reflexiones teóricas encaminadas a superar las limitaciones del principio de libertad de expresión y surgidas desde la preocupación por la calidad de la información y su dimensión política y de servicio al ciudadano. Como señala Derieux (2004), “se trata de hacer más real la libertad proclamada. Del privilegio de algunos se quiere hacer un derecho para el mayor número de personas, si no para todos”.

La Declaración de los Derechos Humanos de 1948 reconoce, en su artículo 19, el derecho fundamental de todo individuo a investigar, difundir y recibir ideas, hechos y opiniones, sin limitación de fronteras y a través de cualquier medio de información. La libertad de expresión será el modo de ejercitar sin trabas este derecho. El fundamento de este derecho está en la propia naturaleza humana, pero no se trata de un derecho aislado sino que depende a su vez del contexto social. Es decir, sólo es viable si otros derechos (como los de asociación, reunión y participación en la vida pública, entre otros) se desenvuelven libremente. Si esto es así, el derecho a la información es un “catalizador y fermento del conjunto de derechos políticos y sociales” (Soria, 1987: 66). Según esta concepción, que completa y supera la doctrina liberal individualista, el derecho a la información se atribuye a todos los individuos, pero genera unos deberes sociales que afectan tanto al Estado como a las organizaciones periodísticas, en tanto que intermediarias entre el individuo y el Estado. El derecho a la información se convierte en un deber político del Estado, un deber profesional de las empresas informativas y, también, un deber de solidaridad para cada individuo. Así pues, es un derecho que descansa en la existencia de deberes sociales: la condición social del hombre impone al individuo la exigencia moral y cívica de participar en la vida de la comunidad. “Todos los individuos y grupos intermedios tienen el deber de prestar su colaboración personal al bien común”, dice la encíclica *Pacem in Terris* de Juan XXIII, citada por Soria (1987: 66). Esta argumentación vincula de forma natural el derecho humano a recibir información con las obligaciones de solidaridad que toda persona contrae por el hecho de vivir en sociedad. Aunque son ideas que se ampliarán más adelante, tenemos ya en los mismos fundamentos teóricos una relación entre el derecho a recibir información y la obligación de participar en la vida pública, en la medida en la que todos resultarán de alguna forma beneficiarios del bien común.

Según Carlos Soria, esta teoría del derecho humano a la información soluciona las insuficiencias de la doctrina liberal individualista que se consolidó a finales del siglo XVIII y para la cual la libertad de expresión (libre comunicación de pensamientos y opiniones) y la libertad de prensa son derechos naturales y personales y piezas decisivas de la organización política, pero que entiende la libertad como un fin en sí mismo. Concebida simplemente como libertad que no debe ser restringida, la información es una capacidad de hacer que exige la

inhibición del Estado. Se pretende que la supresión de las leyes que ponen cortapisas a la libre expresión garantice la autonomía del individuo y su derecho a expresarse públicamente. Soria considera insuficiente esta doctrina porque al final “se configura en la práctica como una libertad para la prensa, una libertad, por otra parte, abandonada al azar. La libertad de prensa hundía sus raíces en un determinismo optimista que identificaba, en todo caso, el libre desarrollo de las facultades individuales con el incremento del bien de la colectividad” (Soria, 1987: 58). Concebir la información como libertad puede tener como consecuencia que no se diferencie entre empresas informativas y cualquier otro tipo de industrias y que, por lo tanto, la información sea tratada como una mercancía más. Sin embargo, la práctica ha demostrado que la libertad así entendida no es suficiente para garantizar que la información sea veraz y que el acceso a ella sea universal. La ausencia de trabas legales no asegura que el individuo pueda ejercer esa libertad, que corre el peligro de quedar reducida a una simple libertad formal.

En la doctrina liberal individualista, los medios periodísticos se constituyen amparados en la libertad de los individuos de utilizar los medios adecuados para ejercitar su libertad de expresión una vez que el Estado se ha inhibido. Se atribuye un poder absoluto a la libertad, que no acarrea ningún deber y sólo está limitada por la libertad de los demás. En la doctrina del derecho a la información, por el contrario, la constitución de una empresa informativa es el ejercicio de un derecho humano, el de difundir noticias, ideas y opiniones. Es una consecuencia del desarrollo de un derecho natural del hombre, no de una autorización por parte del Estado. Además, la constitución de una empresa informativa genera de forma automática el deber de informar. El derecho humano a la información es el origen de la legitimidad de la empresa informativa. Porque ante la complejidad de la tarea de informar, es el individuo, todos los individuos de una sociedad, quienes delegan esa función en especialistas organizados en medios de comunicación. Pero no se delega un derecho, aclara Soria (1987), sino su desempeño social. Se delega la función de informar, pero no el modo de informar, que lo decidirán libremente las organizaciones.

### **1.1.1. La misión social del periodismo**

En cuanto al fin de la libertad/derecho de informar, explica Soria (1989), para la doctrina individualista, como se ha dicho, la libertad de expresión es un

fin en sí mismo, al margen de los objetivos que se persigan, incluido el ánimo de lucro, porque la información se entiende como un producto más sometido a las leyes de la oferta y la demanda. La libertad de prensa se convierte en libertad para la prensa y ésta en libertad de constitución de empresas, que termina reduciéndose a una mera libertad para el empresario (Soria, 1989). La información puede entonces ser considerada una mercancía más y el público acaba siendo tratado como un consumidor. La libertad de expresión sometida sólo a las leyes del mercado se transforma en privilegio de unos pocos, lo que aumenta el peligro de que los medios se conviertan en instrumentos de dominación y de difusión de la ideología dominante. La Escuela de Francfort denunció esta mutación entre medios y fines como una de las consecuencias de la consolidación de un sistema capitalista basado en el consumo y en el que los medios de comunicación actúan como agentes de difusión de una falsa cultura guiada únicamente por criterios de rentabilidad económica (García Jiménez, 2007). El conocimiento deja de considerarse un fin para convertirse en un medio para conseguir otros objetivos, como pueden ser el lucro o el poder (Horkheimer, 2002; Lyotard, 1998).

La legitimación en clave individualista de la función de informar conduce a la idea de la prensa como cuarto poder, que ha generado falsas interpretaciones de la información y ha oscurecido la idea de su función social. Sostiene Soria (1990) que esta metáfora ha beneficiado a los periodistas (que ganan prestigio y poder), pero perjudicado al público, porque “se confunde la cuestión de la naturaleza de la información con la cuestión de la importancia social de sus efectos”. Quien tiene información tiene poder, es cierto. Pero, también quien maneja la información tiene una responsabilidad social. La pregunta correcta que hay que plantear es ¿quién tiene la capacidad de informar y por qué, con qué legitimidad? ¿Qué derecho tiene el periodista para informar? ¿Quién le ha elegido como institución que organiza el espacio público y vigila el poder? Según Soria, hay dos formas de legitimar la función informativa: en clave de libertad y en clave individualista. El hombre es libre para expresarse y las organizaciones son libres para formar empresas. Desde este enfoque la libertad puede quedar muy limitada cuando al final sólo es libre de fundar empresas quien dispone de capital, y se equipara la función de las empresas periodísticas con la de cualquier otra organización mercantil. La legitimidad en clave individualista conduce a la idea de cuarto poder porque si informar es un poder, la actividad periodística puede

terminar protagonizando una lucha por el poder. Y si esto es así, la prensa no podría controlar de forma independiente a los otros tres poderes.

La información, aclara Soria, tiene una dimensión metaindividual. Es algo más que una facultad subjetiva. No es el ejercicio de una libertad individual, sino un derecho humano de todos y un deber en el sentido de deuda, crédito o delegación. La legitimidad del ejercicio profesional de la información se deriva de la soberanía informativa en manos del público. Por lo tanto, la naturaleza de la información se define no por sus efectos (el poder) sino por el deber de satisfacer el derecho a la información del ciudadano. Por eso se dice que el periodismo realiza una función social.

### **1.1.2. Información y dimensión comunicativa del ciudadano**

Para la teoría del derecho a la información, la libertad de prensa sólo es el modo de ejercitar el derecho humano a la información, que pertenece al público. Así pues, el fin jurídico de la empresa informativa no puede ser el ánimo de lucro, el servicio al Estado, la acción política ni simplemente la libertad de creación de los informadores. La empresa informativa no es una empresa más. No sólo tiene el objetivo de ganar dinero. Las actividades de comunicación no pueden ser consideradas sólo por su valor mercantil (Derieux, 2004). El derecho a la información en el que se fundamenta es lo que hace a estas empresas diferentes, porque la información tiene una misión social y por lo tanto este tipo de empresas cumple una función que va más allá de ella misma y de sus propietarios. Por falta de tiempo, ganas o capacidad, el público no suele ejercitar por sí mismo el derecho de investigar y difundir información. De modo que “la plenitud del derecho a la información del público sólo se alcanza por mediación de las organizaciones informativas y de los profesionales de la información. Y así esta idea de mediación, de intermediación natural, permite hablar de una delegación tácita del ejercicio de las facultades de investigar y difundir, y abre la vía para la adecuada construcción del deber profesional de informar” (Soria, 1989: 18). La empresa informativa administra el derecho a la información por delegación del público. Esta idea de delegación tácita ha sido desarrollada por autores como Martínez Albertos y Desantes. Este último, según Soria, es el autor que mejor ha fundamentado la idea del mandato social tácito del público en empresas e informadores. Para Desantes (1994), se trata de una delegación social, no jurídica.

Por eso las empresas no están sometidas al mandato del público porque lo que se delega es la tarea de investigar y difundir información, pero no el modo de hacerlo, que será elegido por la empresa de forma autónoma y libre.

Si actúa por delegación, el informador tendrá que rendir cuentas, pues todo mandato genera un deber. En este caso, se trata del deber de facilitar al público mensajes informativos, que tienen una serie de requisitos para ser considerados como tales. Porque informar no es, como hemos visto, un mero ejercicio de libertad individual ni tampoco un poder, sino que es, por encima de todo, un deber. Un deber que, no obstante, sólo puede cumplirse en libertad. Si están fundamentadas en un derecho que no es sólo suyo sino que disponen de él por delegación de todos los ciudadanos, entonces las empresas periodísticas más que ejercer un poder lo que hacen es responder a un deber. En definitiva, su razón de ser está en difundir información como un bien público en un proceso de interdependencia con el público. De esta forma se entiende que el fin de las empresas informativas sea servir a la sociedad haciendo efectivo el derecho a la información que tienen los individuos. El derecho a la información es universal, de todos los individuos, pero el objeto de la información no es universal, tiene unas exigencias. El cumplimiento de la función social de la información exige que haya pluralidad de empresas informativas y que los mensajes que se difundan reúnan todos los requisitos de la información (veracidad, ética, exactitud, etc).

Si la información cumple una función social, el derecho a la información va unido al concepto de responsabilidad. Responsabilidad no entendida como un efecto o consecuencia del ejercicio de la libertad, no como límite de la libertad sino como la "contextura misma de la libertad" (Soria, 1987: 94), como una propiedad inseparable de los actos libres. La responsabilidad no es un límite sino la razón de ser del derecho a informar, su alimento moral. Como instrumentos de conocimiento de la realidad, los medios informativos sólo serán válidos si son libres y responsables.

Entender la información como un derecho de cada individuo tiene una serie de consecuencias: es un acto de justicia, al informar se da a cada uno algo a lo que tiene derecho; además, si el derecho es de cada persona, no se puede considerar al público como una masa informe sino que hay que tratarlo como a un conjunto de individuos libres, es decir, no es un consumidor sino una persona que tiene derecho a recibir información; y, por último, añade Soria (1989), la información es

un asunto que atañe a todos los ciudadanos, no sólo a los profesionales o a los empresarios. Esta idea de que la información es una tarea compartida es importante para el tema esencial de esta tesis y se puede enlazar con la vinculación que hace Desantes del fundamento del derecho humano a la información con el fin existencial del hombre de participar en los asuntos públicos y que requiere acceso a la información.

La información no pertenece a la empresa informativa sino al público. Y, como he señalado, el derecho a la información no se refiere sólo a recibir, sino también a difundir, por lo tanto “la atribución a todo hombre de las facultades de investigar, difundir y recibir información constituye un desafío a la participación ciudadana; convierte a la información en una deuda, en un crédito social, que hay que pagar” (Soria, 1989: 17). Así pues, el cumplimiento del derecho a la información exigirá acciones positivas, no sólo la mera inhibición por parte del poder estatal reclamada por la doctrina liberal individualista. El derecho reclama también cauces para ejercerlo que garanticen la libertad y el pluralismo social: acceso del público a los medios y participación del público en la información, entre otros.

Y si la libertad de informar no es sólo una libertad individual, tampoco la empresa informativa es sólo una empresa que tiene la necesidad, y la obligación, de ganar dinero y ser rentable, porque sólo así podrá cumplir con su cometido, sino que tiene un rasgo específico que condiciona su actividad: el cumplimiento del derecho a la información por parte del público. Es decir, actúa por delegación de la sociedad y, por lo tanto, tiene el deber de informar y facilitar la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos para contribuir a la configuración de la comunidad. El deber profesional consiste entonces en cumplir la finalidad de satisfacer el derecho a la información del público. Es esta finalidad última la que fundamenta la función de la prensa de mediación en la vida pública, su actividad política, su compromiso con la creación de comunidad. “La función pública de los medios de comunicación en una comunidad tecnificada es la de ser instrumento del diálogo social” (Martínez Albertos, 1972: 161).

El derecho a la información se constituye en el eje articulador de la dimensión comunicativa del ciudadano. Al posibilitar el acceso al espacio público, los medios ayudan al individuo a ejercer su ciudadanía. “El ciudadano ejerce su derecho a la información articulando procesos complementarios de

formación de opinión y/o deliberación pública, de participación y/o control social, en el marco de configuración de esferas públicas democráticas, donde ellos son actores protagonistas en la definición y búsqueda de su propio desarrollo” (Camacho Azurduy, 2004). El periodismo ayuda al individuo a adquirir el rol de ciudadano cuando proporciona información veraz y completa, fomenta el debate sobre los asuntos de interés público e impulsa la participación social. En este proceso comunicativo, el ciudadano no es sólo un receptor de información o un consumidor de mensajes sino un interlocutor que interviene activamente en un diálogo social que, cuando está vivo, refuerza los lazos solidarios y los sentimientos de pertenencia a una comunidad. Lo público une a los individuos, por encima de intereses particulares y diferentes opiniones, gracias a ese proceso comunicativo que hace de la ciudadanía la principal identidad compartida.

El individuo desempeña su papel de actor social, en parte, a través de los medios de comunicación, que facilitan su implicación en los asuntos que preocupan a una comunidad y fomenta la vinculación con otros individuos en un proceso dialógico continuo que está en la base de la práctica democrática. Este reconocimiento del carácter ciudadano del individuo es el primer paso para la participación activa en aquello que se comparte con otros y que configura lo público. Los medios ya no se dirigen a receptores o consumidores sino a interlocutores, ciudadanos que colaboran en los procesos sociales de discusión y búsqueda de acuerdos con una actitud que supone un ensanchamiento natural de los derechos políticos. En este sentido considera Camacho Azurduy (2004) a los medios como constructores de comunidades de intérpretes que, a partir del debate, forman una red de solidaridad colectiva en una esfera pública. La importancia de los medios radica en que la ciudadanía no consiste sólo en la posesión de un derecho sino su expresión en actuaciones comunicativas que dan forma al sentido de pertenencia a un público que comparte una identidad manifestada en el intercambio de los bienes simbólicos que difunden los medios y la reinterpretación que de los mensajes mediáticos hacen los ciudadanos.

### **1.1.3. La información como bien público**

Si, como se ha dicho, los periodistas ejercen un derecho por delegación de todos los ciudadanos, el fundamento de su trabajo será difundir información

como un bien público en un proceso del que no se puede excluir al público. Es un acto de justicia ya que se da al ciudadano algo a lo que tiene derecho. Al responder a un derecho del público, el cumplimiento de la función social de la información tendrá una serie de exigencias como la pluralidad y la veracidad. Una serie de requisitos que permitirán aceptar el contenido de los mensajes periodísticos como bien público. La pregunta que habría que formular es: ¿Qué características ha de tener el periodismo para producir el bien público de la información? El periodismo proporcionará un bien público cuando cumpla su objeto fundamental: facilitar una información encaminada a comprender la realidad y contribuir a extender entre la población la capacidad de reflexionar sobre los acontecimientos de la actualidad. Por el contrario, será causa de la difusión de un mal público cuando dificulte la comunicación efectiva y bloquee la comprensión de la realidad social. Según la bella definición de Kovach y Rosenstiel (2003), la información periodística será un bien público cuando dé a conocer al público aquello que necesita saber para actuar con libertad en la vida pública.

Aunque la información periodística tiene desde sus orígenes un componente mercantil, la mercancía que difunden las empresas informativas asume unas características especiales que hacen que no se las pueda entender exclusivamente según principios de rentabilidad económica. Lo que las hace especiales es precisamente que su finalidad primordial es satisfacer un derecho fundamental y básico de los ciudadanos de las sociedades democráticas: el derecho a estar informados y a participar en los debates públicos. Olvidar esta especificidad de la empresa periodística lleva a uno de los males más denunciados en la actualidad, la mercantilización de la información (Fernández del Moral, 1993). Insistir en este contenido ético de la actividad periodística, vista como promoción de un bien común, es una forma de combatir ese riesgo de mercantilización.

Carlos Zeller considera que el periodismo entendido como bien común es fundamentalmente una mirada comprensiva de la realidad. El buen periodismo es, para este autor, una sensibilidad, una actitud y una capacidad. Lo describe así: "Sensibilidad para plantearse las preguntas adecuadas e imaginación para relacionar diversos hechos y hacer comprensible un hecho social (...), capacidad de situar hechos complejos dentro de esquemas explicativos amplios, que

incluyan inevitablemente la perspectiva histórica, las relaciones de poder, los efectos estructuradores que sobre la acción de la gente y de los actores sociales imponen la esfera económica y, en general, la estructura de poder real” (Zeller, 2001: 132-133). Zeller pide imaginación periodística para situar la noticia dentro de un marco en el que adquiera un sentido real y para elaborar nuevas preguntas que tengan que ver con la gente y hagan de la noticia algo útil. Son cualidades que deduce de una concepción amplia de la democracia y del interés común y de una percepción clara de los peligros que tan a menudo convierten el periodismo en un mal público: la democracia necesita que el ciudadano tenga recursos culturales que le permitan utilizar de forma autónoma la información y poder participar así en la formación de la opinión pública en los temas de interés general.

Zeller atribuye la crisis actual del periodismo a sus deficiencias a la hora de fomentar la vida democrática y alentar formas de participación social, así como a su incapacidad para ofrecer información al ciudadano que sea útil para comprender la realidad. Dos factores, según este autor, han hecho del periodismo un obstáculo para el desarrollo de la vida democrática: su dependencia de la esfera económica y política y un concepto erróneo de lo noticioso. En cuanto al primer factor, el periodismo difunde un mal público cuando es incapaz de sobreponerse a las orientaciones estratégicas de las grandes estructuras políticas y económicas, y se limita a amplificar las interpretaciones de las élites en el poder en los momentos de crisis, y es incapaz de mirar con autonomía los hechos de la vida pública, limitándose a ser una actividad industrial más que difunde noticias pero no conocimiento. En cuanto al segundo factor señalado por Zeller -un concepto equivocado de lo que es noticia-, el periodismo es un mal público cuando su propio método de trabajo y sus estructuras organizativas (la lógica periodística) deja fuera de la mirada asuntos que sí interesan a la gente, y sólo pone el foco en la competencia política y económica de las élites, o cuando mutila una parte sustancial de la realidad social porque no es lo suficientemente llamativa o no tiene carga emocional o espectacular.

La crisis del periodismo ha acentuado, según Zeller, la necesidad de reflexionar sobre la información periodística en relación con la vida pública y con el funcionamiento de la democracia. Sigue siendo, dice, una necesidad hacer de la información un problema social, político y cultural vinculado directamente con la

vida democrática. Y sigue siendo válido plantear exigencias al periodista porque “no podemos aceptar la autocomplacencia que legitima toda la acción del campo periodístico cuando socialmente podemos visualizar tantos indicadores de su crisis. Sin duda es perfectamente factible impulsar procesos de definición social de la información como un bien público que, junto con contribuir a formar la cultura comunicativa o periodística de la población, articulen un conjunto amplio de exigencias al periodismo” (Zeller, 2001: 143).

¿Qué propone Zeller para conseguir una información como bien público? Un cambio radical en el método de trabajo y en la cultura periodística. Más autonomía que permita seleccionar los temas con criterios propios y no al dictado de las fuentes con más poder. Fortalecer una mirada que busque hechos sociales relevantes y saber narrarlos con sentido. Propone, además, nuevas fórmulas periodísticas para elaborar una información compleja, que explique las causas y las consecuencias de los acontecimientos. Es decir, un periodismo más comprensivo que amplíe la perspectiva de los análisis, dando voz a los distintos grupos sociales y abriendo el espectro de los referentes.

## 1.2. EL PERIODISMO, UN ESPACIO PARA LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

La pregunta que voy a intentar responder en este epígrafe es la siguiente: ¿Qué papel juega el periodismo en la creación de espacios de diálogo en la democracia?

Sartori (1995) define la democracia como un sistema de gobierno basado en la discusión y en la comunicación política plural y libre como instrumento cognoscitivo de la realidad. Por lo tanto, la comunicación de mensajes (información e intercambio de opiniones) es imprescindible ya que las decisiones deben tomarse con plena libertad y responsabilidad. El periodismo es uno de los pilares de la comunicación política, que es, en palabras de Wolton (1995: 184), un “juego político moderado por la prensa libre y por la expresión de la opinión pública”. Lo que quiere decir que no puede haber democracia sin opinión pública y que ésta es inseparable de un proceso de comunicación e interacción social. En este punto, en las democracias modernas entran en juego los medios, que proporcionan un espacio para esa comunicación política entendida como el intercambio de discursos entre políticos, periodistas y ciudadanos. De esta forma,

los medios de comunicación hacen posible una de las condiciones básicas de funcionamiento de una democracia moderna (Wolton, 1995).

Canel define la comunicación política como “la actividad de determinadas personas e instituciones (políticos, comunicadores, periodistas y ciudadanos) en la que se produce un intercambio de información, ideas y actitudes en torno a los asuntos públicos” (Canel, 1999: 23-24). La comunicación política es, así pues, el flujo de mensajes que, a través de los medios, vinculan al gobernante con el gobernado y con la realidad de otros actores sociales y con la intervención de periodistas especializados. En el contexto de la democracia representativa, el periodismo es un instrumento que sirve para salvar la fisura abierta entre el ciudadano, que es quien tiene la titularidad del poder, y el gobernante, que ejerce de hecho el poder. La comunicación política conecta a uno con otro, permite a los gobernados conocer cómo se utiliza el poder que han delegado, y a los gobernantes les permite difundir sus proyectos y conocer las demandas sociales (Del Rey, 1996). Representación política significa la intervención en nombre de otros tanto en el proceso de toma de decisiones como en la confección de los temas de la agenda pública. En las extensas y complejas sociedades modernas no es viable la participación de todos en esos procesos políticos. Esa imposibilidad convierte en fundamental la necesidad de garantizar la representatividad de las voces que se escuchan en el debate público. Los medios de comunicación ejercen esas función representativa, en especial a través del periodismo con su exposición de las diferentes interpretaciones de los acontecimientos (Miguel, 2003). La comunicación política nace, en definitiva, como un dinamizador del funcionamiento de la democracia al promover la participación del público.

Los orígenes teóricos de la comunicación política se remontan a la Grecia clásica. En Pericles (siglo V a. c.) encontramos enunciado el principio que legitima la comunicación política como fundamento de la convivencia democrática: los atenienses son dignos de admiración, dice, porque “sólo nosotros decidimos o examinamos con rectitud los asuntos, sin considerar un daño para la acción las palabras, sino más bien el no informarse mediante debate antes de emprender lo que se debe ejecutar” (Tucídides, 2007: 184-185). Su discurso en honor de los muertos en la guerra del Peloponeso es el mayor elogio de la democracia ateniense (Rodríguez Adrados, 2007). Se basa en la conciliación de los valores de la igualdad y la individualidad. “En las mismas personas es posible el interés por

los asuntos públicos y privados (...) somos los únicos que a quien no participa en ninguno de esos le consideramos no despreocupado, sino inútil" (Tucídides, 2007: 184). Es posible, dice Pericles, conciliar el trabajo privado con la dedicación pública, la igualdad de todos los ciudadanos con la preeminencia de los mejores, la libertad con la ley. Y todos los ciudadanos tienen derecho y capacidad de criticar y juzgar a los gobernantes cuando disponen de información y conocimiento.

Pero es en las democracias modernas, representativas y mediáticas, donde la comunicación política adquiere su posición nuclear en el sistema: "Sin publicidad y comprensión de los asuntos públicos no hay representación ni tampoco democracia" (Del Rey, 1996: 124). En la democracia representativa el gobernante elegido no actúa por delegación del elector, es decir, no está obligado por un mandato imperativo, sino que actúa según una relación fiduciaria, tiene autonomía para tomar decisiones que pueden contradecir las opiniones de sus electores, a quienes debe respeto pero no obediencia. Por ello en este modelo de democracia es tan importante el problema del control del representante a través del cual el elector podrá destituirlo si su actuación le parece insatisfactoria. Al sustituir la participación por la representación, dice Del Rey (1996), la democracia moderna se basa más que en un sistema de autogobierno en un sistema de control y limitación del poder. Para solucionar este problema se coloca el contrapeso de la representación en la idea de responsabilidad. El gobernante es autónomo, pero debe rendir cuentas ante el conjunto de la sociedad. Y para que la sociedad esté en disposición de revisar la actuación de sus representantes, para que su exigencia de responsabilidad sea efectiva, necesitará conocer a fondo la actuación de esos representantes, saber con transparencia el significado de sus actuaciones. El modelo, entonces, necesita unos gobernantes responsables y unos gobernados políticamente activos: interesados en la política y conocedores de las acciones de los políticos.

La separación entre gobernantes y gobernados por la vía de la representación convierte el concepto de comunicación en clave para la democracia moderna, que será necesariamente mediática. El ejercicio de la responsabilidad política, núcleo de una democracia representativa, tendrá lugar en el espacio público, donde el periodismo cumple una indispensable tarea de acercar al público los temas, por muy complejos que resulten. La representación

sólo será democrática si viene ligada a derechos políticos como el de la libertad de expresar opiniones en público.

En una democracia representativa, en la que se gobierna por delegación, la responsabilidad es la principal garantía del control del poder y el vínculo más fuerte entre democracia y libertad. Responsabilidad significa obligación de responder de algo o por alguien y hacerse cargo de las consecuencias de los actos libres. En sentido político, la democracia deja de tener sentido sin la obligación de rendir cuentas.

Para que la democracia funcione el ejercicio del poder debe hacer frente al contrapeso de mecanismos institucionales que garanticen día a día el consentimiento ciudadano. Una de las formas de concretar la responsabilidad es a posteriori, mediante el seguimiento y la vigilancia sistemática de las acciones de los representantes, pues el ejercicio democrático no puede limitarse a una periódica celebración de elecciones. Para que ese control sea efectivo es necesario que existan instituciones capaces de ejercer de vigilantes. La profundización en esos controles sistemáticos desde la ciudadanía es una forma de generar legitimidad democrática.

Pero al tratarse de una democracia, que se desarrolla mediante una cadena de delegaciones de poder, la responsabilidad no se circunscribe únicamente a los gobernantes o las instituciones, sino que todos los ciudadanos son responsables ante el resto de ciudadanos. Cada ciudadano debe ser consciente de que sus acciones afectan a la forma de vida política y a la convivencia. Una de las razones del fracaso de la democracia ateniense es, según el análisis de Rodríguez Adrados (2007), la pérdida del sentido de la ciudadanía, de forma que Grecia queda como un modelo de creación de democracia, pero también de cómo una democracia se destruye cuando se sacrifican sus principios. La democracia será un lugar fecundo para la libertad si está bien enraizada en las convicciones morales comunes que la hacen posible, si es consciente de que se sustenta en una serie de valores que forman parte de la tradición e imponen. No puede prosperar una democracia sin una cultura cívica basada en el respeto y el diálogo. La democracia, dice Rodríguez Adrados (2007), requiere de un individuo solidario con el prójimo. Por

eso va unida desde sus orígenes griegos al descubrimiento de la individualidad, la igualdad y la libertad de palabra<sup>3</sup>.

Con las democracias modernas aumenta el peso de las instituciones encargadas de crear espacios para la discusión. La legitimidad de la representación democrática está vinculada a la existencia de medios de comunicación plurales que proporcionen información completa y fiable de las actuaciones de los gobernantes y que sirvan de escenario de un intercambio de opiniones enriquecedor para el ciudadano (Núñez Ladevéze, 2004). La desigualdad de acceso a la discusión pública alimenta los discursos de deslegitimación de las democracias. El deficiente desempeño de la tarea representativa por parte de los medios es una de las causas que se suele mencionar en los estudios sobre la crisis del periodismo. No basta con la existencia de una esfera pública en la que diferentes posiciones entran en debate. En ese caso, los grupos sociales con menos peso organizativo, con menos capacidad económica y cultural, estarán en posición de desventaja. Es necesario que haya no una sino muchas esferas públicas superpuestas, arenas discursivas paralelas, en expresión de Fraser (1992), espacios en los que los grupos de la sociedad puedan defender sus intereses y ser escuchados, de forma que después sus reivindicaciones tengan eco en los espacio de representación política. Los medios de comunicación crean algunos de esos espacios de la esfera pública discursiva. “En la medida en que el debate público no se limita a la foros formales como el parlamento, sino que debe alcanzar el conjunto de la sociedad, es evidente que los ‘mass media’ pasan a desempeñar una función clave” (Miguel, 2003).

Para que el Gobierno sea representativamente democrático es necesario que sus decisiones estén apoyadas por la mayoría, pero también que se respete la posibilidad de cambiar de opinión, es decir, que se garantice la viabilidad e influencia de aquellas instituciones que hacen posible la libre circulación social de opiniones. “El principio de libertad de opinión y de información es la contraparte

---

<sup>3</sup> Según Popper (2000), la creencia en el individuo como fin en sí mismo, y merecedor de respeto porque nada existe más importante que el hombre individual, surge de Sócrates.

negativa del principio de decisión mayoritariamente representativa" (Núñez Ladevéze, 2004: 397). De esta condición negativa se deduce la idea de división de poderes: el poder de la mayoría debe tener límites para que sea posible la vida en libertad. Además de un sistema de delegación de poder, la democracia es un sistema que garantiza la libre formación de opiniones, la libertad de conciencia, de opinión y de información. La democracia no solo es el gobierno que se apoya en la opinión pública sino un sistema que permite discrepar de la opinión mayoritaria. Por eso la libertad de opinión es el fundamento mismo de la democracia. Lo importante de la democracia es que permite al pueblo rectificar cuando se equivoca, para lo cual es imprescindible la libre circulación de ideas y opiniones.

En este contexto, los medios de comunicación son el principal configurador de la opinión pública en las sociedades modernas como creador y difusor de ideas, normas y valores sociales. La comunicación política funciona como una garantía de la pervivencia de una democracia llena de sentido porque es el ámbito de construcción de un orden cognitivo que renueva el espacio público. Como ámbito autónomo, independiente del Estado y gestionado por la sociedad, los medios hacen posible la representación y la refuerzan sirviéndole de complemento, además de posibilitar la responsabilidad, la rendición de cuentas, la proximidad del poder y la receptividad de las demandas sociales (Del Rey, 1996).

La comunicación política alcanza su máxima importancia en la sociedad moderna en lo que Dahl (1993) identifica como tercera fase de la Poliarquía, el sistema más cercano al ideal de democracia que el hombre ha desarrollado a lo largo de la historia. Esta fase de la poliarquía, cuyo comienzo sitúa Dahl en la década de 1980, se puede denominar sociedad de la comunicación política porque en ella se consolida la relación mediática entre gobernantes y ciudadanos, con la televisión como medio estrella.

En el mundo actual, el gran desafío para las democracias es el del conocimiento: la posibilidad de dotar a los ciudadanos de marcos cognitivos que les permitan procesar la información sobre temas complejos. Si la ciudadanía es incapaz de comprender los asuntos públicos, la idea de democracia pierde sentido y se convierte, dice Del Rey (1996), en tutelaje por parte de las elites. La comunicación política tiene entre sus funciones la de acortar la distancia entre el conocimiento que elites y 'demos' tienen sobre los asuntos públicos. Para superar

este desafío, Dahl (1993) propone lo siguiente: asegurar que la información sea accesible, influir en la elección de temas y participar en los debates públicos. La revolución tecnológica ya hace posible avanzar en esta solución al facilitar al ciudadano la participación en el diálogo intelectual, pero la técnica se puede utilizar también, dice Dahl, al servicio de la manipulación y del totalitarismo. Una de las propuestas más interesantes de Dahl (1993) es la creación de 'minipopulus', como pequeños consejos de ciudadanos reunidos gracias a las telecomunicaciones y cuya interacción proporciona a la democracia una masa crítica de personas bien informadas y activas, que Del Rey identifica con los lectores de periódicos, con los ciudadanos que discuten, con los líderes de opinión, intelectuales que desde los medios representan al *demos*, lo orientan y le facilitan recursos cognitivos. La comunicación "crea el marco cognitivo de la sociedad, y con ella y desde ella la sociedad asume la complejidad de sus problemas, y se incorpora al debate social de la agenda de temas que los medios proporcionan" (Del Rey, 1996: 148).

En definitiva, para que la comunicación política sea eficaz tiene que dar lugar a una información clara, profunda y accesible al ciudadano sobre los temas importantes; y a su vez ha de facilitar un debate plural, clarificador y abierto a la participación. Sólo así cumplirá su objetivo de reducir la brecha existente entre el conocimiento de los políticos y los gobernados, el de las élites y el de los ciudadanos. Lo decisivo en un proceso democrático, subraya Dahl (1993), es al fin y al cabo el conocimiento puesto al servicio de los ciudadanos desde el pluralismo y la autonomía. Y en ese punto los medios de comunicación tienen su principal responsabilidad.

Un mal funcionamiento de la comunicación política causa disfunciones en el proceso democrático. Es el caso, por ejemplo, del rechazo a la Constitución Europea en el referéndum celebrado en Francia en 2005. Este hecho puso en evidencia las claras deficiencias en la participación ciudadana en los asuntos públicos, en la comprensión de los asuntos complejos y la falta de legitimidad de decisiones tomadas sin un debate previo y, en consecuencia, puso de manifiesto una brecha entre la élite política, intelectual y mediática, y la opinión pública: "La Constitución ha sido elaborada -denunció entonces Granchet Valentin (2005:13)- por una Convención sin legitimidad democrática. A pesar de la creación de un foro abierto a los representantes de la sociedad civil, los ciudadanos han sido poco motivados al debate sobre el contenido del texto. No hubo información o

explicación. Esto ha llevado a crear una brecha entre la élite política y el pueblo. Lo largo y complejo del texto (que, más allá de sus 448 artículos, cuenta con 36 protocolos adjuntos y dos anexos) lo han convertido en incomprensible para la mayoría de los electores”.

### **1.2.1. El periodista: de mediador a actor participante**

¿Qué actitud adopta el periodista en el espacio público en cuanto a su responsabilidad de proporcionar al ciudadano recursos que le permitan ejercer mejor sus obligaciones cívicas? Es decir, ¿cuál es su papel en la comunicación política? Entender al medio de comunicación como una empresa mercantil como cualquier otra, cuyo objetivo prioritario es la obtención de beneficios, despreciando sus obligaciones sociales y sus responsabilidades con la democracia, significa renunciar a su estatus de mediador de la acción social. Lo mismo ocurre si pensamos el periodismo como un poder más encargado de servir de equilibrio al resto de poderes de una sociedad, ya que esta concepción de la información, como ya hemos visto, le quita la independencia necesaria para servir de escenario para la interacción social. Por el contrario, se puede entender el periodismo como un centro de reflexión con potencialidad de ayudar al ciudadano a participar en la vida pública. Como forma de comunicación mediática más importante ayuda al ciudadano a comprender la realidad social mediante la difusión de forma objetiva de hechos e ideas de carácter general en un proceso de interacción con el público y otros grupos sociales (Martínez Albertos, 1991). Lo que interesa desde la perspectiva de esta tesis es, por lo tanto, profundizar en el papel del periodista como protagonista del espacio público creado por los medios para el intercambio de discursos. No tanto en lo que se refiere a los efectos de su trabajo, las actitudes del público o su influencia en otros actores políticos, como en relación a su peso en los procesos cognitivos que configuran la opinión pública.

De lo dicho hasta ahora ya se ha deducido que el periodista es una pieza clave de la democracia moderna y que los medios de comunicación desempeñan un papel primordial como mediadores de la comunicación política, pulmón de la democracia en palabras de Wolton (1995). Pero ¿cómo es ese papel?, ¿qué hacen los periodistas y qué pueden hacer por la democracia? En primer lugar, entre sus responsabilidades está garantizar que el debate tenga un carácter democrático:

como mediador social, el periodismo ha de promover debates que no estén monopolizados por los políticos y que sean lo más abiertos posible tanto en la participación como en el proceso de selección y jerarquización de los temas. Además, ha de identificar problemas nuevos y presentarlos a los políticos, facilitar la exclusión de temas que han perdido interés y conectar a la clase política con la ciudadanía: "Los medios, al informar, en realidad son los principales factores de aliento y de renovación de una comunicación política que tiende naturalmente a replegarse sobre sí misma" (Wolton, 1995: 39).

El concepto de mediación periodística es una idea central de la función social del periodismo, que analizaré porque está conectada con la responsabilidad democrática de la prensa como promotora de debates públicos.

Una democracia representativa depende en gran medida de las instituciones que actúan como mediadores en el sentido que a continuación se explica. Según Del Rey (1996), el papel crucial del periodismo en la construcción del marco cognitivo de la sociedad se basa en que no existe una simetría entre enunciados y referentes, sino que en el periodismo el enunciado en sí mismo es un referente social y cultural que afecta al referente que le sirve de apoyo. Es decir, la realidad social se modifica según las representaciones que nos formamos de ella; no es completamente independiente de los enunciados que hacemos sobre ella. La construcción de la representación es también la construcción de la realidad, la realidad mediática influye en nuestro conocimiento sobre la realidad y sobre nuestras decisiones. El periodismo condiciona en alguna medida nuestra experiencia de las cosas del mundo común y la interacción política debido a su protagonismo en la difusión de interpretaciones de los acontecimientos y de un conocimiento social compartido.

El periodismo informa al público y orienta sus opiniones. Critica al poder, lo vigila y gestiona valores sociales. Su papel de mediador se desarrolla en tres niveles: entre la actualidad y la sociedad, entre los hechos y los valores y entre los distintos actores del subsistema político y el ambiente social global (Del Rey, 1996). Es decir, no se trata sólo de una mera mediación entre los poderes enfrentados en el campo político sino que abarca también el intercambio de mensajes y la intervención de los ciudadanos. No forma parte de la esfera política sino de las esferas discursivas que están conectadas con los foros políticos. De hecho, las organizaciones políticas utilizan el campo periodístico para canalizar

sus propuestas y dirimir sus controversias. Lo que ocurra en las arenas mediáticas, a su vez, condicionará la actividad de los políticos. Se trata de un proceso bidireccional en el que los grupos se alinean según las opiniones políticas en liza, lo que influye en el equilibrio de la vida política. Además, en teoría ese proceso se desarrolla con transparencia y abierto a la participación del público. En síntesis, estas serían las más importantes características del periodismo como mediador en el espacio público, según el análisis de Del Rey (1996):

- Ayudar a comprender las noticias dándoles sentido, sobre todo a través del comentario político y moral de actualidad.

- Orientar al público ofreciéndole una selección de temas sobre los que conviene pensar y excluyendo del debate otros que se consideran irrelevantes.

- Intervenir en la fijación de las reglas del juego del debate social promoviendo la discusión de marcos de referencia dominantes.

- Gestionar la organización pluralista del espacio público propio de la democracia, sobre todo en la decisión última de selección de los mensajes.

- Garantizar que los ciudadanos ejerzan como titulares del derecho a la información. Sin el periodista como intermediario sería el poder como última instancia el que gestionara el espacio público y quien tuviera el monopolio de la interpretación de la realidad.

- Ofrecer un punto de encuentro entre lo público y lo privado, entre la sociedad y el Estado. Al facilitar escenarios para la participación, con la divulgación de las demandas sociales, se contribuye a mejorar la influencia del ciudadano en la política en un proceso de revelación de sus preferencias.

En el juego democrático de la comunicación política, explica Del Rey (1996), el tablero es mediático, las reglas son mediáticas y normativas, las jugadas son mensajes y los actores son políticos y periodistas. Por lo tanto, como mediador, el periodista es también un actor más del juego social, protagonista y no un simple testigo neutral. No está fuera como un mero observador, sino que forma parte de una red de interrelaciones en los ámbitos sobre los que informa. Forma parte de un medio social en una relación reflexiva (Fishman, 1983): una interacción social en la que se ponen en juego intereses enfrentados. Esta interacción oscilará entre

el conflicto y el acuerdo: el político aspira a que el periodista sea su altavoz para sus mensajes, pero el periodista interpreta la realidad desde sus propios valores como mediador social. Sus mensajes, a su vez, serán aceptados o rechazados por el público según su propia percepción de la realidad, sus valores y opiniones.

La conclusión a la que llega Del Rey (1996) es que si la democracia sólo puede ser ya mediática, aumenta la relevancia del papel del periodista para preservar la propia idea de democracia. Un gran poder que debería tener como contrapartida una gran responsabilidad: también los periodistas deben rendir cuentas. La posición del periodista en las esferas mediáticas como actor no neutral y su forma de rendir cuentas serán dos aspectos que se concretarán en esta tesis más adelante como parte del modelo de debate periodístico que se pretende esbozar.

Ahora sólo quiero dejar apuntado que el aumento de poder del periodista en las sociedades ha sido analizado por numerosos autores desde Max Weber, que ya en 1910, en su alocución a la Asociación Alemana de Sociología, animaba a investigar el poder de la prensa en el mundo moderno (Martín López, 1992; Weber, 1992). El periodista aumenta su influencia con el imparable desarrollo de los medios hasta ejercer de intermediarios de la rivalidad política. Los políticos necesitan a la prensa y de esa necesidad surge el aumento de poder de los medios, que alcanzan la categoría democrática de reguladores del debate político.

Para seguir profundizando en el tema de la mediación social del periodismo resulta interesante el paradigma del conflicto social utilizado por De Fleur y Ball-Rockeach (1993). Según esta perspectiva, el conflicto -y no la armonía- es el proceso social más importante. Los cambios son a menudo resultado de la confrontación de fuerzas opuestas. Esto ocurre porque la sociedad no está en equilibrio sino en un proceso continuo de cambio por la lucha de intereses sociales enfrentados. La democracia es, desde su origen, crisis. Nace cuando hay un conflicto de poder. Es por lo tanto, una solución para el problema del poder y su contrapeso (Rodríguez Adrados, 2007). Pero también es un punto de encuentro para solucionar los conflictos. En el ámbito de la comunicación política, la competencia entre actores sociales y el conflicto entre prensa y poder contribuyen a la mejora de las situaciones comunicativas de una sociedad. Gracias a los conflictos entre derechos diversos y entre intereses particulares se remodelan los esquemas comunicativos.

En este aspecto del periodista como mediador en los conflictos sociales y políticos es también importante la aportación de la teoría de la dependencia social de los medios. Desde un enfoque realista y descriptivo, De Fleur y Ball-Rockeach (1993) explican las relaciones entre periodistas, políticos y otras fuentes como relaciones de poder: como cada uno depende de los recursos del otro, sus poderes se equilibran, de forma tal que incluso ese equilibrio puede generar cooperación. Pero cuando hay desequilibrio de poder se llega al conflicto. ¿Habría que preguntarse cuándo no hay equilibrio de poder? “Como mejor se comprenden los medios de masas –explican De Fleur y Ball-Rockeach (1993: 409)- es como sistema que controla una serie de recursos informativos escasos y preciados que generan relaciones de interdependencia con otros sistemas, las cuales dan lugar a cooperación motivada por interés mutuo, conflicto provocado por el egoísmo, y cambio hacia una mayor simetría o asimetría de la dependencia”.

En el estudio del concepto de mediación periodística han destacado en España Héctor Borrat (1989) y Lorenzo Gomis (1991). Mientras Gomis concibe el periodismo como método de interpretación sucesiva de la realidad social, como mediador e intérprete, Borrat sostiene que el periódico es un actor social que participa en el proceso de toma de decisiones con discursos que influyen y reciben la influencia de otros actores. Su estudio, que utiliza también el conflicto como categoría clave de análisis, está muy marcado por la concepción de la prensa como poder, con un interés concreto a partir del cual diseña una estrategia de intervención en el debate político. Según Borrat, el periódico “opta por destacar el consenso cuando informa y comenta sobre aquellos colectivos más cercanos a sus propios intereses, mientras pone el acento en el conflicto para referirse a sus antagonistas actuales o potenciales” (Borrat, 1989: 16). Este autor acierta al señalar una serie de papeles diferentes, incluso contradictorios, que el periódico desempeña de forma simultánea o alternativa (Borrat, 1989: 31); y en ninguno de esos roles aparece como agente neutral:

- El periódico como vínculo interactivo que participa en el debate político, como una ventana abierta a la experiencia que amplía nuestra visión del mundo, con un marco determinante y no neutral.

- El periódico como plataforma de transmisión de opiniones y voces escogidas.

- Como medio de integración para el consenso.
- Como señalizador de la atención.
- Como filtro distorsionador-simplificador de la realidad.
- Como barrera manipuladora que oculta la realidad.

A la definición de la identidad del periódico como narrador y tercera parte en situaciones de conflicto, Borrat añade la de comentarista e incluso la de actor involucrado. En definitiva, el periódico como “narrador, comentarista y participante del conflicto político” (Borrat, 1989: 31).

### **1.2.2. La evolución de los roles del periodista**

En el estudio que María Luisa Humanes (2003) ha dedicado a la evolución de los roles del periodista en el espacio público democrático se presenta a un profesional de la información que oscila entre la neutralidad y la participación. En las primeras décadas del siglo XX se consolida el periodismo objetivo, que, sustituyendo al periodismo partidista predominante en el siglo XIX, limita la intervención del periodista a la selección de noticias y a la difusión de información imparcial. En los años 20 surge el periodismo de interpretación: análisis y contexto desde la objetividad. En los años 60 el objetivismo entra en crisis por su insuficiencia ante los cambios sociales. El ‘gatekeeper’ es sustituido por el periodista comprometido, que dejará paso en los años 80 al periodista vigilante (‘watchdog’), como un cuarto poder o contrapoder, que destaca por una mayor implicación política y una actitud más protagonista en el espacio público. El aumento del poder del periodista va acompañado, sin embargo, de un aumento del desprestigio de los medios por su arrogancia y falta de transparencia, lo que da lugar a movimientos de renovación como el Periodismo Cívico, que supone una reflexión sobre el papel del periodista según la cual debe reubicarse en el espacio público como garante de la discusión racional y de la participación de los ciudadanos, un papel activo o participante (no solo observador), pero desde la imparcialidad, y, como aspecto más novedoso, cercano al público y encargado de incentivar su intervención en la vida pública.

En el caso español el papel que finalmente ha asumido el periodista está muy relacionado con las peculiaridades de la reinstauración de la democracia en

la Transición de finales de los 70. Según destaca Humanes (2003), la relación entre políticos y periodistas pasa de la subordinación a la complicidad. Ambos se necesitan mutuamente, unos para lograr legitimidad y otros para conseguir protagonismo. Unas estrechas relaciones que hacen de la prensa una pieza clave de la democracia. Aunque la complicidad y cooperación de los primeros años irá evolucionando gradualmente hacia un distanciamiento que convierte al periodismo en un contrapoder en los años 80.

Si las actitudes del periodista pueden ser variadas, también lo son las funciones que cumplen. Las últimas investigaciones sobre los modelos profesionales que se han realizado desde los años 60 han establecido cuatro categorías o funciones esenciales del periodista: a) adversario (activo en su oposición a los poderes políticos y económicos), b) difusor (que ofrece información rápidamente y verificada), c) intérprete (que tiene como objetivo discutir sobre la política nacional, investigar sobre los problemas complejos e investigar las actuaciones de los políticos) y d) movilizador-populista (que incentiva los intereses intelectuales del público, ofrece entretenimiento, establece la agenda política y permite a los ciudadanos expresar sus opiniones). En el estudio de Weaver y Wilhoit realizado en los 90 y citado por Humanes (2003), el modelo al que más profesionales se adscriben es el del periodista intérprete, pero hay que tener en cuenta que todos los roles son importantes y todos forman parte de la función del periodismo.

La conclusión que extrae Humanes (2003) de su estudio sobre la investigación de roles y actitudes del periodista es que los modelos profesionales no son antagónicos sino complementarios. Pero sean modelos ideales o modelos realistas, según la autopercepción de los profesionales sobre su trabajo, lo cierto es que en todos ellos la piedra de toque es la responsabilidad: todas las funciones mencionadas están enfocadas a satisfacer una demanda social. La idea de que los periodistas prestan un servicio a los ciudadanos continúa estando muy arraigada en los propios informadores, según una encuesta realizada en 1999, y de la que dan cuenta Kovach y Rosenstiel (2003). La primera lealtad del periodista es hacia el lector, por encima de los intereses de su empresa. Se trata de una convicción que contrasta con perspectivas más pesimistas que achacan precisamente al abandono de la independencia y al olvido de la idea de servicio al público una de las razones de la pérdida de credibilidad del periodismo. Así lo expone Fernando

Quirós: “La prensa ha dejado de ser parte de los contrapesos del poder porque ella misma es parte de él. (...) La antigua imagen del periódico como defensor del bienestar público en contra de los usurpadores, controladores y poderosos es algo cada vez más dudoso. Cuando el interés del público se encuentra con el de los negocios, es este último el que las empresas suelen considerar. Incluso su papel en la arena política, donde tradicionalmente se ha considerado a la prensa como parte de la oposición, siempre dispuesta a denunciar la tiranía del poder y a hablar en nombre de los ciudadanos, es algo que pertenece al pasado” (Quirós, 2002).

Sea algo perteneciente al pasado o una imagen que solo pervive en el idealismo de los profesionales, al fin y al cabo el rol del periodista como intérprete y participante en el espacio público sigue siendo necesario para la democracia o, en todo caso, un factor de la salud de la vida democrática. Y situar al ciudadano en primer lugar, un indicador de la responsabilidad social del periodismo. Tras lo visto hasta ahora, haré en los siguientes epígrafes una primera descripción del lugar que ha de ocupar un periodista en el escenario de la comunicación política si está dispuesto a asumir su responsabilidad con la democracia.

### **1.2.3. Un equilibrista de clase media**

Dominique Wolton ha utilizado la metáfora del equilibrista para describir el nuevo rol del periodista en nuestra época. Entiende este sociólogo francés que los profesionales de la comunicación deben mantener un delicado equilibrio para compensar el enorme poder que han adquirido en la democracia tanto con respecto a su influencia en la formación de las opiniones del público como en referencia a su estrecha relación con el poder. “Son los intermediarios indispensables entre el poder y la opinión pública. Pero ocupan un lugar delicado: tienen que mantener relaciones con el público, escucharlo, pero no hacer clientelismo periodístico. Deben mantener distancias y prudentes cercanías a la vez, tanto respecto de la gente, como de los políticos. De lo contrario puede acontecer una tragedia demagógica. Ocurre cuando los periodistas enuncian lo que las audiencias quieren oír, soslayando la información real. Y ocurre otro drama cuando se convierten en voceros de los políticos. En realidad, los periodistas son como volatineros. Deben transitar en una cuerda floja y, sin caerse, caminar por allí, a mitad de camino entre las élites y el pueblo. Su lema

tendría que ser: ni elitistas ni populistas. Deberían ser siempre capaces de decir cosas que no le gusten a nadie, pero que sean precisas y verdaderas. Creo que el genio de los periodistas se manifiesta cuando asumen que son de clase media. Porque ése es el origen social de la mayoría de los periodistas, y la clase media es el esqueleto de la democracia” (Wolton, 2005)<sup>4</sup>.

Según lo que hemos visto, los términos ‘mediador’ e ‘intermediario’ poseen algunos matices que no encajan con el auténtica papel desempeñado por el periodismo en la sociedad. Por ejemplo, entender el periódico como mediador implicaría una posición de neutralidad, algo difícil de mantener actualmente. Según una encuesta de 2004 citada por Diezhandino (2005), los políticos y el público ven a los medios informativos como un grupo de interés más, que en su mayoría sacrifican su vocación de servicio rendidos a la lógica de los beneficios o acosados por la batalla de las audiencias, en una dinámica que acaba por reducir el periodismo al relato de lo inmediato, sin análisis ni reflexión, y si puede ser espectacular, mejor que veraz. Sin embargo, puede ser más adecuado entender el periodismo como centro de reflexión, un espacio en el que ciudadanos y políticos dialogan, discuten, se enfrentan y en cuya gestión tienen los periodistas un papel protagonista, pues dirige el debate e influye en los políticos y en la ciudadanía. Con intereses propios, tanto ideológicos como mercantiles e incluso políticos, el periódico asume que tiene una responsabilidad con la sociedad en general. De ahí que su vocación social matice sus intereses particulares. Un periódico, en este sentido, ha de combinar la defensa de una línea editorial con el compromiso por enriquecer los puntos de vista propios. Sin embargo, conseguir esta equilibrada posición en el espacio público no es fácil. Y lo peor es que puede que no sea la posición que habitualmente ocupe la prensa.

Siguiendo con la metáfora del equilibrista, se puede decir que el periodismo actual está descentrado. Y si no está en su sitio no puede conectar, como es su deber, al poder con la ciudadanía. Muchos autores han venido denunciando que

---

<sup>4</sup> Entrevista en el diario *Clarín*, 10 de julio de 2005.

<http://www.clarin.com/suplementos/zona/2005/07/10/z-1011460.htm>

no sólo fracasa el principal objetivo del periodismo político de conectar a la clase gobernante con el público y de hacer comprensible la realidad de los asuntos políticos sino que con el tiempo se ha ido agrandando el foso que separa a los periodistas de su público.

#### **1.2.4. Escenario (no neutral) para el diálogo y la creación de valores**

En el proceso democrático la participación del ciudadano en los debates y su implicación en la toma de decisiones requiere para su cumplimiento el desarrollo de ciertos derechos. Es decir, en el juego democrático existen derechos que están engarzados y dependen unos de otros. Entre las instituciones indispensables para un proceso democrático, Dahl (1993) menciona la libertad de expresión política, incluida la crítica al Gobierno, y el acceso a una información libre y plural. Se trata de derechos primarios que son una parte integral del proceso democrático. Sin ellos no hay democracia. “La libertad de palabra es indispensable tanto para una participación efectiva como para una comprensión esclarecida; y lo mismo sucede con la libertad de prensa y reunión” (Dahl, 1993: 205).

Además, la democracia no es un fin sino un medio para el desarrollo de la libertad (Rodríguez Adrados, 2007). Su viabilidad, por lo tanto, dependerá en última instancia de la actividad de los individuos, de su cultura política y de los valores que decidan defender. En el centro de la democracia, como “el más radical de los inventos del nuevo individualismo y el nuevo igualitarismo griegos” (Rodríguez Adrados, 2007: 261) está la idea del hombre libre en su pensamiento y en el uso de su palabra. En esta idea original de la democracia, como un acuerdo humano basado en la igualdad de participación política y en la razón como guía para la toma de decisiones a través del diálogo, encaja el debate abierto como requisito indispensable. Y abierto significa precisamente que es construido mediante la confrontación de puntos de vista diferentes en el escenario de la comunicación política. En ese escenario de interacción, el periodismo actúa como una instancia cultural que produce marcos cognitivos, ventanas en las que “los hechos y los comportamientos políticos padecen la presión de los valores” (Del Rey, 1996: 383).

Entre las características de ese marco cognitivo formado desde la pluralidad por los medios en un espacio público democrático destaca, por lo tanto, que está impregnado de valores y que se crea con el lenguaje y a través del diálogo. En buena medida, a través de la razón, aunque también, indudablemente, con argumentos de tipo emotivo. Pero eso es algo que ya los pensadores griegos tuvieron en cuenta (Rodríguez Adrados, 2007). Sean intervenciones racionales o pasionales, lo importante en la democracia es que el poder es incapaz de imponer siempre su monólogo gracias al diálogo mediático, que será más fuerte cuanto más plural. De hecho, la comunicación política solo es posible en una sociedad pluralista. “Entender los medios de comunicación como una esfera de representación política es entenderlos como espacio privilegiado de diseminación de las diferentes perspectivas y proyectos de los grupos en conflicto en la sociedad. Eso significa que la buena puesta en marcha de las instituciones representativas exige que sean presentadas las voces de los diferentes grupos políticos, permitiendo que el ciudadano, en su condición de consumidor de información, tenga acceso a valores, argumentos y hechos que instruyen las corrientes políticas en competición y pueda formar su propia opinión política. Es lo que se puede llamar ‘pluralismo político’ de mass media” (Miguel, 2003).

Del Rey se apoya en el paradigma de Lasswell para analizar la democracia mediática entendida como un juego de lenguaje y ordenamiento del espacio público en el que las relaciones entre los valores son conflictivas y donde los medios de comunicación desempeñan un papel de “megamáquina hermenéutica que interpreta a la sociedad y que crea una cultura mediática del pret-a-penser” (Del Rey, 1996: 155). En un sistema abierto, ese proceso de difusión de valores es dinámico y conflictivo. Pero en democracia la conflictividad debe ser entendida como choque de interpretaciones en un marco de tolerancia. En la comunicación política los conflictos se hacen visibles y se ponen en vías de solución con el método democrático del diálogo racional. Los valores difundidos por los diferentes actores del espacio público entran en conflicto dentro de una cultura de consenso, aceptando la incertidumbre de las ideas y el pluralismo filosófico propio de una sociedad abierta. Los mensajes de los actores mediáticos son confrontados con otros mensajes surgidos de la sociedad. Las decisiones se toman en un clima de incertidumbre, con información incompleta, opiniones enfrentadas y valores opuestos en juego. Pero es en ese encuentro dialógico propiciado por la

comunicación política donde es posible reducir el margen de incertidumbre con argumentos y discusión.

Los medios de comunicación proporcionan escenario y recursos para el entendimiento contribuyendo así a la convivencia pacífica a pesar de los conflictos ideológicos. Este método de solución de conflictos desde el lenguaje es lo que da a la democracia superioridad moral sobre otros sistemas políticos. Ese era el orgullo de Pericles por un sistema que debía despertar “admiración” (Tucídides, 2007: 184). En las democracias modernas, los medios aportan interpretaciones de la realidad a partir de las cuales los ciudadanos desarrollan sus propias construcciones del mundo que les rodea. Esta idea del periodismo como lugar de interacción está claramente vinculada con las teorías de los medios como agentes de socialización y según las cuales el individuo participa en la sociedad con intercambios comunicativos a partir de la interpretación que hace del mundo según su experiencia, valores y conocimientos. Gracias al proceso de socialización, el individuo posee todo lo necesario para comunicarse, y la sociedad dispone de un trasfondo común que hace que el intercambio comunicativo tenga sentido y sea fructífero para el orden social.

En el centro de ese tejido social, el periodismo procesa y difunde información que el ciudadano necesita conocer. Otros grupos dependen de esa información igual que los medios dependen de otros grupos que actúan como fuentes, como por ejemplo el poder político. Para conseguir sus objetivos los medios dependen de otros grupos sociales. Y a su vez, los individuos dependen de los medios para conocer lo que ocurre y orientarse en la vida pública. Cuanto más compleja y cambiante es una sociedad, más dependen los ciudadanos de la información suministrada por los medios. Recurren a ellos porque carecen de información suficiente para dotar de significado a los acontecimientos que le afectan. Cuando ocurre algo importante, aumenta la demanda de información y de orientación sobre esa información. El ciudadano, ante la necesidad de comprender un acontecimiento, recurre a los medios aceptando la posibilidad de que sus mensajes le influyan en la formación de sus opiniones y actitudes, pero también siendo consciente de que su actitud (su nivel de dependencia con respecto a los medios y su nivel de exigencia) también influirá en la propia actitud de los medios. “La teoría de la culturización y la idea de la influencia indirecta, según la cual los medios producen un efecto socializador en las

audiencias, descansa en la idea básica de que el sistema de medios está implicado de forma activa en la creación de conocimiento compartido” (De Fleur y Ball-Rockeach, 1993: 404).

La teoría de la dependencia de sistemas, explican De Fleur y Ball-Rockeach (1993), destaca que el poder de los medios reside en los procesos cognitivos y lingüísticos desencadenados por un texto o mensaje, y en la difusión de conocimiento que sirve a los intereses de una elite, pero añade que el poder político también depende de las relaciones de microdependencia de pequeñas redes interpersonales con los medios, y que depende de ellas para procesar y recoger la información. Es decir, en el centro de información y reflexión que forman los medios de comunicación el poder no está sólo en los periodistas, sino que depende en gran medida de otros muchos grupos pequeños que tienen la información. Esta idea, que enlaza con la concepción del periodismo como una tarea compartida, adquiere más importancia con el acceso a las nuevas tecnologías.

Así las cosas, si la socialización es tan importante para la supervivencia de la sociedad en su conjunto y los medios son un factor de socialización, “es importante descubrir sistemas mediante los cuales los medios de masas desarrollen o modifiquen la base común de modelos estables de interacción social” (De Fleur y Ball-Rockeach, 1993: 275). Uno de esos sistemas será la promoción de debates intelectuales sobre los temas complejos de interés ciudadano y el fomento de los valores cívicos entre la ciudadanía, sin los cuales ni la democracia será sana ni la interacción social conducirá hacia la mejora de la convivencia.

Pero ¿cuáles son esos valores cívicos que definen a un buen ciudadano de una democracia y que tienen vinculación con la comunicación? ¿Qué valores cívicos ha de promover el periodista en su papel de actor social impulsor de debates? Intentaré responder a estas cuestiones en el epígrafe siguiente con el objetivo de culminar la argumentación sobre la importancia del debate periodístico en la democracia a partir de la vinculación entre la discusión como método de búsqueda de la verdad y el compromiso con los valores que encauzan el diálogo.

### 1.3. EL PERIODISMO Y LOS VALORES CÍVICOS DE LA CIUDADANÍA

Una investigación desde un enfoque ético de la relación entre debate periodístico y democracia exige repasar los conceptos de democracia, individuo y valores cívicos, para lo cual es preciso remontarse a sus orígenes en la Grecia clásica, un paradigma que ha servido de inspiración a una concepción deliberativa de la política que aquí también se analizará por su vinculación con una idea del periodismo que intenta reforzar su fundamento dialógico. El objetivo de este epígrafe es, por lo tanto, continuar nuestra argumentación sobre la vinculación entre democracia, debate periodístico y valores cívicos.

En la época moderna, los partidarios del carácter esencialmente deliberativo de la democracia defienden que la participación política favorece el desarrollo de buenas cualidades personales y sociales, por ejemplo la tolerancia y el interés por los asuntos públicos. La participación en el debate público ayuda a desarrollar la capacidad de razonar y escuchar y favorece la cooperación y la tolerancia (Sancho, 2003). El hombre tiene la capacidad potencial de desarrollar estas cualidades, pero “sólo los sistemas democráticos pueden proporcionar las condiciones en las que pueden desarrollarse plenamente” (Dahl, 1993: 115). A su vez, el desarrollo de la democracia exige un individuo solidario con el prójimo (Rodríguez Adrados, 2007). Lo que quiero destacar es que hay una mutua dependencia entre democracia, diálogo y valores cívicos. Los valores de la ciudadanía son, según Adela Cortina (1999), la libertad, la igualdad, la solidaridad, el respeto activo y la disposición a resolver los problemas a través del diálogo. Para el desarrollo de estos valores es necesario crear espacios de reflexión y debate desde los que fomentar un ambiente de solidaridad y sentido de comunidad, que implican diálogo y respeto de las diferencias; espacios participativos y dialógicos en los que cada actor se convierta en protagonista reflexivo en la búsqueda de soluciones a los problemas colectivos.

El desarrollo de estos valores ciudadanos requiere de una serie de virtudes sociales, económicas y, las que más interesan aquí, comunicativas, entre las que destaca la facilidad de involucrarse en la discusión pública, así como la disposición a hacerlo. Es decir, una cultura política que se manifiesta en los valores antes mencionados y que supone la base comunicativa que necesita toda democracia, entendida como forma de organizar la convivencia de individuos

diferentes que comparten un destino colectivo, pero discrepan sobre los medios y los fines.

La conformación de esta cultura ciudadana basada en el diálogo pasa necesariamente por la creación de espacios de debate donde se reflexione y discuta a partir de la información disponible, que a su vez deberá ser seleccionada, analizada y sistematizada para convertirla en estructuras de sentido (significados relevantes) capaces de orientar la acción ciudadana (Camacho, 2004). De la vinculación del debate periodístico con los valores cívicos surgirá el impulso renovador que supuso el Periodismo Cívico en los años 80 del siglo XX, y que será abordado en el capítulo 3 de esta tesis. En la promoción de ese diálogo abierto y del hábito de dialogar, el periodismo puede actuar como lo hacían la oratoria, el teatro o la sofística en la Grecia clásica, todos ellos ‘géneros democráticos’, según los define Rodríguez Adrados (2007).

### **1.3.1. Diálogo, democracia y valores cívicos**

Frente al concepto de política como conjunto de actividades relacionadas con la lucha por el acceso al poder, cuya más clara manifestación sería el dominio a través de la violencia, Hannah Arendt reivindica la tradición de la ‘isonomía’ de la ciudad-estado ateniense o la civitas de los romanos para abogar por la tesis de que la política es la acción humana configurada por el diálogo, el respeto y la persuasión mediante razones: “La polis griega fue esa forma de gobierno que daba a los hombres un espacio para sus apariciones, un espacio en el que podían actuar, una especie de teatro en el que podía mostrarse la libertad” (Arendt, 2003: 243). A partir del modelo histórico de la revolución americana, Arendt señala que la libertad, auténtico objetivo de la acción política, tiene su origen en la participación libre y en la creación de un espacio de deliberación, donde se buscan pactos, discuten argumentos, se hacen promesas o se aprueban leyes. La libertad política sólo cobra sentido al quedar instituida una esfera pública de participación libre (Antxustegi, 2007). En esta esfera pública, la praxis política une a los ciudadanos, tratados como iguales dentro de su diversidad, produciendo una dinámica comunicativa de interacción e influencia recíproca. Ese estilo de acción política, esencialmente dialógica, es el fundamento de todas las tentativas democráticas que el ser humano ha ensayado desde la Grecia clásica.

Mardones (citado por Antxustegi, 2007) resume este impulso democrático en los siguientes puntos: a) una forma de decisión política basada en la discusión generalizada, el poder de las convicciones comunes, la concertación y el mutuo entendimiento en pro de unas acciones comunes, b) la formación de una voluntad política mediante la libertad de información, expresión y discusión, c) la participación responsable en los asuntos públicos mediante la creación de un espacio público apto para ello, d) el objetivo final de erradicar la dominación del hombre por el hombre mediante la voluntad libre de los concertados.

Es decir, la meta de la democracia es la libertad y a ella sólo nos aproxima el establecimiento de un ámbito donde se pueda manifestar la libre participación. "Si comprendemos lo político en el sentido de la 'polis', su objetivo o 'raison d'être' sería el de establecer y conservar un espacio en el que pueda mostrarse la libertad como virtuosismo: es el campo en el que la libertad es una realidad mundana, expresable en palabras que se pueden oír, en hechos que se pueden ver y en acontecimientos sobre los que se habla" (Arendt, 2003: 244). Por eso en el centro de la democracia griega, dice Rodríguez Adrados (2007), estaba la idea del hombre libre en su pensamiento y en su libertad de palabra. Pero, advierte este autor, liberalismo y democracia, aunque no puedan prosperar separados, no son sinónimos. El liberalismo lo que hace es protegernos contra las tentaciones revolucionarias que ofrecen vías rápidas hacia los objetivos sacrificando los métodos liberales. La mejor protección es la herencia de los valores de la tradición cultural sobre lo que está bien y lo que está mal<sup>5</sup>. Convicciones morales, hábitos

---

<sup>5</sup> Cultura democrática significa que una sociedad cuenta con una serie de normas básicas de convivencia que existen de forma tácita y no se necesita poner en entredicho periódicamente. Hay un conocimiento común de una serie de normas sociales que cada ciudadano espera que el otro respete para el buen funcionamiento de la vida colectiva. Su legitimidad no depende del debate racional periódico sino de la aceptación tácita de los ciudadanos como la base de su confianza en el sistema. En una sociedad con cultura democrática no se discute sobre las libertades individuales sino que éstas están incorporadas a la conducta de todos como un hábito, como una atmósfera de las relaciones sociales. En el caso en que haya una norma injusta pero tácitamente aceptada (como las pequeñas corrupciones políticas) sí que se abre un proceso de indagación y

de discusión y respeto, que ponen límites a los excesos de la democracia, cuyo sentido básico es su capacidad de dar fundamento y espacio para la libertad. De ahí que Savater diga que en la vida pública toda acción política que no tenga en cuenta la libertad de todos no conduce a la libertad sino al libertinaje: “Los libertinos ejercen sus libertades públicas en la sociedad sin pensar nunca en ella como un conjunto institucional que debe armonizar la libertad de todos. Ven claros los deseos de su grupo (no son individualistas predatorios, sino más a menudo rebaños institucionalizados) pero no las exigencias de la convivencia general”<sup>6</sup>. En ese sentido, recuerda Savater, escribió Leo Strauss que la pregunta política por excelencia es ¿cómo conciliar un orden que no sea opresión con una libertad que no sea licencia? La respuesta que dio fue la educación. Lo opuesto al libertinaje será la civilidad, la virtud característica del ciudadano que busca el bien particular en consonancia con el bien común (Rubio Carracedo, 2005). Para Arendt (2003), la libertad, más que un atributo de la voluntad individual es una derivación de la experiencia de vivir con otros en un espacio público compartido, de modo que la libertad individual no solo no se realiza contra la sociedad sino que es impensable al margen de ella.

La cultura cívica es, pues, lo que alimenta y enriquece ese espacio democrático. Y ella se construye con la aportación de todos los ciudadanos y las instituciones. Por eso Rodríguez Adrados (2007) considera al teatro, la oratoria o la sofística en el mundo griego como géneros democráticos, porque se trata de literatura dirigida al conjunto de la ciudadanía, no a grupos de élite, en un ambiente de libertad. Los grandes temas humanos se presentaban ante la totalidad del pueblo. Domina en ellos el diálogo y la controversia. El libre debate es esencial en todos los géneros griegos, que surgen con plena libertad de opinión,

---

debate en el que se compruebe su legitimidad racional. Un país con cultura democrática se caracteriza por la ausencia de debates sobre los principios democráticos porque experimenta menos ataques a las libertades (Rivera, 2005).

<sup>6</sup> Savater, F. “El triunfo del libertinaje”. *El País*, 8 de diciembre de 2007. [http://www.elpais.com/articulo/opinion/triunfo/libertinaje/elpepiopi/20071208elpepiopi\\_4/Tes](http://www.elpais.com/articulo/opinion/triunfo/libertinaje/elpepiopi/20071208elpepiopi_4/Tes) [consultado en enero de 2007].

de palabra, de estilo. Hay debates en Herodoto y en Tucídides, en los oradores que defendían causas políticas, en los ensayos escritos por los sofistas, que querían sentar las bases de la democracia y del pensamiento político en la razón, aunque también destacaron la importancia de los argumentos de tipo emotivo. Del diálogo y el discurso nace toda la literatura ateniense, que es inconcebible sin el sistema democrático (Rodríguez Adrados, 2007).

Al cultivo de estas artes liberales y a la formación en ellas los griegos lo llamaban 'paideia', que era lo que facultaba a una persona a participar en la res pública. Únicamente pueden participar en la vida pública aquellos hombres que han adquirido cultura por medio de las artes liberales. De la misma forma, también la libertad era para los griegos una cuestión de conocimiento y no tanto de voluntad.

La democracia dependerá, así pues, de la fortaleza de esa cultura ciudadana en los hábitos liberales. Por lo tanto, es responsabilidad de todos aprender, cada día, a ser ciudadanos. En instituciones como la familia, la escuela y los medios "se debe comenzar a intervenir para generar procesos educativos que coadyuven en la formación del ciudadano activo, crítico y participativo" (Camacho Azurduy, 2004). En ellas se puede ayudar a cultivar las facultades necesarias para apreciar y practicar los valores ciudadanos. Por eso, la educación en la ciudadanía es, necesariamente, una educación en valores morales cívicos.

En conclusión, la deliberación democrática es imposible en una sociedad sin cultura cívica. Se ha extendido la idea de que existe un déficit de civilidad y que por lo tanto es necesario promover iniciativas dirigidas a fomentar la nueva ciudadanía que necesita una democracia deliberativa. En su relación con la razón pública, civilidad requiere de cauces institucionalizados para la deliberación que favorezcan la capacidad del ciudadano de tratar críticamente los diferentes mensajes difundidos por intereses discrepantes. En esta situación de crisis, Rubio Carracedo (2005) apunta algunos rasgos de la nueva civilidad, entre ellos, un sentido más dinámico y participativo en los debates públicos, más crítica y menos conformismo, más exigencia de autenticidad y transparencia, intolerancia con la hipocresía social, nuevos valores de creatividad y un sentido más exigente de la solidaridad. Todo ello implica una nueva sensibilidad para el mundo actual a cuya consolidación tienen que contribuir las instituciones políticas y sociales, los medios de comunicación (promoviendo debates plurales sobre los temas

importantes), y la opinión pública, donde los intelectuales deben dar expresión viva de ese carácter de civilidad y difundir sus valores democráticos.

Por último, en cuanto a la importancia de los medios en el cultivo de la cultura cívica, Sampedro (2000) plantea que el vínculo fundamental entre sociedad civil y esfera pública consiste en que esta última se crea a partir de los debates en instituciones (los medios de comunicación entre ellos) que conectan a los gobernantes con los gobernados en una esfera pública donde la gente ejerce de ciudadano accediendo a los debates en libertad. Pero ésta dependerá, como hemos visto, tanto del comportamiento de las instituciones como de la actitud cívica de los ciudadanos.

### **1.3.2. La condición humana de la pluralidad**

La idea de que la discusión entre ciudadanos libres e iguales es un método eficaz para la toma de decisiones sobre los temas de interés colectivo está en el origen mismo de la democracia. Hay en la polis griega un conjunto de actitudes racionales que sostienen todo el edificio público, entre ellas la creencia en la discusión pública y la desconfianza hacia la violencia. La discusión pública implica una fe en el libre examen de los problemas comunes en el ágora, el sitio en el que los ciudadanos deliberan. Nació así en Grecia una nueva forma de organizar la vida en común basada en la idea del gobierno por la palabra. Lo importante de Grecia para la historia de las ideas políticas, destaca Giner (1994), es el desarrollo de una concepción de la coexistencia humana bajo el signo de la libertad y la gestión común de los asuntos públicos. La discusión racional de cada problema, la presentación de las ideas mediante el diálogo para la contraposición de diversas posibilidades, constituye un elemento básico del sistema social democrático griego.

El fuerte sentimiento de pertenencia a la comunidad y de respeto por el orden establecido en la polis se conjuga, en la cultura política griega, con la idea de pluralidad como condición de la legitimidad del poder. Sólo de la pluralidad puede surgir lo que fundamentará la ley: el pacto o acuerdo entre los hombres. Sólo así la vida pública será la plasmación de la libertad humana. La falibilidad humana y la imposibilidad de que una persona posea la verdad total fundamentan la necesidad del diálogo, que pide libertad de crítica y disciplina

lógica. “En condiciones de pluralidad de opiniones y creencias, no parece que haya más posibilidad que la del diálogo para alcanzar un mínimo consenso acerca de cuál puede ser la verdad o lo que a ella más se acerca” (Giner, 1994: 26).

El diálogo es, para Arendt (1998), el fundamento de la identidad moderna porque es aquello que puede vincular a los hombres que viven juntos en su pluralidad y diferencia. Retomando la tradición griega, Arendt entendía la política como el lugar del encuentro entre el ser humano y la comunidad, un espacio plural interactivo donde los ciudadanos se muestran públicamente. Dimensión pública equivale, en el pensamiento de Arendt, a ser en común: no significa que pertenezca a todos sino que está a la vista de todos, expuesto a la mirada, es lo visible o reconocido. Esa dimensión comunitaria debe ser potenciada con la permanencia a través de la palabra en la esfera pública, donde el hombre nunca es sólo un sujeto, es algo más: alguien que siempre es mirado por alguien. La polis nace cuando a la preocupación por la vida individual se le añade el amor hacia el mundo común, que pone en relación a los hombres pero también los separa. No hay una fusión del individuo con el todo, sino una relación de pluralidad. El sujeto es la relación con otros sujetos. La comunidad es imposible, pero esa imposibilidad es lo que compartimos, dice Arendt. Por eso la condición preliminar del juicio es asumir el punto de vista del otro. La comunidad es inseparable de la alteridad porque relaciona a los hombres en su diferencia (Esposito, 2006).

La condición humana de la pluralidad (el hecho de que el mundo lo habitan hombres, en plural) es la condición ‘sine qua non’ de toda vida política, dice Arendt (1998)<sup>7</sup>. La vida humana no es posible sin la presencia de otros hombres y

---

<sup>7</sup> Una concepción solidaria del conocimiento humano no puede sostenerse sin una defensa firme del pluralismo, porque es éste quien nos otorga las armas necesarias para afrontar el carácter provisional de la verdad. En primer lugar, porque es una premisa de la confrontación dialógica, ya que ésta no es posible si no se comparte la posibilidad de acercarse a una verdad objetiva a través del aprendizaje de los errores propios y de las ideas de otros. En segundo lugar, porque es una consecuencia coherente de una actitud de humildad de quien acepta la insuficiencia del hombre como ser individual y comprende

las cosas que han hecho. Toda acción está condicionada por el hecho de que los hombres viven juntos. Lo público es el mundo común a todos nosotros, los objetos fabricados por los hombres y los asuntos tratados por los hombres que habitan juntos. Cosas que agrupan y relacionan a los hombres entre sí. Lo público es por lo tanto plural. Todos ven y oyen desde una posición diferente. “La realidad de la esfera pública radica en la simultánea presencia de innumerables perspectivas y aspectos en los que se presenta el mundo común (...) Sólo donde las cosas pueden verse por muchos en una variedad de aspectos y sin cambiar su identidad, de manera que quienes se agrupan a su alrededor sepan que ven lo mismo en total diversidad, sólo allí aparece auténtica y verdaderamente la realidad mundana” (Arendt, 1998: 66). En esa pluralidad de opiniones y perspectivas la realidad está garantizada por el común interés en un mismo objeto. A pesar de las diferencias hay un interés común por pensar en algo o hacer algo. Es decir, es el respeto por la realidad lo que mantiene un mundo común: “Si la identidad del objeto deja de discernirse, ninguna naturaleza común de los hombres, y menos aún el no natural conformismo de una sociedad de masas, puede evitar la destrucción del mundo común, precedida por lo general de la destrucción de los muchos aspectos en que se presenta a la pluralidad humana” (Arendt, 1998: 67). Esto ocurre por el individualismo puro (nadie está de acuerdo con nadie) o por el tribalismo (cada uno defiende la posición de su grupo), en ambos casos no hay diálogo, nadie ve ni escucha al otro, todos están encerrados en la subjetividad de su propia experiencia singular. “El fin del mundo común ha llegado cuando se ve sólo bajo un aspecto y se le permite presentarse únicamente bajo una perspectiva”, concluye Arendt (1998: 67).

Los productos de la acción y del discurso forman el tejido de los asuntos humanos y su realidad depende de la pluralidad humana, de la presencia de otros que ven. La acción y el discurso implican la presencia de otros, contacto con

---

que el pensamiento es siempre en esencia diálogo. La razón, recuerda Popper (2006) surge de la comunicación con otros hombres y el verdadero racionalismo se caracteriza por la conciencia de sus limitaciones. La frase socrática ‘conócete a ti mismo’, dice Popper (2006), está destinada recordarnos nuestras limitaciones intelectuales como individuos.

las acciones y las palabras de otras personas, no se puede actuar estando aislado. El actor siempre se mueve mezclado con otros actores, es actor pero también paciente. La historia que él comienza está formada también por las consecuencias en cadena de sus actos, cada reacción se convierte a su vez en una nueva acción. Las acciones humanas nunca se mueven en círculo sino que son ilimitadas.

De ese actuar juntos, de compartir actos y discursos, explica Arendt, surge la polis griega, que no es un lugar físico sino “un espacio entre los participantes que puede encontrar su propia ubicación en todo tiempo y lugar. Se trata del espacio de aparición en el más amplio sentido de la palabra, es decir, el espacio donde yo aparezco ante otros como otros aparecen ante mí, donde los hombres no existen meramente como otras cosas vivas o inanimadas, sino que hacen su aparición de manera explícita. Este espacio no siempre existe, y aunque todos los hombres son capaces de actos y palabras, la mayoría de ellos (...) no vive en él” (Arendt, 1998: 221).

### **1.3.3. Democracia deliberativa y los beneficios de la discusión**

Puesto que se trata de la confrontación de opiniones justificadas mediante la discusión, la democracia deliberativa se apoya en el debate (discusión y argumentación). Pero ¿por qué es bueno el debate, por qué es beneficioso para la toma de decisiones, por qué el debate hace más democrática y más libre una decisión?

Si la noción de libertad en los griegos se basaba en la noción de ciudadanía, de modo que ser libre era cumplir el derecho y el deber de participar en la vida pública, la libertad moderna, en cambio, deja al individuo la posibilidad de no participar, e incluye el derecho a la intimidad y a la vida privada. En este contexto, el pensamiento liberal liquidará el resabio aristocrático y tribal de la libertad de los griegos (Giner, 1994). A su vez, el carácter representativo de la democracia moderna pone también en primer plano el problema del sentido de la deliberación política y la participación de los ciudadanos.

El pueblo elige a sus representantes para que dirijan la política y tomen decisiones después de un proceso de discusión pública. El representante tiene el mandato de reflexionar, argumentar, contrastar opiniones y actuar, pero no tiene una instrucción concreta y cerrada de sus votantes. No se le elige para que haga

algo concreto sino para que tome decisiones que beneficien al conjunto de la nación. Pero esa decisión ganará en legitimidad cuando haya sido matizada por la confrontación de ideas y opiniones de todos los representantes. Entender así la deliberación significa que se acepta que el intercambio de opiniones es beneficioso e imprescindible para la toma de decisiones.

Desde los años 90 han proliferado las propuestas de nuevos modelos de ciudadanía que fomentan la participación en la vida política y combaten la apatía de los ciudadanos, considerada como uno de los síntomas más claros de la crisis de la democracia moderna. Modelos que presentan la participación como una responsabilidad del individuo en el mantenimiento de la libertad y el autogobierno. La obligación de participar en la vida pública, como forma de desarrollar ciertos derechos adquiridos, es un aspecto nuclear de estos modelos de regeneración democrática, que incluyen a su vez modelos de virtudes cívicas. Para Arendt llevar una vida privada significa vivir privado de cosas esenciales, por ejemplo “estar privado de la realidad que proviene de ser visto y oído por los demás, estar privado de una objetiva relación con los otros que proviene de hallarse relacionado y separado de ellos a través del intermediario de un mundo común de cosas” (Arendt, 1998: 67).

La democracia deliberativa es uno de esos modelos de renovación democrática que más impulso ha adquirido en los últimos años. La idea de democracia deliberativa surge como una reacción a la creciente despolitización de las sociedades occidentales. Una mayor participación de la ciudadanía y una forma diferente de hacer y de entender la política se plantean como vías de salida a la crisis de la democracia liberal representativa. Se aspira a una democracia basada en el diálogo, el debate y la argumentación como métodos más justos de organizar la toma de decisiones en la vida política (Sancho, 2003)<sup>8</sup>. Entre los

---

<sup>8</sup> Entre los autores que se han ocupado de la idea de deliberación, además de Habermas, Arendt y Cohen, Sancho destaca a:

Bessette, J. M. (1980). “Deliberative Democracy: The Majority Principle in Republican Government”. En Goldwin, R. A. y Schambra, W. A. (Eds.): *How Democratic Is The Constitution*, American Enterprise Institute for Public Policy Research, Washington.

antecedentes históricos de la idea de deliberación como fundamento de la política se suele destacar la Atenas de Pericles, en la que la participación en los asuntos públicos se consideraba una obligación del ciudadano y donde se entendía que la discusión abierta era un método idóneo para la toma de decisiones en política. Así lo vieron los Padres Fundadores de la democracia americana, que es vista por Arendt como un segundo gran eslabón histórico en la consolidación de la idea de la política como forma de organizar la convivencia desde el diálogo plural. Se suele citar también como antecedente el discurso de Burke, a finales del siglo XVIII, a los Electores de Bristol: "El parlamento no es un congreso de embajadores de intereses diferentes y hostiles, los que cada uno deberá sostener, como representante y defensor, contra otros; el parlamento es la asamblea deliberativa de una nación, con un único interés, el del conjunto, y en la que no debe primar ni propósitos ni prejuicios locales, sino el bien común, que resulta de la razón general del conjunto" (citado en Elster, 2001: 15).

El modelo deliberativo parte de la idea de que en nuestra sociedad existe una pluralidad de opiniones, valores, creencias y formas de vida. Lo genuinamente democrático no será la toma de decisiones a partir de las preferencias de la mayoría, ni tampoco tras una negociación de intereses en

---

Beniabiü, S. (1994). "Deliberative rationality and models of democratic legitimacy". *Constellations*, núm. 1 (1), 1994, págs. 26-53; *Democracy and difference: Contesting the boundaries of the political*. Princeton University Press. New Jersey.

Booiiman, J. (1996). *Public Deliberation: Pluralism, Complexity and democracy*, The MIT Press, Cambridge; "The coming of ages of deliberative democracy", *The Journal of Political Philosophy*, núm. 6 (4), 1998, págs. 400-425.

Dryzek, J. S. (1990). *Discursive Democracy: Politics, Policy and Political Science*. Cambridge University Press, New York.

Fismkin, J. (1995). *Democracia y deliberación. Nuevas perspectivas para la reforma democrática*. Ariel, Barcelona.

Gutmann, A. y Thompson, D. (1996). *Democracy and disagreement*. Harvard University Press. Cambridge.

Niño, C. (1997). *La constitución de la democracia deliberativa*. Gedisa. Barcelona.

conflicto, sino a partir del intercambio de razones y argumentos hasta alcanzar un acuerdo que favorezca el bien común y que todos los implicados puedan aceptar porque todos han tomado parte y se han analizados todos los aspectos de cada alternativa, incluidas las opiniones minoritarias (Sancho, 2003). Con un proceso así las decisiones políticas resultantes serán más legítimas porque son resultado de la voluntad del conjunto de la ciudadanía. Elster (2001) ve en el impulso que ha tomado esta idea de democracia la influencia de Habermas, para quien una elección política es legítima cuando es el resultado de una deliberación acerca de los fines entre agentes libres, iguales y racionales.

Pero, a mi parecer, la concepción de la política como deliberación forma parte de una constante del pensamiento liberal, que tiene los siguientes momentos cruciales:

El poeta Milton publicó en 1644 la *Aeropagítica*, un panfleto en defensa de la libertad de expresión, que lo convierte en un precursor de la doctrina liberal. “Su idea fundamental es la de que el error no puede triunfar sobre la verdad y que, por lo tanto, si permitimos la libre circulación y diálogo de las ideas, el error irá desapareciendo” (Giner, 1994: 262). La libertad de expresión responde sobre todo a la confianza en los beneficios que la discusión pública tiene para todos.

Tres años después de que Milton publicara su panfleto a favor de la libertad de expresión, nacía Pierre Bayle, a quien Giner (1994) señala como inspirador del espíritu de la Ilustración y punto de partida de la doctrina liberal por su defensa de la tolerancia política y su crítica demoledora del dogmatismo. A partir de finales del siglo XVII el liberalismo encuentra una formulación explícita con los pensadores Locke, Hume, Smith y Montesquieu, herederos de las doctrinas a favor de la tolerancia, el civismo y el respeto a la libertad individual (Montaigne, Spinoza, Voltaire). En Locke, primer gran teórico del liberalismo político moderno, se encuentra la primera justificación teórica de un régimen burgués representativo: el poder proviene del consentimiento voluntario de los gobernados, hombres libres que deciden vivir bajo ciertas reglas de juego establecidas. Lo que preocupa a Montesquieu es cómo se organiza el Estado para que se asegure la existencia de la libertad, que dependerá del equilibrio de poderes y de las costumbres y la virtud del pueblo, que es lo que mantiene el vigor de las instituciones. La libertad es entendida como una carga que los ciudadanos deben asumir (Giner, 1994). Los principios pensados por Locke y

Montesquieu se ponen en práctica en la constitución americana de 1789 y en la Carta de Derechos, cuyo primer artículo decía: se respetará la religión, la libertad de palabra y prensa, el derecho del pueblo a reunirse apaciblemente y el derecho de petición al gobierno. “La entrada en el derecho positivo de los principios racionales del natural marca un hito en la historia del pensamiento político, jurídico y moral occidental. No se trata solo de la aplicación de esos derechos, sino de la realización de toda una constelación de actitudes, valores y modos de entender la convivencia humana. Sin la confianza en la razón y el progreso tampoco hubieran podido plasmarse” (Giner, 1994: 346).

Pero es en J. S. Mill, el pensador más importante del liberalismo británico, donde encontramos la mejor argumentación a favor de la discusión pública en una democracia representativa. *Sobre la libertad*, publicado en 1859, es el texto más importante del liberalismo sobre el tema de la tolerancia. Su punto de partida es el problema de los límites del poder que puede ser ejercido legítimamente por la sociedad sobre el individuo, la lucha entre la libertad y la autoridad. Aunque el gobierno es elegido por el pueblo, dirá Mill, su poder debe seguir teniendo límites porque no representa a todos sino sólo a la mayoría y la sociedad necesita protegerse de la tiranía de la mayoría. El libro es una defensa del derecho de cada ciudadano a disentir y expresar su disensión. La publicación de las ideas encuentra su justificación en el derecho de las minorías a disentir. Por consiguiente, el mando sólo puede ejercerse mediante la convicción y la persuasión, no con la fuerza (Giner, 1994).

Como ya vieron los griegos, el fundamento de la discusión es la convicción de que nadie es infalible y de que la verdad total es inalcanzable. En el pensamiento liberal siempre ha existido la convicción de que la tolerancia era un remedio para las limitaciones del entendimiento humano: como somos falibles, todo erramos, por lo tanto, hay que ser tolerantes con los demás en la misma medida que pedimos comprensión para nuestros errores. La libre comparación de opiniones opuestas es un bien, pues sirve para discernir todos los aspectos de la verdad. Mill (1999) señala tres posibilidades en las que la discusión es indispensable para aspirar a un verdadero conocimiento: cuando una opinión aceptada pueda ser falsa, lo que descubriremos si escuchamos opiniones diferentes; cuando presumimos que nuestra opinión es verdadera, y así es percibido por la mayoría, también aquí será necesario confrontarla con las

opiniones erróneas para que la verdadera brille con más luz y claridad; y en tercer lugar, y este es el caso más común, cuando hay varias opiniones en conflicto y ninguna tiene toda la verdad, sino que todas ellas comparten algo de verdad, y por lo tanto de la confrontación de las opiniones surgirá una verdad matizada y más completa.

En todos los casos, señala Mill, se demuestra que no hay conocimiento acerca de “los negocios de la vida” si no nos entregamos a la discusión. “Ninguna opinión merece el nombre de conocimiento en tanto que, bien forzado por los demás, bien espontáneamente, no ha seguido el mismo proceso mental a que le hubiera obligado una controversia con sus adversarios” (Mill, 1999: 113). Es tan imprescindible la discusión que si no hubiera opiniones divergentes habría que inventarlas: “Tan esencial es esta disciplina a una comprensión real de los asuntos morales y humanos, que si no existieran impugnadores de las verdades fundamentales sería indispensable imaginarlos y proveerlos con los argumentos más fuertes que pudiera inventar el más hábil abogado del diablo” (Mill, 1999: 103).

Sin la confrontación dialéctica, hasta la más clara verdad se convierte en prejuicio. “La única garantía de la verdad está en que todos sus aspectos, todas las opiniones que contengan una parte de ella no solo encuentren abogados, sino que sean defendidos en forma que merezcan ser escuchadas” (Mill, 1999: 122). Sostiene este autor que en asuntos morales, políticos, de relaciones sociales y, en general, cualesquiera relacionados con “los negocios de la vida”, “las tres cuartas partes de los argumentos de una determinada opinión consisten en destruir las apariencias que favorecen las opiniones distintas de ella” (Mill, 1999: 102). Es decir, que defender una opinión consistirá en buena medida en rebatir las objeciones de opiniones contrarias, lo cual no se podrá hacer de forma satisfactoria y creíble si no las hemos presentado, y no sólo sintetizándolas sino exponiéndolas con claridad por boca de aquellos que mejor puedan defenderlas. Defender una opinión exigirá, además, una actitud de cierta imparcialidad y apertura de mente: sólo si somos capaces de ponernos en la posición mental de quienes piensan de manera diferente haremos justicia a sus argumentos y podremos rebatirlos.

Insiste también Mill en el carácter público de las discusiones para señalar que el principal beneficiario de la colisión de opiniones (por muy extremadas que

estas sean) no es el participante apasionado sino el espectador. Admite que la admisión de todas las opiniones, incluidas las más minoritarias o aparentemente poco juiciosas, puede tener el efecto de radicalizar las posiciones enfrentadas y polarizar en exceso el debate, pero destaca que el espectador sí será capaz de discernir con claridad la parte de verdad que hay en las opiniones expuestas.

Las implicaciones de esta teoría de la discusión en el ámbito del debate periodístico están claras a la misma vez que no son del todo apreciables en las últimas tendencias de un periodismo politizado y crecientemente polarizado. Lo explicaba Espada en un comentario en su blog: el pluralismo en el periodismo no se refiere sólo a lo que un ciudadano puede encontrarse en un kiosco cada mañana, sino que debe impregnar cada cabecera. Aunque servir de plataforma para el debate de ideas es una función clásica del periodismo, basta un vistazo por las páginas de opinión de los principales periódicos españoles para comprobar que la pluralidad en las firmas a menudo queda relegada por la tendencia a acumular opiniones alrededor de la línea editorial<sup>9</sup>. Más que la defensa de una determinada posición ideológica, por no decir partidista, el objetivo del periódico, en cuanto a la opinión se refiere, será, como dice Mill, ayudar al lector a clarificar la verdad en la colisión de las opiniones más dispares haciendo unas veces de abogado del diablo, otras de analista imparcial y también, por qué no, de apasionado defensor de ciertas ideas a través del contraste con ideas opuestas.

Los teóricos de la democracia deliberativa han retomado esta tradición para fundamentar la necesidad de un impulso a la participación del ciudadano en los debates políticos como forma de revitalizar la democracia. De sus reflexiones sobre los efectos beneficiosos del debate para la vida política moderna voy a destacar las aportaciones de dos autores, Gambetta (2001) y Fearon (2001), que pueden completar las ideas de Mill sobre la importancia del debate periodístico en la democracia. El primero defiende que el debate es bueno porque distribuye la información poniéndola al alcance de todos, lo que en cierta medida equilibrará la desigualdad que pueda haber entre los ciudadanos en cuanto a acceso a la

---

<sup>9</sup> Espada, A. "El periódico como una voz. Ya se encargará el kiosco de la suma de voces". <http://www.arcadi.espasa.com/000791.php>

información y capacidad de argumentar. El debate facilitará de esta forma el compromiso, mejorará el consenso y difundirá principios en la vida pública. Por su parte, las razones de Fearon (2001) para defender el debate se resumen en que facilita la revelación de información, permite conocer las preferencias individuales, pone al descubierto los intereses de cada participante y abre el horizonte de conocimiento y de experiencias compartidas. La puesta en común de las limitadas aptitudes individuales puede dar lugar a propuestas de solución más completas y acertadas.

Por último, un efecto beneficioso mencionado por Fearon (2001), que enlaza con los argumentos de este capítulo en el sentido de la interdependencia entre democracia, diálogo y virtudes cívicas, es el de que el debate mejora las cualidades morales y cívicas de los participantes, ya que supone un entrenamiento en virtudes cívicas e intelectuales y promueve el progreso mental de la comunidad. Si se cuenta con el ciudadano, éste se sentirá impelido a movilizarse intelectualmente, a informarse y a estar preparado para argumentar. Es decir, el debate hace mejores personas, mejores ciudadanos y fomenta el sentido de comunidad.

No obstante, advierte este autor, el debate es bueno en sí mismo, independientemente de sus consecuencias porque es la fuente de legitimación de las decisiones políticas. Ya que estas se van a imponer a todos es razonable que se garantice el derecho de todos a participar en un proceso previo de deliberación. Cuantas más personas intervengan en el debate público más legitimidad tendrá la decisión final y más aceptación.

Una vez argumentada la importancia del debate en una democracia, el problema que ahora surge es el de los participantes: ¿qué será más eficaz: un debate entre todos o un debate entre una minoría ante un gran auditorio?

#### **1.3.4. La garantía republicana de la disputabilidad: debate, voz y foro**

Se ha dicho que el fundamento del derecho humano a la información está vinculado con el fin existencial del hombre de participar en los asuntos públicos. He argumentado que el periodismo ocupa un lugar central en el tejido social de relaciones entre grupos que dependen unos de otros para orientarse sobre la realidad; y también que la implicación en el debate público es uno de los

principales valores de la ciudadanía que hacen posible una convivencia democrática. Con todo, ¿no será una utopía el método de la deliberación ciudadana en la sociedad abstracta de hoy compuesta por individuos aislados en sus vidas privadas? Para reflexionar sobre esta cuestión repasaré el concepto republicano de ciudadanía y lo someteré a crítica a la luz del liberalismo clásico. El objetivo de esta reflexión es un primer acercamiento a la forma en que los debates pueden desarrollarse en los medios de la sociedad actual.

A partir de la idea de libertad como no dominación, que es uno de los pilares del republicanismo, la democracia representativa no puede conformarse sólo con el respeto de la ley y la separación de poderes porque al final siempre habrá alguien que tomará decisiones con un cierto margen de discrecionalidad. Habrá entonces que garantizar de alguna forma que esas decisiones finales se tomen de tal modo que quede excluido el poder arbitrario. ¿Cómo evitar que el poder democrático caiga en la arbitrariedad y que sus decisiones finales respondan a intereses particulares y no al interés general? ¿Cómo conseguir que el ciudadano no vea como una imposición arbitraria las acciones del poder? Para la tradición republicana plantear la posibilidad de que la participación ciudadana en la vida pública sea una utopía es poner en duda la viabilidad misma de la democracia en la sociedad actual. Para afrontar el hecho de que uno de los inconvenientes con los que se encuentra la democracia en las sociedades individualistas es que el ciudadano tiende a desentenderse de la gestión pública, Pettit (1999) recurre al derecho a disputar las decisiones del poder como la piedra de toque de una democracia. Aceptando que es una utopía pensar que cada ciudadano dedique una parte de su tiempo de todos los días a reflexionar sobre todos los temas de interés público, el republicanismo considerará que un sujeto será libre no por lo que hace sino por lo que puede llegar a hacer. Un país puede ser considerado perfectamente democrático aunque sus ciudadanos no estén permanentemente participando en la vida pública. Lo que sí es una característica esencial es que, cuando el ciudadano lo decida, tenga la capacidad de debatir las decisiones del gobierno y que tenga poder para hacerle rectificar.

Para fundamentar la legitimación de las decisiones democráticas, Pettit (1999) recurre, por lo tanto, al concepto de disputabilidad: una decisión será legítima en democracia no cuando reciba el consentimiento ciudadano sino cuando haya permitido su discusión pública. Es decir, las minorías deben tener la

oportunidad de criticar y exponer sus opiniones sobre las decisiones que, aun siendo mayoritarias, interfieran en sus vidas o en sus intereses, y el poder democrático debe sentirse forzado a tener en cuenta hasta las críticas más minoritarias. Sólo así su decisión puede ser aceptada como no arbitraria ni como imposición, y sí como auténticamente democrática. El ciudadano, comparta o no la decisión, sólo podrá hacerla suya o aceptarla si se le ha dado la oportunidad de disputar esa decisión. Una acción del poder sólo será democrática si se ha decidido en condiciones de disputabilidad efectiva. No con el consentimiento de los ciudadanos sino con su activa discusión (Pettit, 1999: 242). Según la idea republicana, el ciudadano no verá las decisiones finales del poder como una imposición arbitraria cuando pueda hacerla suya porque ve que responde a sus intereses y respeta las interpretaciones de los ciudadanos, sus preocupaciones y su forma de pensar. Pero no se puede esperar que el asentimiento sea siempre explícito. Tampoco se puede conformar el poder democrático con la mera ausencia de protestas callejeras o manifestaciones. Ni siquiera será suficiente con que la decisión se tome con el apoyo de la mayoría, porque una decisión puede representar a la mayoría de la población y, sin embargo, tomarse sin el necesario respeto a las minorías.

A partir de esta idea, en mi opinión, al republicanismo sólo le separará del liberalismo más individualista una cuestión de matiz: cómo de intenso sea el debate, quién esté obligado a participar en él y en qué circunstancias. Para los liberales será suficiente con que la movilización ciudadana se produzca únicamente en momentos de crisis mientras que para los republicanos la participación en los debates deberá ser más asidua. Pero cualquiera de estas dos versiones de la democracia es válida para fundamentar la necesidad de un debate ciudadano en la esfera pública como termómetro de la vitalidad del sistema.

Podemos todavía concretar más la relación de esta idea de la disputabilidad con el debate periodístico si nos preguntamos cuáles son las condiciones que hacen de la disputabilidad un factor legitimador de una democracia. Pettit (1999) plantea tres condiciones: una base potencial para la disputa, un canal o una voz que sirva de cauce de la disputa y un foro que difunda la disputa.

a) Base. Para que las decisiones se tomen en condiciones de disputabilidad debe haber un debate, no es suficiente una negociación. Que haya mucha negociación no garantiza que la decisión final sea democrática. En la negociación

diferentes grupos con intereses contrapuestos buscan acuerdos intermedios haciendo concesiones hasta lograr una posición beneficiosa para todos ellos. El que negocia tiene una propuesta cerrada, no abierta, de la que sólo aceptará recortes después de hacer concesiones. En la negociación sólo puede intervenir quien tiene el poder de negociar. Sin embargo, explica Pettit (1999), en un modelo de debate las partes se interrogan mutuamente sobre la naturaleza y el alcance de ciertas consideraciones que pueden reconocer como relevantes de forma que la decisión se tome en sintonía con ese acuerdo sobre lo básico. Las preferencias no están dadas como en la negociación, sino que se forman, no se acude con un planteamiento cerrado. El debate permite al ciudadano disputar la raíz de las consideraciones y los principios de las decisiones que se van a tomar. El debate está abierto a todos los que tengan algo que decir sobre el tema, el peso no está en el poder sino en la razón. El debate exige que existan procedimientos en los que se plantean los puntos de partida, las consideraciones que se tienen en cuenta. Por lo tanto, exige libertad de información y transparencia. Cuando esto falta el poder recurre a la negociación. Se negocia cuando debatir resulta demasiado costoso, largo, difícil, cuando no se está dispuesto a poner en peligro las propias consideraciones sobre el tema en cuestión. El debate exige transparencia sobre los razonamientos en los que se basa la discusión. Exige que el poder aclare las consideraciones en que funda sus decisiones. En la negociación eso no es necesario, todo se reduce a un regateo, al pago de precios según las necesidades. Por eso los políticos prefieren esta última opción. Pettit conecta la idea de debate como base para la disputabilidad como condición de la democracia con el ideal de una república de razones, que entiende la política como deliberación a partir de consideraciones compartidas. Así, la existencia de debate, no de una mera negociación, será la marca de una decisión democrática. Y atajando las dudas sobre la supuesta esterilidad de los debates ciudadanos, Pettit los defiende como el más genuino desafío conversacional de la democracia, cuyo único requisito es que se compartan razones suficientes para el diálogo. La vida cotidiana está llena de conversaciones inacabables e interrumpidas y vueltas a retomar; y de decisiones tomadas con base en esas conversaciones que no llegan formalmente a conclusiones claras. Pero rara vez pensamos que una larga conversación haya estado de más.

b) Voz. Aceptando que existe el debate y la disposición a debatir, el siguiente requisito es contar con medios adecuados para intervenir en la disputa, defender los intereses o las interpretaciones de cada uno. La decisión será democrática si ha sido tomada tras un debate en el que todos los ciudadanos han tenido la posibilidad de participar. Un ciudadano que se sienta perjudicado por una decisión tiene que tener la oportunidad de manifestar su crítica, hacerse oír en el espacio público. Para dar forma a esta posibilidad habrá voces representativas de los ciudadanos y que serán tenidas en cuenta. El sistema debe preocuparse de garantizar que en cada decisión que se tome se haya escuchado a las partes interesadas y se hayan tenido en cuenta todas las perspectivas posibles. Esta inclusión en la vida política dependerá en gran medida de la fuerza que tenga una sociedad civil para organizarse y movilizarse para hacerse oír.

c) Foro. La voz encuentra a su audiencia en el foro. No solo un debate se realiza en el Parlamento, donde necesariamente está siempre distorsionado por los intereses partidistas. Tampoco las manifestaciones callejeras deben ser el método habitual para expresar la crítica a las decisiones del poder. Las voces encontrarán la audiencia adecuada si tienen opción de expresarse en un foro despolitizado y que permita el debate sereno. Una de las virtudes del foro será la fuerza del ejemplo. La fuerza disciplinadora del debate que obliga a las partes a argumentar y promueve la asimilación de hábitos democráticos y virtudes éticas. En función de los resultados se refuerza la confianza del ciudadano en el sistema, piedra angular del buen funcionamiento de una democracia en la que la gente se compromete a respetar las reglas porque cree que todos cumplirán sus compromisos.

### **1.3.5. Realismo liberal. Debate entre especialistas y sin imposiciones**

En Rivera (2005) encontramos, desde postulados liberales, una diatriba en toda regla contra la idea republicana de democracia deliberativa que me parece muy útil tener en cuenta para matizar los tintes idealistas o utópicos que pueda albergar el concepto de ciudadanía que manejo en esta tesis. “Los republicanos – dice- se mecen en la ensoñación de un ciudadanía activa y virtuosa, entregada sin descanso a deliberar y capaz de anteponer los intereses de la colectividad a los personales. Todo esto está a muchas leguas de la realidad y hay en este enfoque

una auténtica sobredosis de pensamiento desiderativo” (Rivera, 2005: 139). El liberalismo individualista, que reivindica la democracia representativa frente a la directa o participativa, parte de la idea de que frente a la libertad como la entendían los antiguos –activa participación de los ciudadanos en las tareas de la comunidad- la libertad de los modernos consiste en hacerse representar en el espacio público y retirarse de él para gozar de plena capacidad de decisión en un espacio privado protegido de las injerencias del Estado. Por lo tanto, la participación debe ser voluntaria. Constant, el autor más representativo de esta línea del pensamiento liberal, reivindica el derecho del ciudadano a no ser molestado porque lo prioritario es la libertad individual entendida como independencia y autonomía (Abellán, 2002). “Y por libertad yo entiendo –escribió Constant- el triunfo de la individualidad, tanto sobre la autoridad que pretende gobernar despóticamente, como sobre las masas que pretenden imponer su voluntad sobre la minoría” (Antón 1996: 99).

Esta concepción liberal e individualista de la vida social permite al ciudadano refugiarse en su vida privada porque que no depende de su participación que una democracia sea legítima ya que entiende que una característica del hombre moderno es que el individuo prefiere retirarse a sus asuntos privados renunciando a intervenir en la vida pública.

Rivera, desde un liberalismo que también podríamos llamar realista, arremete contra la confianza desaforada en el poder de deliberación para esclarecer el bien común y la idea de que el error en política proviene de la ignorancia y de la falta de debate. Para este autor se trata de un intelectualismo político de tipo dialógico no muy alejado del intelectualismo unipersonal que está en el origen del totalitarismo. Rivera percibe en los republicanos la tentación totalitaria de imponer soluciones políticas que deberían surgir de forma espontánea, y la tentación de entender por bien común una metapreferencia colectiva interpretada e impuesta. Considera que apostar por el diálogo en lugar de por el líder dogmático es un avance positivo, pero con dos claras dificultades prácticas:

- 1) No se garantiza que se alcance una unanimidad racional. La pluralidad de opiniones no es reducible siempre a la unidad en una deliberación. Por lo tanto, en última instancia, habrá que recurrir a la negociación o al voto. Se

sobrevalora, dice Rivera, la deliberación racional al pensar que de ella surgirá siempre la mejor solución para un problema.

2) En segundo lugar, es inviable decidir por deliberación todos los asuntos de una sociedad compleja y ordenar la colectividad de manera explícita, racional y consensuada. La deliberación, además, supondría un lastre para la solución de los asuntos públicos al pretender que todo quede sometido al escrutinio de la razón. “Una colectividad estructurada de manera republicana sería moral e intelectualmente agotadora para los ciudadanos” (Rivera, 2005: 139).

Desde esta perspectiva liberal, los republicanos cometen el exceso de convertir la ciudadanía en una profesión universal con exigencias inasumibles en el mundo de hoy donde la política es una forma más de ganarse la vida que requiere de conocimientos especiales y de amplia experiencia. Como ya decía Lippmann, según veremos más adelante, Rivera sostiene que el individuo no está capacitado ni tiene tiempo para ejercer de diligente ciudadano y sólo se movilizará cívicamente en los momentos críticos. Por ello, no es verosímil, dice, esperar una implicación activa y constante de la ciudadanía en los asuntos públicos.

El argumento liberal más fuerte contra el republicanismo es la idea de que imponer su concepto de ciudadanía supone reducir la cantidad y calidad de las libertades individuales. Rivera apuesta por confiar más en la espontaneidad de la evolución de las instituciones, que están ahí sin que nadie las haya diseñado, mientras que, en su opinión, los republicanos se obcecán en incrustar esas formas espontáneas de funcionamiento social en prácticas deliberativas racionales que arrastran al individuo por un agobio cognitivo que le impide dedicarse a aquello que más feliz le hace: su vida privada. Para el liberal, los proyectos individuales tienen prioridad sobre los colectivos. El individuo persigue bienes o fines individuales no vinculados premeditadamente con ningún bien común. La única forma de respetar la autonomía individual sería enfocar el bien común desde las normas y no desde los fines, de modo que el único bien común fuera el patrimonio normativo e institucional compartido, las reglas del juego.

En mi opinión, Rivera confunde el bien común republicano con un deseo colectivo impuesto de forma totalitaria. Puede haber discrepancias en lo que entendemos por bien común y eso no impide pensar que todos nuestros actos

tienen repercusiones sociales que hay que tener en cuenta. El error del liberal individualista consiste en considerar que pensar en términos de lo colectivo tiene necesariamente que suponer el pago de precios inaceptables en libertades individuales. Rivera piensa que cualquier objetivo colectivo que se quiera alcanzar siempre tiene un coste en términos de erosión de las libertades individuales. Sin embargo, también se puede pensar en el bien del colectivo como única garantía de las libertades individuales. Es decir, la defensa de una libertad individual puede también exigir la búsqueda de un objetivo colectivo. En esta línea, Habermas (1998) considera que ambas dimensiones están unidas. El ciudadano no podría hacer uso de su responsabilidad pública si no poseyera la independencia necesaria garantizada por su autonomía privada, y lo mismo a la inversa: es su capacidad de intervenir en lo colectivo lo que garantiza su libertad privada.

A diferencia del liberalismo individualista, que cree que en un marco de libertad los comportamientos egoístas darán como resultado la mejor satisfacción general, el republicanismo sostiene que la democracia requiere que el ciudadano interiorice el bien común y delibere sobre el mejor modo posible de lograrlo. No cree que las preferencias egoístas puedan ser el motor de una vida política que será regulada por una especie de mano invisible. El republicanismo pone la razón en el primer plano porque el objetivo es garantizar que el poder democrático no impondrá arbitrariamente su decisión simplemente por ser el más fuerte. En conclusión, esta apuesta por el debate como método democrático de resolver las disputas es lo que nos sirve de la tradición republicana para reforzar la vinculación del periodismo con la vida democrática.

### **1.3.6. Combinación de individualidad y participación. Mill y Tocqueville**

Una posición intermedia dentro del liberalismo la encontramos en el pensamiento de Tocqueville, que desde la defensa de la libertad como principal razón de ser de la democracia fue uno de los primeros autores en alertar del peligro del individualismo. Su conclusión será que la intervención activa de los ciudadanos en la arena política es un requisito para el mantenimiento de la libertad en una democracia porque es una forma de combatir dos peligros: la presión de las mayorías y el aislamiento o pasividad de los individuos. Lo más grave del individualismo, dice Tocqueville, son sus consecuencias sociales: el

hombre individualista se aleja de la esfera pública por creerse autosuficiente, pero los hombres aislados se vuelven más dependientes del Estado. Cuando se dejan de hacer las cosas por colaboración entre ciudadanos, se acaba esperando que sea el poder político quien las haga. “El despotismo ve en el aislamiento de los hombres la garantía más segura de su propia duración, y ordinariamente pone todos sus cuidados en aislarlos (...) Llama espíritus turbulentos e inquietos a aquellos que pretenden unir sus esfuerzos para crear la prosperidad común y, cambiando el sentido natural de las palabras, llama buenos ciudadanos a los que se encierran estrechamente en sí mismos” (Tocqueville, 1985: 191). No puede haber virtud política sin una ciudadanía que asuma sus responsabilidades públicas y sus deberes para con la sociedad. Por el contrario, el egoísmo individual es “como la herrumbre de las sociedades” (Tocqueville, 1985: 36). En el origen del individualismo hay, según Tocqueville, una noción errónea de libertad, que es entendida como derecho y no como deber. De esta forma Tocqueville se distancia del liberalismo individualista que, como hemos visto, ensalza la construcción de un mundo privado alejado de la esfera pública, para advertir sobre los efectos perniciosos de ese repliegue en la esfera privada. El autor francés, recomendará una vez más, para evitar este peligro de la democracia, el fomento de una cultura cívica que inculque al ciudadano la idea de que sus intereses particulares están relacionados con el interés general. “Para que la democracia impere se necesitan ciudadanos que se interesen por los negocios públicos, que tengan la capacidad de comprometerse y que deseen hacerlo. Punto capital al que hay que volver siempre” (Tocqueville, citado en Béjar, 2002: 335).

También Mill demostró que se puede combinar la participación política de la ciudadanía con el fomento de la individualidad en los ciudadanos. A la vez que aboga por una democratización de las instituciones y a todos los niveles de la sociedad, señala que, frente a ésta, el desarrollo de la individualidad es el objetivo más valioso de cada persona. Por ello es deseable fomentar el interés por el bienestar de los otros (el ejemplo de individuos originales, inconformistas y separados de la masa puede ayudar a otros a desarrollar su individualidad) siempre y cuando respetemos su libertad. Además, el criterio principal para valorar la mejor forma de gobierno es el papel que juega el individuo en la dirección de los asuntos colectivos, tanto por su participación como por la fortaleza de las cualidades cívicas de la sociedad que moldean el gobierno. Lo que

define a un gobierno representativo, el mejor en democracia, es que el ciudadano tiene voz en el ejercicio del poder e intervención real en la toma de decisiones y, además, que fomenta las facultades cívicas de los individuos. Esta forma de democracia es altamente exigente para la ciudadanía, que tiene que estar capacitada para cumplir los deberes de implicación en la política que se le imponen.

El análisis de la democracia de Mill y de Tocqueville se inserta ya en las condiciones de una incipiente sociedad de masas, caracterizada por la progresiva homogeneización de las costumbres y los modos de vida. Ambos escribieron sus obras tras la revolución industrial que transformó las ciudades en Gran Bretaña y que hizo aumentar las demandas de reformas democráticas que culminaron en 1884 con la aprobación del sufragio universal masculino. Las principales deficiencias de la democracia de entonces provenían de su elitismo, algo que se combate precisamente con más participación en la vida pública. Para garantizar la libertad individual y obstaculizar la intromisión del Estado en la vida de la gente, es necesario democratizar todas las instituciones, de modo que la sociedad no tenga excusa para pedir el socorro del poder para realizar acciones que puede hacer por sí misma. La libertad política necesita, dice Mill, instituciones democráticas y cultura cívica (Abellán, 2002). Como Tocqueville, también Mill ve tanto peligro en la retirada del individuo de los asuntos públicos como en la presión política de las masas.

Seguramente si presenciara las democracias actuales, Tocqueville, que se declaraba aristócrata y temeroso de la multitud, se horrorizaría ante la extensión de la mediocridad o ante el nivel de indefensión de los ciudadanos ante el poder. Sin embargo, me atrevo a decir que sus recetas para la regeneración de la vida democrática serían las mismas que las que extendió para los problemas de su época: participación ciudadana, implicación en la vida pública, fortalecimiento de las virtudes cívicas. Porque cuanto más se ha descuidado la libertad, más alto es el precio que hay que pagar para recuperarla. A esa cultura republicana, por la que se coloca la dirección real de la sociedad en manos de los gobernados, Tocqueville la llamaba “el arte de ser libre” (1985: 139).

Estos enfoques teóricos enlazan en el siglo XX con las posturas de Dewey, Habermas y Arendt. También para ellos la falta de participación política conduce al aislamiento y es uno de los factores que pueden dar origen al totalitarismo. La

destrucción del espacio público-político y el aislamiento de los individuos es una de las consecuencias del estado totalitario estudiado por Arendt (1982). Para Habermas, rotos los cauces de la comunicación en el espacio público los ciudadanos tienden a quedarse aislados y alienados unos de otros, y acaban comportándose como masa, sometidos a la supervisión del estado, movilizados únicamente en términos plebiscitarios (Habermas, 2005). En el otro extremo, recogiendo el testigo del individualismo de Constant, liberales conservadores como Lippmann, también desde el estudio de la sociedad masificada de las primeras décadas del siglo XX, llegaron a la conclusión de que la democracia debía ser protegida de las masas y de la tiranía de las mayorías. Para ello, se libera al ‘rebaño desorientado’ de la carga de ser ciudadano.

### **1.3.7. El precio de la libertad ciudadana**

De la gestación del mundo a la que Tocqueville y Mill asistían en el siglo XIX lo que en definitiva les interesaba, por encima de todo, era conocer si la democracia podía ir acompañada de libertad. Las ideas que ambos tenían de la libertad ensancharon la doctrina liberal. Mill entiende la libertad como el libre juego que permita la originalidad espiritual de cada individuo, que es la que puede constituir una sociedad rica (Abellán, 2002). De manera similar, el concepto de libertad en Tocqueville es una combinación de independencia individual (cada uno tiene el derecho a elegir su propio destino personal) y responsabilidad con el conjunto de la sociedad en la que la vida individual se hace posible y que conlleva el deber de participar en la vida pública. Si la igualdad es una premisa de la democracia, la libertad, en cambio, es un logro por el que hay que luchar.

Partiendo de esta idea de libertad, resulta oportuno enfocar el asunto del debate periodístico desde el punto de vista de la responsabilidad política. Para que la responsabilidad política sea efectiva se requiere una ciudadanía interesada por lo público y con la información suficiente para exigir responsabilidades a sus gobernantes. “Todo depende de crear y desarrollar en los ciudadanos un juicio político adecuado a la exigencia de responsabilidades. Un juicio al mismo tiempo inteligente y ligado a valores y creencias” (Águila del, 2005: 352), que es lo que hace posible nuestra convivencia y la democracia misma. Y en esta formación de una cultura democrática entre la ciudadanía vuelven a tener una responsabilidad

clara los medios de comunicación que, si son plurales, críticos e independientes, podrán “hacer surgir en los ciudadanos una sensibilidad especial ante estos temas que haga posible juzgar sobre la responsabilidad sin dejarse arrastrar por soluciones simplistas” (Águila del, 2005: 352).

Veamos en qué consiste, en opinión de Rafael del Águila, la responsabilidad ciudadana. Este autor conecta el concepto de responsabilidad como control del poder y requisito de la libertad con la idea de justificación pública en la línea de autores como Arendt y Habermas. Si la democracia es un proyecto colectivo, frágil y siempre amenazado, es responsabilidad de cada ciudadano colaborar en la defensa del mundo cultural y político que fundamenta nuestra vida en común, en el desarrollo de una forma de vida que construimos porque la consideramos la posibilidad misma de la libertad creada por los hombres en su pluralidad e interacción. Por ser condición de la libertad, la defensa de nuestra vida intersubjetiva y pública ocupa el lugar más importante entre las obligaciones del ciudadano. “La responsabilidad por la vida en la polis no puede abandonarse con pretexto alguno. En este aspecto el centro de la responsabilidad es el mundo, no el yo, es la ética política, no la moral individualista” (Águila del, 2005: 354). Se trata, como vemos, de una exigencia, de un precio que el ciudadano debe pagar por una vida libre. Si elige no ser súbdito sino ciudadano está obligado a comportarse como tal. Y por eso también, para que la democracia sea alimentada cada día con la libertad, la responsabilidad debe alcanzar no sólo a las instituciones políticas, sino que debe concretarse en prácticas democráticas de los ciudadanos en la esfera pública.

Al exigir que los gobernantes respondan de sus actos y expliquen las razones de sus decisiones para mantener nuestro apoyo o para desautorizarlos, lo que el ciudadano les está pidiendo es que se justifiquen con el uso de la palabra, con argumentaciones basadas en nuestros valores e intereses. Esa fundamentación de la democracia en la palabra es lo que otorga al debate la categoría de eficaz control y vigilancia del poder desde la ciudadanía. Y también está en la base de la conexión entre responsabilidad, como condición de la libertad en democracia, y discusión pública. La comunicación pública, pues, es lo que vincula a la política con la ética. “Sólo mediante un debate continuo en la esfera pública, sólo mediante la permanente y ubicua discusión de los asuntos que nos conciernen, sólo mediante la comunicación mutua con nuestros

conciudadanos, podemos controlar a quienes nos representan y hacernos cargo al tiempo de los distintos cursos de acción disponibles. La deliberación conjunta es, pues, uno de los elementos cruciales de la responsabilidad (...) El elemento dialógico es ineludible al concepto de responsabilidad porque constituye el fundamento último del control político: es la base del juicio ciudadano que servirá para apreciar la pertinencia de los actos de gobierno” (Águila del, 2005: 354-355).

Evidentemente, aclara Del Águila, este procedimiento deliberativo no elimina la posibilidad de la mentira, la manipulación y el engaño. Pero sí que contribuye a fomentar una cultura política que proporciona armas inteligentes a los ciudadanos para resistirse a la manipulación. Esa promoción de una cultura política que hace a los ciudadanos más libres, porque les proporciona formas de responsabilidad, también funciona como una garantía de calidad de las discusiones. La participación de los ciudadanos en el debate ayuda a situar la democracia en el ámbito de lo concreto y del sentido común frente a las tentaciones de alejar las discusiones hacia terrenos abstractos por encima de los intereses concretos de la comunidad. Del Águila sostiene que una democracia con poca participación ciudadana en la que los debates se dejan en manos de las élites de poder “se suele abandonar el tema de la convivencia política y el bien común, para centrarse en un vaporoso ser humano universal en referencia a cuya moralidad universal y abstracta se juzgan todos los actos” (Águila del, 2005: 357) de forma que constantemente se cae en apelaciones a los tribunales o en un espectáculo mediático-moralista alejado de los intereses de la vida diaria de la ciudadanía. Frente a esto, la implicación de los ciudadanos puede tener el efecto beneficioso de guiar la discusión pública hacia la búsqueda de soluciones prácticas a los problemas más acuciantes, comprometida con las formas de vida que sustentan nuestro orden político legítimo y libre.

## CAPÍTULO 2. ANTECEDENTES DEL PERIODISMO COMO FORO DE DEBATE

*"¿Dónde están la opinión pública, la esperanza democrática y todo lo demás? ¿Dónde están? Como una flor tirada entre los surcos." [Walter Lippmann]*

### INTRODUCCIÓN

Para analizar el presente de la prensa como creadora de espacio público para el debate es necesario estudiar sus antecedentes históricos -cómo ha evolucionado esta función de la prensa a lo largo de la historia-, y los orígenes teóricos de la concepción del periodismo como discusión.

En este segundo capítulo, por lo tanto, rastrearé los antecedentes teóricos del periodismo como foro público, las reflexiones y debates que ha suscitado este asunto desde sus orígenes y me detendré a analizar algunos momentos que han resultado claves en la configuración de la identidad del periodismo dentro del contexto de la teoría del espacio público como lugar en el que se forma la opinión pública.

En primer lugar se verá cómo en la época de la Ilustración los periódicos funcionan como impulsores del debate libre frente al poder. Frente a la autoridad del poder, la Ilustración propugna la autoridad de la verdad. Frente a un poder dominado por un círculo cerrado que actúa en nombre de la razón de Estado, la Ilustración se propone abrir el espacio del poder al público. Lo que romperá los muros de la política será la opinión, la fuerza de la crítica impulsada desde la ciudadanía que se moviliza en los cafés y otros clubes sociales. Gracias a la prensa el espacio público empieza a dejar de ser un mero instrumento de comunicación del Estado para convertirse en un incipiente lugar para el debate libre e incluso de crítica al poder. En la Ilustración encontramos también la idea de la lectura como una conversación, que tendrá acogida en los periódicos en el artículo de opinión.

Esta idea ilustrada de debate público entra en crisis a lo largo del siglo XIX con el auge de la prensa de masas. En ese contexto, el primer tercio del siglo XX aparece como uno de esos momentos clave en la reflexión sobre el papel de los medios en las sociedades democráticas. Investigadores y profesionales del periodismo denuncian los efectos nocivos que el comportamiento de la prensa de

entonces, marcada por el sensacionalismo y el auge de la propaganda, tenía para el sistema democrático. No obstante, si los ilustrados confiaban en los libros como vehículo para la difusión de su sueño de emancipación racional, los sociólogos de la Universidad de Chicago mantuvieron su fe en el periódico como instrumento para la realización de la utopía liberal. Lo que diferenciará al público de la masa, dirán Park y Blumer, es el juicio expresado tras la discusión crítica. Encontraremos aquí una formulación original de las funciones del periodismo que tienen que ver con esta tesis: la orientación de la discusión pública y la creación de comunidad.

En las preocupaciones de Park apreciamos el argumento de un debate intelectual que ha ido unido desde sus orígenes al periodismo moderno y que ha recorrido todo el siglo XX hasta llegar a nuestros días plenamente vigente: la discusión sobre lo que se le puede exigir al periodismo y al ciudadano desde el punto de vista del conocimiento de la realidad y de la participación en el debate sobre los asuntos políticos. Un debate que tuvo su primer gran asalto en los años 20 del siglo pasado con dos modelos de propuestas sobre el periodismo que plantearon Walter Lippmann y John Dewey. En este último se ha visto un impulsor de una línea de pensamiento que defiende el periodismo como un arte democrático entre cuyos objetivos esenciales figura el fomento de la deliberación pública y de la implicación de la ciudadanía en la discusión de los asuntos de interés general. Sus ideas merecerán, por consiguiente, un análisis detallado en este capítulo, que se completará con la aportación de la Comisión Hutchins, una reflexión académica, impulsada desde la profesión, sobre la responsabilidad que tiene la prensa en la vida democrática y que llegará a la conclusión de que entre las funciones democráticas de la prensa está la de servir de foro para el intercambio de comentarios y críticas.

Lo que da al periodismo una característica especial por su dimensión pública, dirá esta comisión que dio lugar a la teoría de la responsabilidad social de la prensa, es su irrupción en la conversación cotidiana desde la mediación del periodista. Por el foco que pone en la dimensión comunitaria del periodismo, su influencia en la vida pública y en la formación de la opinión pública, la teoría de la responsabilidad social que nace con la comisión Hutchins está conectada con todas las propuestas relacionadas con el periodismo como discusión ciudadana que vendrán después.

## 2.1. LA ILUSTRACIÓN CREA UN PÚBLICO DE LECTORES

Aunque la opinión pública como fenómeno es tan antigua como la sociedad humana, el término 'opinión pública' y lo que con él se quiere indicar es un producto típico del universo de la Ilustración (Muñoz Alonso, 1990), que entiende el espacio público como una comunicación entre iguales, plural y abierta a la participación de todos. Una prensa independiente del poder político y que todavía no se ha convertido en un negocio amplifica el debate ciudadano que se desarrolla en los cafés y salones literarios (Habermas, 2002). Con esa zona de debate, la prensa ayuda a crear un público con pensamiento crítico que exigirá derechos ciudadanos para convertirse en actor político. La libertad de prensa y de asociación fueron los dos mecanismos que marcaron profundamente el discurso político a lo largo del siglo XVIII dando lugar a una nueva práctica política. Las discusiones públicas en asociaciones y clubes creados al margen de la esfera de la iglesia dieron origen a un espacio público en el que nace la opinión pública en un proceso de debate y crítica política basada en la razón con libertad de participación. En este nuevo espacio ciudadano se desarrolla la libertad de prensa al amparo de la cual se publican panfletos y periódicos para difundir las reflexiones políticas (Lorente, 2002). En definitiva, la prensa funciona como un catalizador del proceso de formación de la opinión pública durante el siglo XVIII.

Aunque el debate del "espacio público" y del "espacio privado" surge en la antigua Grecia, en la conformación de la polis (Innerarity, 2006; Sennett, 1978; Arendt, 1998; Ferry, 1995), es en la Ilustración donde encontramos el origen del espacio público moderno. Así lo ha interpretado Habermas (2002), que ve en la creación de este espacio una reacción contra la dominación política del absolutismo. Frente a la autoridad del poder, la Ilustración propugna la autoridad de la verdad. Frente a un poder dominado por un círculo cerrado que actúa en nombre de la razón de Estado, la Ilustración se propone abrir el espacio del poder al público. Lo que romperá los muros de la política será la fuerza de la crítica impulsada desde la ciudadanía, que se moviliza en los cafés y otros clubes sociales. El núcleo del espacio público moderno será la autonomía de la conciencia individual, cuya fuerza no proviene del poder sino de su autoridad

moral para exigir justificaciones a la razón de Estado<sup>10</sup>. La crítica de la política, impulsada por la moral que se rebela contra la arbitrariedad del poder, irá configurando un espacio público que se sitúa enfrente del Estado.

Lo que diferencia al espacio público moderno del espacio público ideal del mundo griego, explica Habermas (2002), es que surge como un ansia de emancipación, como una reacción de la ciudadanía contra una forma de entender la política como dominación. Ambas concepciones del espacio público comparten su fundamento argumentativo: libertad e igualdad para participar en la discusión racional de los asuntos públicos; y también la idea de que supone un pilar imprescindible para el desarrollo de la democracia y la plena realización de sus ciudadanos. Según Habermas (2002 b), el proyecto de la Modernidad formulado en el siglo XVIII por los filósofos de la Ilustración, consistía en desarrollar la

---

<sup>10</sup> Es un lugar común de la filosofía considerar a Descartes como el primer pensador de la modernidad, aunque su pensamiento sea incomprendible sin el contexto cultural del Renacimiento. Para Nájera Pérez (2006), “el pensamiento humanista es el trasfondo cultural que filtra la herencia medieval que recibe el autor del Discurso del método, permitiéndole corregir en un sentido mundano, individualista y laico la antropología cristiana y avanzar hacia una nueva concepción —moderna— de la subjetividad. La experiencia decisiva en la comprensión cartesiana del ser humano será el movimiento criticista contra la autoridad y en favor de la autonomía intelectual que recorre el Renacimiento”. En el Renacimiento, el pensamiento humanista concibe al hombre como un ser libre y capaz de transformar su vida desafiando las servidumbres de todo tipo. A partir de esta nueva fe en el género humano, en el siglo XVII, Descartes (1596-1650) colocará al hombre individual en el centro de la filosofía: a él le corresponde el criterio de la verdad. Su reforma partió de un ataque a fondo al principio de autoridad en materia de ciencia y filosofía, oponiéndose a todo aquello que la razón no pudiese verificar. La razón, libre para indagar o investigar, será capaz de alcanzar la verdad. En su Discurso del Método, proclama la autonomía inviolable del pensamiento frente a cualquier otra autoridad. El descubrimiento de que la conciencia individual existe es el fundamento de su filosofía.

ciencia, el derecho y el arte, liberados de sus formas esotéricas, y enfocadas hacia una configuración racional de las relaciones vitales. El arte y la ciencia podían fomentar la justicia y la felicidad humanas.

Partiendo del descubrimiento del individuo y de sus derechos, la Ilustración es una invitación a la toma de conciencia de las posibilidades humanas de emancipación a través del conocimiento y de la propia inteligencia, una incitación a pensar por uno mismo, a la conquista de la autonomía intelectual como signo de la dignidad humana. Esa emancipación humana es, además, un fenómeno social, porque es toda la sociedad la que debe implicarse en ese proyecto de liberación de las autoridades externas. La libertad individual se entiende conectada con la libertad de los otros con los que vivimos (Habermas, 2002b). La emancipación necesita libertad para hacer uso público de la razón en un proceso colectivo de análisis y reflexión. De ahí la importancia de la comunicación, la libertad de expresión y la conversación.

Esta cultura del debate se desarrolla a partir de la creencia común en la sociabilidad natural de los seres humanos. Ilustración, civilización y sociabilidad iban unidas y de ellas dependía el progreso humano. En el análisis que hace Pagden (2002), que ve en la Ilustración el origen intelectual del mundo moderno, el cambio crucial que ocurre en el siglo XVIII en la filosofía del derecho natural es que el hombre es visto no sólo como alguien que está interesado en la propia preservación, sino como alguien con tendencia a la benevolencia porque ve en el otro un valor compartido: su dignidad como hombre. La sociabilidad humana se basa en la idea de que toda la humanidad comparte la misma capacidad para el reconocimiento mutuo. En este sentido, la Ilustración fue muy rica en instituciones de sociabilidad. Se fomentaban los valores sociales del intercambio de conocimiento en foros de debate en academias, salones, sociedades de lectura y logias masónicas, desde donde se desafiaba a la sociedad dominante. En los salones ilustrados, filósofos, políticos, abogados, hombres de letras y otros ciudadanos destacados participaban en las discusiones como portavoces de la opinión pública.

Las sociedades de lectura, donde las elites locales leían y debatían, eran a finales de siglo XVIII una característica consolidada del paisaje de las ciudades europeas. Asimismo las salas de lectura de las librerías contribuían a difundir entre un público amplio los discursos de la Ilustración. Las logias masónicas son

también instituciones de sociabilidad democráticas del siglo XVIII, a pesar de la exclusión de las mujeres y su limitación a las ciudades y a los ciudadanos cultos. Pero sobre todo destacan como instrumentos de sociabilidad y difusión de los debates ilustrados los cafés, como lugares de encuentro e intercambio de información, y los periódicos. Addison, el dueño del *The Spectator*, se jactaba de haber llevado los debates filosóficos de las bibliotecas a los cafés, más abiertos, accesibles y populares. Los cafés se conciben como lugares para la conversación como medio de mejora social y forma de participación en la vida política. Eran espacios de debate regidos por el principio de relevancia de los argumentos aducidos. Se va formando así en las ciudades un público de lectores gracias al entramado de relaciones sociales que tienen lugar en cafés, teatros, museos y tertulias literarias, escenarios donde el protagonismo recae en los ciudadanos, que toman las riendas de la cultura al margen de las autoridades estatales y religiosas.

### **2.1.1. Periódicos para el uso público de la razón**

A este nuevo espacio público burgués diferente del representado por la Corte aparece vinculado el nacimiento de la opinión pública moderna, según la tesis de Habermas (2002). Según esta nueva concepción moderna de opinión pública, la opinión es un término político (no sólo moral) de ámbito colectivo, un proceso colectivo de desvelamiento de la verdad. Es una institución colectiva, pero no monolítica. Se entiende como un proceso múltiple, plural, fluido y polémico de comunicación continua destinado a analizar críticamente la realidad, sin dogmas ni secretos. La ciencia de la Ilustración no se basa en un sistema dogmático ni siquiera en un nuevo método, sino en una redescrición de la realidad a través de la presentación clara de todas las fuentes posibles del entendimiento humano. Para enfrentarse al laberinto de la realidad, los modernos confían en los mapas, que nos guían ofreciéndonos una pluralidad de visiones, rutas e itinerarios diferentes (Pagden, 2002). La opinión pública así entendida tiene un carácter de utopía democrática cuando se espera que todos los ciudadanos participen en esa discusión racional sobre los asuntos públicos.

Y es la imprenta el instrumento utilizado para movilizar al público. Con vocación educadora, Voltaire y los filósofos ilustrados aspiraron a la creación de una opinión pública justa y racional, desde la defensa de la libertad de conciencia.

Se apela a la opinión pública como tribunal de la razón, aunque no se sepa bien quién es su portavoz. Aunque insistieron en subrayar que la opinión pública representaba la parte mejor de la sociedad, el público culto (Tortarolo, 1998), los ilustrados creían que el público sería capaz de ilustrarse a sí mismo si disfrutaba de libertad de prensa y era capaz de mejorar a través del uso público de la razón.

Dentro de la revolución de la lectura que caracteriza la época de la Ilustración (multiplicación de la oferta de libros, democratización del libro con el pequeño formato, extensión de las fórmulas de alquiler de ejemplares y lecturas en lugares públicos), destaca la espectacular transformación de los periódicos (Chartier, 1998). La Ilustración es el primer momento histórico en el que la prensa recoge del libro el testigo de la misión formadora del público, de pedagogía de la cultura escrita y de animador del debate.

La aparición de la prensa marca el cambio más importante en la estructura de la opinión pública, desde el modelo griego al modelo burgués, según Habermas (2002), que sitúa el nacimiento de la prensa a finales del siglo XVII cuando por primera vez es posible una difusión pública de las noticias y una información accesible para el público en general. Esta difusión de noticias nace de la mano del intercambio de productos en los mercados. En este tráfico de mercancías y noticias del capitalismo está el origen de la prensa: “La información periodística profesional obedece a las mismas leyes del mercado, a cuyo surgimiento debe ella su propia existencia” (Habermas, 2002: 59). La prehistoria del periodismo moderno se encuentra en el periodo de capitalismo temprano (financiero y comercial). El negocio capitalista exige transmisión de mercancías y de información. Primero las noticias comerciales sobre los mercados se hacen públicas a través de correspondencias. Pero este intercambio de noticias se hace cada vez más complejo hasta que escapa al control de los individuos.

Lo mismo que ocurría con el libro como medio de influencia de la Corte sobre el resto de la sociedad, ocurre después con el periódico. Los burgueses lectores de prensa lo utilizan como un órgano de crítica del sistema social dominado por la aristocracia y como un medio de arrebatarse al Estado el monopolio de la información. Según el análisis de Habermas (2002), gracias a la prensa el espacio público empieza a dejar de ser un mero instrumento de comunicación del Estado para convertirse en un incipiente lugar para el debate libre e incluso de crítica al poder.

“La burguesía utiliza a la prensa como un arma contra el dominio que la corte de los reyes absolutistas pretendía ejercer sobre ellos. Así la prensa se convirtió en el mecanismo más importante para transformar el espacio público; por medio de ella, la burguesía tratará de que lo público deje de estar centrado y monopolizado por el Estado y pase a ser un espacio de discusión, un lugar en donde un conjunto de personas privadas puedan ejercer sus capacidades racionales, mediante el juicio racional. Este espacio público se convirtió en un espacio de crítica al poder público estatal. Y este espacio de crítica racional será la base de una de las ideas más importantes en la historia política y social de Occidente: la opinión pública como juez de los asuntos que son de interés público” (Elizalde, 2003: 83).

A finales del XVIII se produce una impresionante aceleración del número de creaciones de periódicos. En 1789-1790 hay una explosión periodística. Por ejemplo, en el último decenio del siglo aparecen en Alemania más de mil periódicos nuevos. Aumenta el número de títulos y aparecen nuevos tipos de periódicos: semanarios morales, históricos y políticos. “La prensa se convierte así en el soporte favorito de una sociabilidad política que somete a debate los acontecimientos recientes, las reformas del Estado o los conceptos fundamentales de la filosofía política” (Chartier, 1998: 246). Todo ello contribuye a la creación de un nuevo tipo de lector y sobre todo de nuevas formas de lectura (no solo solitaria, sino también en sociedad, didáctica, desenfadada, irreverente, etc).

En definitiva, la prensa (periódicos que ofrecían críticas sobre obras literarias primero y sobre la información política después) contribuye a dar un público a la Ilustración. En Inglaterra, desde principios de siglo XVIII los periódicos intervienen en el debate político desde una postura muy militante. Los semanarios aprovechaban su perspectiva sobre la actualidad para ofrecer artículos de fondo o ensayos sobre temas políticos. Estos comentarios se pueden considerar como antecesores del moderno artículo editorial. Así describe José Antonio Marina la irrupción de la prensa como un invento de la Ilustración en su lucha contra los dogmatismos: los tenderos leían la prensa en voz alta, panfletos políticos abarrotaban las librerías, se discutía en cafés, salones, clubes, sociedades literarias y logias masónicas, los vendedores voceaban los panfletos por las calles y “todo el mundo peroraba, sentado, de pie, encaramado a las mesas, o aupado en las verjas del jardín. Había una locura discursiva, un debate impaciente (...) Todos

los días se publicaban al menos una decena de [panfletos políticos virulentos contra los gobernantes], y el público los esperaba con expectación” (Marina, 2003: 28).

A través de los panfletos, los periódicos o los libros, la lectura es el vehículo de la participación en la política a partir del intercambio de opiniones. El origen de la opinión pública moderna está en la lectura y la conversación, en el libro y en la discusión de los lectores (burguesía instruida y educada literariamente) sobre las obras leídas, en la cultura lectora creada por los gabinetes de lectura, sociedades de lectores, bibliotecas, librerías y la producción de revistas, periódicos y libros, en las conversaciones de los salones, clubes y cafés, y de otras asociaciones surgidas de la Ilustración que forman estructuras de comunicación pública. La discusión racional entra con la crítica literaria y artística, que es la encargada de difundir los principios de la Ilustración. Las discusiones de los cafés continúan en los periódicos para volver luego tras la lectura a la conversación social. Los lectores, el público con sus costumbres y su moral, son el tema de los periódicos.

### **2.1.2. Lectura, conversación y debate político**

La novela de la Ilustración tenía una vocación crítica, como participante de una literatura de combate y divulgación de ideas. Los ilustrados conciben la escritura de novelas como la oportunidad de entablar una conversación con un lector que se embarca, al abrir el libro, en una aventura intelectual de emancipación. Conversación implica contar con el lector y la novela de la Ilustración a lo que aspira es a convertir a ese lector en un filósofo. Pero la filosofía no está en el mensaje sino en la propia actividad de conversar: “Se encuentra plenamente del lado de un lector al que el tono conversacional y deshilvanado de la novela de la Ilustración le deja por entero la oportunidad de acabar, de modificar, los pensamientos esbozados por el autor” (Séité, 1998: 256). La clave está en que se incita al lector a participar, a implicarse en la discusión, a tomar partido, a pensar y a conversar. La novela ilustrada no acepta del lector una adhesión pasiva al mundo que se retrata. Si la carta es la forma narrativa más dialógica, libre para abordar cualquier asunto, discontinua, plenamente digresiva y con apelaciones al lector, el artículo de opinión, que tiene mucho de discurso

epistolar y que era prioritario en los periódicos de finales del XVIII, es el género periodístico que más se acerca a un tipo de conversación con el lector.

Los primeros periódicos tenían carácter político y literario: noticias sobre diplomacia, viajes de reyes y nombramientos, y también reseñas y críticas de libros. Con la revolución francesa la cultura de la discusión pública se extiende desde la literatura y la crítica a la vida política. “La politización de la vida social, el auge de la prensa de opinión, la lucha contra la censura y a favor de la libertad de opinión caracterizan el cambio funcional de la red expansiva de comunicación pública hasta mediados del siglo XIX” (Habermas, 2002: 4).

En Inglaterra la discusión pública entra en el terreno político en el cambio de siglo del XVII al XVIII: la abolición de la censura previa permite la penetración del razonamiento en la prensa, que da fuerza a la nueva tribuna del público. En los periódicos, Defoe y Swift conectan literatura y política. Con el *Craftsman* (1726) y el *Gentleman's Magazine* la prensa empieza a ser un órgano crítico del público, donde es habitual el comentario de oposición al poder, el Gobierno y la Corona en el caso británico. Según ha señalado Habermas (2002), un momento importante en la transformación de la prensa llega con el desafío que plantea a la prohibición de la publicación de los debates parlamentarios hasta que en 1803 consigue permiso para asistir a los debates y en 1834 se instalan tribunas para los informadores, lo que hace del Parlamento un órgano más de la opinión pública. La discusión se extiende a todos los asuntos de gobierno: separación de poderes, libertades, corrupción, patriotismo, etc. De esta manera, a finales del siglo XVIII la opinión pública tiene ya reconocida su función de crítica política. “El raciocinio político del público ha llegado a articularse de tal modo que en el umbral del siglo XIX desempeña ya el papel de un permanente comentarista crítico, arrebatando la exclusiva al Parlamento y convirtiéndose en el interlocutor oficial de los diputados” (Habermas, 2002: 102).

## 2.2. LA CRISIS DEL ESPACIO PÚBLICO EN EL SIGLO XIX

Con el auge de la prensa en el siglo XIX y el crecimiento del público lector, la idea de la opinión pública como un agente que influye en la política se

consolida en las teorías democráticas del siglo XIX con Mill y Bentham<sup>11</sup>, según Price (1994: 27). Los periódicos de entonces destacan por los artículos de opinión de carácter político con los que se interviene en el debate, se defienden diferentes ideologías y se intenta influir en la acción de los ciudadanos. Pero precisamente este auge de la prensa a lo largo del siglo XIX hasta convertirse en medio de masas, unido al advenimiento de las democracias masivas, provocará una gran transformación en el espacio público (Ferry, 1995). Según Thompson (1998), la generalización de la prensa periódica supone el comienzo de un proceso de institucionalización de la función mediadora de los medios de comunicación en la sociedad, una característica esencial de la modernidad. Este aumento del poder de los medios en la sociedad transforma las interacciones sociales creando nuevas formas de intercambio simbólico sin el carácter dialógico propio de las discusiones de los cafés y tertulias de la Ilustración. Se resentirá así el fundamento argumentativo del espacio público.

En el siglo XIX el proyecto de la Ilustración de debate libre, crítico y racional en la prensa se trunca también debido a la presión del poder político y del poder económico. La influencia del Estado y las relaciones públicas junto a la mercantilización de las empresas periodísticas convierten la comunicación en un producto para el consumo o para la propaganda. A medida que la producción cultural se organiza conforme al mercado va perdiendo fuerza la idea de una esfera pública basada en el entendimiento racional. Bajo la presión del mercado y del poder político el concepto ilustrado de opinión pública entra en una grave crisis de legitimación. La tesis de Habermas (2002) es que la racionalidad técnico-burocrática del sistema capitalista expulsa de la esfera pública a los ciudadanos y a sus intereses, lo que provoca un progresivo alejamiento de la vida pública y del debate y, por lo tanto, también un deterioro de la democracia.

---

<sup>11</sup> En los años 40 del siglo XIX Bentham consideraba a la prensa como un órgano importante del tribunal de la opinión pública (Price, 1994: 28) y propugnaba la institucionalización de un tribunal de la opinión pública, dedicado al seguimiento crítico de las acciones del poder. Bentham confiaba en la capacidad del individuo de informarse y deliberar y de hacer uso de su libertad de expresión, de modo que la participación en los asuntos públicos favorecería finalmente el bien común (Colomer, 2002).

### 2.2.1. La prensa se convierte en un negocio

El proceso de industrialización y comercialización de la información posibilita el surgimiento de la prensa de masas y con ella la figura del periodista moderno. Por primera vez la tecnología permitía que el periódico llegara a grandes sectores de la población. La transformación es tan importante que afecta incluso a la redacción periodística (Salaverría, 1997). En la época de la Declaración de la Independencia, explican De Fleur y Ball-Rockeach (1993), había en USA sólo 35 pequeños periódicos de venta por suscripción y con escaso público. Era necesario una serie de cambios sociales y tecnológicos que hicieran posible el nacimiento de la prensa de masas: el auge del mercantilismo, el ascenso de la clase media, la mejora de la educación y avances tecnológicos para la impresión. Posteriormente la extensión del ferrocarril ayudó a la distribución de periódicos y el telégrafo dio un gran impulso a la transmisión de noticias.

El 3 de septiembre de 1833 el impresor Benjamin H. Day lanza el New York Sun con el lema "brilla para todos". Una nueva era para el periodismo empezaba así con el rotundo y rápido éxito popular de un periódico barato dirigido a la clase obrera recién alfabetizada y que publicaba reportajes sensacionalistas, noticias locales y de interés humano y artículos humorísticos de tribunales. El Sun ampliaba el concepto de noticia: no sólo política sino también historias humanas trágicas, insólitas o simplemente divertidas. Aunque a lo largo del siglo XIX la prensa había tenido un marcado carácter político y los periódicos tomaban partido en las pugnas partidistas, cada vez fue adquiriendo más importancia su función de transmisión de noticias. Los periódicos se convierten en medios capitalistas que buscan el lucro y tratan al lector como consumidor más que como ciudadano.

Según el análisis histórico de De Fleur y Ball-Rockeach (1993), las últimas décadas del siglo XIX, una época de cambio social, fueron decisivas para el auge del periódico y el comienzo de un nuevo tipo de periodismo. La prensa evoluciona en un contexto de conflicto social y cultural (guerra civil, oleadas de inmigración, auge de las ciudades, transición a la sociedad industrial, extensión de la alfabetización) y en 1880, con una amplia audiencia, es ya un buen negocio. La clave para obtener beneficios era vender un número elevado de ejemplares, lo que llevó a una lucha a muerte por aumentar las ventas recurriendo a todo tipo

de medidas que hicieran más atractivo el producto entre un público masivo y con poca formación. El resultado fue el sacrificio de la responsabilidad con el ciudadano en nombre del aumento de las ganancias, dejando a un lado la ética y desistiendo en la búsqueda de la verdad para utilizar cualquier atajo que atrajera lectores: la exageración e incluso la mentira. El sensacionalismo o periodismo amarillo subvirtió los cánones éticos a los que se debía la profesión. En vez de servir de guía a los lectores, los periódicos les ofrecían sólo un llamativo y barato escaparate de historias exageradas y superficiales.

Editores independientes empiezan a comerciar con la prensa como producto cultural que ocupa el ocio de los habitantes de las nuevas ciudades. En 1910 circulaba más de un ejemplar de periódico por hogar en Estados Unidos. En 1920 la circulación por hogar era de 1,30. Fue la cima de su éxito en la sociedad norteamericana. La prensa se convierte en una organización más del mercado cultural. Como consecuencia, el mercado se erige como regulador de la conversación ciudadana. En este proceso de institucionalización del mercado cultural encuentra Habermas (2002) la causa de la deformación de la opinión pública, el primer gran obstáculo para la viabilidad del plan ilustrado de la discusión racional porque no puede haber racionalidad (discusión crítica de las obras) en el espacio público, dice, mientras éste tenga una estructura de mercado.

El ideal de la opinión ilustrada formada con el debate libre y racional se percibe en la realidad más como un choque de opiniones poco argumentadas debido sobre todo a la escasa formación cultural de un público masivo y fragmentado, más expresión de intereses particulares que de razones. El divorcio entre opinión y razón se convierte, según Ferry (1995), en el principal criterio para la crítica de la democracia parlamentaria al considerarse una irresponsabilidad dar el poder a una masa incapaz de actuar racionalmente. Desde el desencanto de la política se denuncia como una ficción el ideal de la democracia y se acepta como inevitable la irracionalidad del espacio público. El resultado será la despolitización del público, y, en su reverso, la despublicitación de la política y el vaciamiento de contenido del concepto de ciudadanía.

Así entra en crisis el concepto ilustrado de espacio público. La separación entre lo público y lo privado se diluye. La opinión pública amenaza con quedar reducida a la opinión de la mayoría. La colisión del ideal de la Ilustración con la realidad provoca el desencanto de los pensadores liberales por el deficiente

funcionamiento de la opinión pública, sobre todo por la falta de acceso universal y por su irracionalidad y mediocridad.

### **2.2.2. Los liberales ante el debate: del elogio al desencanto**

Como señala Muñoz Alonso (1990: 48), a partir de los cambios sociopolíticos y económicos “es el liberalismo quien hace una primera formulación teórica de la opinión pública volcando en ella sus parámetros ideológicos básicos”. Los liberales conciben al hombre como un ser esencialmente racional y por lo tanto capacitado para encontrar la verdad a través de un debate libre y racional del que surgirán además las mejores soluciones para los problemas de la sociedad. Para los liberales, la libertad de expresión y discusión será una condición de la formación de la opinión pública como criterio de legitimidad del sistema político democrático. Esta línea de pensamiento se asienta sobre el hecho histórico del auge de la prensa en el siglo XIX y el crecimiento del público lector. Los liberales entienden la prensa como un lugar para la formación de la opinión pública como fruto de la comunicación que se establece entre los miembros del público que discuten sobre los asuntos de interés general y que constituye la base de la democracia.

La teoría liberal considera el periodismo como institución que facilita el funcionamiento de la democracia con las siguientes funciones: información y debate, control del poder y representación del público. El liberalismo asume como presupuesto que la democracia necesita de unos ciudadanos informados y dispuestos a participar en los asuntos que afectan a la colectividad. A partir de esta premisa, los medios estarán encargados de ayudar al ciudadano a actuar con conocimiento en la vida política informándole de lo importante y sirviéndole como canal de comunicación con el poder. Forma parte de la teoría liberal la idea del periodismo como foro de debate en el que los ciudadanos identifican sus problemas, se buscan soluciones a partir de la discusión de diferentes perspectivas y se intenta llegar a acuerdos que ayuden a guiar la dirección pública de la sociedad. Este papel democrático de los medios se cumplirá mejor en un sistema de mercado, dicen los liberales, porque es el que permite la participación abierta en el debate, la publicidad de todos los puntos de vista y el contraste de ideas diferentes. Este contexto de libertad contribuye al mejor discernimiento de

cuáles son las propuestas mejores para tomar decisiones políticas que interesan a todos.

Vigilar al poder estatal y desvelar los abusos de las autoridades es la principal función democrática del periodismo, según la teoría liberal tradicional que tiene sus raíces en los politizados periódicos del siglo XVIII y que culmina con la consideración de la prensa como un cuarto poder. La actuación de los medios debe organizarse pensando en este prioritario objetivo, que sólo podrá cumplirse con independencia del Estado y, por lo tanto, sometidos al libre mercado. Por el contrario, cuanta más vinculación del periodismo con el poder político más se domestica a ese 'perro guardián' hasta convertirlo en un animal dócil. Cualquier medida reformadora que incluya poner en manos del poder político instrumentos que regulen la actividad periodística tendrá el inaceptable coste de erosionar el papel de vigilancia que tanto necesitan las sociedades democráticas.

Finalmente, los liberales entienden que a través de la información de aquello que interesa al ciudadano y del debate en el que se discute libremente sobre esas informaciones el poder político tiene escenificado en los medios las preocupaciones y propuestas de los ciudadanos, con lo que podrá tomar decisiones de forma más responsable y en sintonía con el pueblo. Es decir, en los medios de comunicación quien habla es la gente, que cuando no puede intervenir directamente se siente representado por las opiniones expuestas por los participantes en el debate. Siente que sus intereses están defendidos en los medios ante el poder político. Se presupone que las actuaciones de los periodistas están determinadas por sus lectores. El sistema de mercado reforzará esa preocupación de los medios por expresar y acoger los intereses de un sector amplio del público.

Las deficiencias de esta teoría liberal son pronto denunciadas por Marx, que pone de manifiesto su inviabilidad mientras no haya igualdad de oportunidades para que cada ciudadano pueda ser propietario de medios de comunicación y pueda adquirir instrucción para intervenir en el debate (Habermas, 2002).

Pero son los propios liberales como Mill y Tocqueville, desde un realismo nostálgico, como lo define Muñoz Alonso (1990), quienes advierten de una de las tendencias que arruinan este ideal de debate democrático: el peligro del aislamiento de las voces discrepantes por la dictadura de las mayorías con la consiguiente limitación del debate. Desde un liberalismo crítico, Tocqueville

(1998) trata a la opinión pública más como fuerza de coacción que como potencia de crítica. Según su denuncia, la combinación de la soberanía con la fuerte implicación de la ciudadanía en los asuntos públicos, que reduce el poder de la élite y de los representantes del ejecutivo, provoca un mal de la democracia: la tiranía de la mayoría. Los individuos (incluidos jueces y políticos) tienden a retroceder ante la opinión más generalizada, temerosos ante la fuerza de la conformidad social. En el debate público, la tiranía de la mayoría actúa bajo la forma de una censura implícita, lo que tiene el efecto de reducir la independencia de juicio y la capacidad crítica. Sería, finalmente, un “aplastamiento inquisitorial del juicio individual por la acción del dogmatismo grupal y la consecuente capacidad para actuar” (Béjar, 2002: 326). La consecuencia más nociva de la tiranía de la mayoría para la vida democrática es que, al quebrantar la opinión disconforme, ejerce una violencia intelectual que conduce a la pasividad y la apatía. Llega a decir Tocqueville que siendo Estados Unidos el país más democrático del mundo y con más cultura de asociacionismo, sin embargo, es también donde hay “menos independencia de espíritu y verdadera libertad de discusión” (Tocqueville, 1985: 114). Esto hace que la opinión pública sea un factor de opresión más que de emancipación. Para combatirla, Tocqueville propone entre otras medidas, la extensión de una cultura cívica que fomente la práctica de la responsabilidad pública y la participación.

Paralelamente, Mill advierte en 1859 del peligro que corre la libertad del individuo en una democracia sin cultura democrática y defiende el derecho a la discrepancia y el deber de la mayoría de aceptar la discusión de todas las opiniones: “Si toda la humanidad, menos una persona, fuera de una misma opinión, y esta persona fuera de opinión contraria, la humanidad sería tan injusta impidiendo que hablase como ella misma lo sería si teniendo poder bastante impidiera que hablara la humanidad” (Mill, 1999: 77).

Mill centra su denuncia en los ataques a la individualidad que inflige una opinión pública masificada: “Actualmente los individuos están perdidos en la multitud. En política es casi una trivialidad decir que es la opinión pública la que gobierna el mundo. El único poder que merece tal nombre es el de las masas, y el de los gobiernos que se hacen órganos de las tendencias e instintos de las masas (...) Aquellos cuyas opiniones forman la llamada opinión pública no son siempre

la misma clase de público (...), pero son siempre una masa, es decir, un mediocridad colectiva" (Mill, 1999: 140).

Tanto para Marx como para Mill, aunque desde perspectivas diferentes, la opinión pública de las sociedades burguesas ha perdido su potencial emancipador. Una esfera pública dominada por mediocres hombres ordinarios no puede dar lugar más que a gobiernos mediocres. Los altos costes de la entrada en el mercado limitan la libertad de expresión y la participación en el mercado central de las ideas. El poder de comunicación irá a menudo vinculado al poder económico, de forma que el ágora de la esfera pública se vuelve inaccesible para una gran parte de la ciudadanía y se cierra a la circulación de ideas minoritarias que no cuenten con la aquiescencia de un receptor masivo. Además, la presión del mercado ha tenido como resultado una tendencia creciente en los medios a dar prioridad a las historias de interés humano, con una fuerte carga emocional, sobre los temas de interés público, provocando un adelgazamiento de la información que en el peor de los casos desembocaba en el sensacionalismo y la trivialidad.

Se constata también que el mercado tiene otra limitación para el debate: la restricción de la participación. El debate se encierra en un círculo de élite que queda fuera del alcance de una gran parte de la población que se nutre de informaciones populares. En cuanto a la calidad del debate, el mercado ha tenido como consecuencia una reducción del nivel de racionalidad cuando los medios han dado prioridad al conflicto y el espectáculo sobre la reflexión serena y profunda, pero que se ha considerado aburrida y ahuyentadora de una audiencia amplia.

Según las críticas a la teoría liberal, el mercado, al promover un oligopolio en los medios de comunicación, limita drásticamente la capacidad de acción del ciudadano y la representatividad de los medios. La concentración de la propiedad limita la influencia del consumidor en el debate y recorta el abanico de opiniones ya que se concreta en modos invisibles de censura de todo aquello que procede de fuentes minoritarias, débiles, marginales, que no cuentan con recursos financieros fuertes. El resultado es un sistema de mercado que no está verdaderamente abierto a todos. El libre mercado no supone finalmente una auténtica apertura del debate ni un mayor pluralismo de opciones, porque la ampliación de opciones "siempre está preestructurada por los términos de la competencia" (Curran, 2005:

258). Los medios reproducen el paisaje político más que el paisaje ciudadano. De este modo también se resiente la calidad del debate mediático, que no se sale de las fronteras trazadas por la estructura del poder.

El liberalismo prestó especial atención a la independencia de la prensa respecto del poder político, pero, en una tendencia que se consolidaría a lo largo del siglo XX, fue la dependencia de las grandes corporaciones privadas uno de los factores que obstaculizarían el ejercicio de las funciones democráticas de la prensa. Esta dependencia resta al periodismo libertad de movimientos y limita su capacidad de vigilancia y denuncia al quedar atrapado en maniobras oscuras que forman parte de las luchas por el poder en las élites. El mercado convertía a los vigilantes servidores del interés público en “mercenarios empresariales que ajustan su escrutinio crítico para hacerlo encajar con sus fines privados” (Curran, 2005: 245). Si los medios de comunicación forman parte del sistema de poder puede ocurrir que su actuación se vuelva en contra de los intereses de la sociedad. Según esta interpretación, la visión liberal de que la prensa es independiente y sirve al bien público sería insuficiente para explicar su actuación en las sociedades modernas.

De esta colisión entre los ideales liberales sobre la opinión pública con la realidad del funcionamiento de los medios de comunicación surgen a principios de siglo XX nuevas reflexiones encaminadas a reformar y enriquecer la perspectiva de las funciones democráticas del periodismo.

### 2.3. LA PRENSA SE AUTOEVALÚA EN LOS COMIENZOS DEL SIGLO XX

En los primeros años del siglo XX la sociología toma de la teoría política el relevo del interés por el concepto de la opinión pública. Descendiente directo de las ideas de la Ilustración son las formulaciones sociológicas que entienden el concepto de opinión pública como un fenómeno supraindividual y colectivo. Se entiende la opinión pública en las nuevas teorías sociológicas de la época como “un producto cooperativo de comunicación e influencia racional”, según la definición de Cooley (Price, 1994: 39). Por el énfasis que ponen en el debate como creador de opinión pública, este es el punto de vista que interesa en esta tesis, mucho más que aquellas otras perspectivas que se acercan a la opinión pública como la simple agrupación de opiniones individuales medibles con sondeos.

En el contexto mencionado de la incipiente popularización y mercantilización de la prensa, estos autores se centran, como lo había hecho Mill, en los riesgos que entraña la masificación para el espacio público y estudian la opinión pública “como parte de un proceso sociológico más amplio, como un mecanismo a través del cual las sociedades estables se adaptan a las circunstancias cambiantes por medio de la discusión y el debate” (Price, 1994: 40). A este modelo discursivo de opinión pública le interesa el concepto de asunto público, “la forma en que el público, como una entidad social en desarrollo, se forma, teóricamente, a través del tiempo, por medio de argumentos espontáneos, la discusión y la oposición colectiva respecto a un asunto” (Price, 1994: 40). De algunos de los principales estudios sociológicos de la época destaca la conclusión de que el debate es precisamente lo que diferencia al público de la masa. En esta línea, Blumer veía la opinión pública como el producto de la integración de los grupos sociales y un reflejo de la organización de una sociedad. Para este autor, según explica McQuail (2005), lo que caracteriza al público y lo diferencia de la masa es que “se tiende a formar en torno a un tema o causa en la vida pública y su propósito principal es promover una opinión o tema y lograr un cambio político”. Es, por lo tanto, “un elemento esencial en la institución de las políticas democráticas, basadas en el ideal del discurso racional dentro de un sistema político abierto y comprendiendo los sectores mejor informados de la población. El surgimiento del público es característico de las democracias liberales modernas y acompaña al de la burguesía, los partidos políticos y los diarios” (McQuail, 2005).

Esa misma inquietud que centra la reflexión sociológica llega también al ámbito del periodismo. Los riesgos de la masificación de la vida pública, que se atribuye en buena medida a la acción de los medios de comunicación, tendrán así repercusiones en la propia actividad periodística. De ahí que de esta turbulenta fase adolescente del periodismo, como califican De Fleur y Ball-Rockeach (1993) a los primeros años del siglo XX, surjan una serie de iniciativas teóricas que se plantean qué responsabilidades sociales tiene la prensa. Ante las críticas procedentes de diversos sectores sociales por los efectos nocivos que los excesos de los periódicos están causando en el conjunto de la sociedad, las asociaciones profesionales de directores y editores establecen códigos de autorregulación que marcan los límites y las responsabilidades de la prensa. “En el marco de la teoría

liberal de la prensa, los excesos de la prensa sensacionalista y el temor de la intervención estatal para controlarlos hacen que los propios editores reaccionen. Se gesta así, a partir de los propios productores de la información, la teoría de la responsabilidad social de la prensa, que se desarrolla en el siglo XX en los países democráticos liberales" (Rodrigo Alsina, 1996: 88).

El primer tercio del siglo XX fue un momento clave de la reflexión sobre el papel de los medios de comunicación en las sociedades democráticas. Investigadores y profesionales del periodismo denuncian los efectos nocivos que el comportamiento de la prensa de entonces, marcada por el sensacionalismo, tenía para el sistema democrático. Además, la trágica experiencia de la I Guerra Mundial y la percepción del inmenso poder que el desarrollo de la propaganda había puesto en manos de los políticos y de los medios de comunicación para influir en las opiniones de los ciudadanos, ponen en primer plano la necesidad de investigar los efectos, beneficiosos y perjudiciales, del periodismo en la vida democrática. Se inicia entonces un debate, que ya no se cerrará nunca, sobre el papel que cumple la prensa en la formación de la opinión pública de las democracias modernas.

En las primeras décadas del siglo XX, la Escuela de Sociología de Chicago apostaba por la prensa como uno de los medios que pueden ayudar a configurar una comunidad de ciudadanos ideal para el desarrollo de la democracia. Robert Park (1864-1944), precursor de los estudios sobre el papel social desempeñado por los sistemas mediáticos en Estados Unidos, destacó ya en 1904 el papel de los medios como forma de conocimiento y agente socializador que puede dinamizar la opinión pública e impulsar la participación del público en la vida comunitaria. Al analizar el importante papel de los medios en la sociedad de masas, los sociólogos de la Escuela de Chicago contribuyeron a la formulación de la doctrina de la responsabilidad social de la prensa, que defiende una autorregulación ética de las empresas periodísticas, con códigos deontológicos, y una mejora de la preparación de los profesionales para que sean capaces de difundir productos informativos bien elaborados que satisfagan las necesidades de conocimiento del público.

Era una visión optimista que resultó empañada por la realidad de una prensa que oscilaba entre la propaganda y el sensacionalismo. Para corregir la situación vulnerable en la que se encuentran los individuos en la sociedad de

masas, a merced de la manipulación de las élites que controlan los medios, la Escuela de Chicago aboga por la formación desde la prensa de públicos organizados -un complemento del 'minipopulus' que décadas después propondrá el teórico de la democracia Dahl (1993)- que puedan intercambiar puntos de vista sobre los asuntos que les interesan. Organizados de esta manera y disponiendo de un lugar en el que son tenidas en cuenta las opiniones de los ciudadanos, se dificultaría la manipulación de las masas. Y aquí es donde debía entrar la prensa para impedir caer en el totalitarismo al que podía conducir la sociedad de masas. El objetivo final es construir una sociedad pluralista en la que las minorías tienen acceso al debate y las mayorías no son manipulables.

### **2.3.1. Park: el periodismo, al rescate del ciudadano**

El sociólogo Robert E. Park, que fue reportero a finales del siglo XIX, y que investigó el funcionamiento de la prensa en las primeras décadas del siglo XX, consideró al periodismo como una institución social y política esencial para el buen funcionamiento de la democracia por su triple conexión con el poder político, sobre el que ejerce influencia, con la opinión pública, al contribuir decisivamente a formar la opinión pública orientando las opiniones de los ciudadanos, y con la realidad, con su capacidad de seleccionar e interpretar las noticias.

Si los ilustrados confiaban en los libros como vehículo para la difusión de su sueño de emancipación racional, los sociólogos de la Universidad de Chicago, a la que Park llegó en 1913, depositaron su fe en el periódico como instrumento para la realización de la utopía liberal. Como los ilustrados, que creyeron que era posible que el libro convirtiera a cada individuo en un filósofo, estos sociólogos pensaron que era posible unir filosofía y periodismo. Según el estudio realizado por Berganza (2000), a Park le interesó investigar el periódico como institución social, a partir de la idea de Mead de que la comunicación simbólicamente mediada es el mecanismo esencial de la sociabilidad humana dentro del contexto de las relaciones interculturales en la ciudad moderna.

Para Park, la sociedad es interacción y la comunicación es el proceso básico de interacción social. Más que sus efectos en la sociedad, le interesa explicar la función de la comunicación y de los medios en las sociedades modernas. Entre

sus influencias más importantes, Berganza cita a Compte, Durkheim, Dewey y Simmel, sobre todo de estos dos últimos. De Dewey asume su visión de la relación entre comunicación, comunidad y democracia, su idea de que comunicación es tener cosas en común, vehículo de creación de conciencia social, la comprensión común que toda convivencia democrática necesita para progresar.

De Park me interesa sobre todo su idea de la función del periódico como instrumento democrático por su influencia en la formación de la opinión pública. Según este autor, la comunicación es la condición para que exista sociedad porque es lo que permite la transmisión de valores, opiniones e ideas que hacen posible el consenso por encima de las diferencias psíquicas y espaciales que separan a los individuos. La comunicación se entiende también como principio socializador y fundamento de la democracia por su función equilibradora de los desajustes provocados en una sociedad por los intereses enfrentados y por la pluralidad de experiencias individuales. Entiende la comunicación como superadora de conflictos por su sustancia cultural encaminada a crear una ciudadanía global agrupada en un discurso común que integre de alguna manera la diversidad de experiencias individuales (Berganza, 2000: 98).

Sin olvidar su dimensión de diálogo racional para la toma de decisiones en democracia, Park concibe la opinión pública como control social que promueve la integración y el consenso y como factor de influencia sobre el individuo y sobre el Gobierno. El público, para Park, es un conjunto de personas relacionadas por la confrontación de opiniones individuales y cuyo resultado da lugar a la opinión pública, que es la opinión del público, una tendencia general que actúa como mecanismo de control. Berganza destaca además un matiz importante en la teoría de Park: la verdad existe y puede guiar a la opinión pública, que estará basada en opiniones fundamentadas en hechos objetivos que van más allá de las interpretaciones individuales. Por eso lo que diferencia a la masa del público es la deliberación. El público recurre a la discusión para buscar una interpretación teórica de los acontecimientos para poder actuar en la práctica. Los hechos son objetivos e idénticos para todos, lo que varía es el significado que les atribuimos y que es lo que guiará nuestra conducta. La opinión pública, el resultado de la discusión, actuará como un clima social (con sus corrientes y contracorrientes de opinión) que controla e influye en los individuos. La opinión pública implica, por lo tanto, aspectos tanto racionales como irracionales (la moda, la empatía, la

imitación, el miedo al aislamiento, etc). Pero lo más característico del público, aquello que lo diferenciará de la masa, es el juicio expresado tras la discusión crítica. “Es el conflicto, en forma de discusión, el que introduce en el control ejercido por la opinión pública los elementos de racionalidad” (Berganza, 2000: 185). A veces la discusión generará consenso, pero también puede aumentar el conflicto.

Este público, según Park, está capacitado para discutir sobre los asuntos públicos, a pesar de los mecanismos de manipulación que experimentaron un gran desarrollo a principios de siglo XX con la publicidad y, sobre todo, con la propaganda, como el más fuerte instrumento de control de la opinión pública. La democracia permitirá la libre participación en la discusión pública, y los medios de comunicación, como intermediarios entre la sociedad y la realidad, ofrecerán el marco de referencia de los hechos en el que se basará la discusión. Si en una democracia, advierte Park, cesa la discusión también deja de existir la opinión pública. Desde este punto de vista, lo que define a una democracia es que un número amplio de ciudadanos participa en las discusiones públicas.

Pero una condición para que exista el público es que lo guíe un impulso común, un universo de discurso común que funcione como marco de referencia, un mundo objetivo e inteligible y la suficiente comunidad de intereses que pueda dar lugar al entendimiento. Ese marco de referencia que limita al público lo proporciona en buena medida la prensa.

Es muy interesante, y así lo destaca Berganza (2000), la importancia que Park le da a la prensa por su doble conexión: influencia en la formación de la opinión pública y en el poder político. Como precursor de los teóricos de la Agenda Setting, Park analizó la relación entre las agendas del público, de la prensa y de la política. Berganza ve un anticipo de la teoría de la Agenda Setting en la idea expresada literalmente por Park en 1955 sobre la capacidad de la prensa de “orientar al público sobre los temas que están discutiendo”. Para Park la discusión pública es continuación de las corrientes de opinión que nacen de los movimientos sociales y que a través de la discusión pública se amplifica y, tras la intervención de los medios orientando al público sobre los temas y generando unidad entre los públicos y movilizándolo a los políticos, da lugar a decisiones desde el poder. Según esta interpretación de Berganza del pensamiento de Park,

la función del periodismo incluye la orientación de la discusión pública y la creación de comunidad.

Los temas pueden surgir de abajo, de reivindicaciones de la ciudadanía, y ser recogidos por el poder político; también surgen de las noticias, lo que da al periodismo poder para orientar la atención pública hacia aspectos determinados de la realidad, y de los comentarios de opinión con los cuales la prensa racionaliza las preocupaciones sociales.

Park señala que la influencia de la prensa en el poder político y en la formación de la opinión pública es doble: con las noticias, que relatan lo acontecido, y con los editoriales, que interpretan las noticias y fijan la atención del poder político. Aunque considera que son las noticias las que más influyen en la opinión pública, admite que en momentos de crisis se hace más necesaria la orientación del lector a través de la opinión publicada. Del análisis del periódico de su tiempo, que había pasado de ser órgano de opinión al servicio de ideas políticas o doctrinales a ser empresas capitalistas difusoras de noticias, deduce que la opinión pública se forma sobre todo de la discusión ciudadana provocada por las noticias.

Por último, Park escribe en la época en que la prensa moderna de masas daba sus primeros pasos y que se caracterizaba por la clara separación entre noticias y opiniones y por la tendencia hacia el sensacionalismo como un intento de atraer al masivo público poco culto de las grandes ciudades con la fórmula de los relatos de interés humano. Por eso atribuye las causas de las deficiencias del periodismo tanto a la actitud de los periodistas como a las limitaciones intelectuales de los lectores. Las soluciones que propone, por lo tanto, pasan por mejorar la educación del público y por cambiar la propia concepción del trabajo del profesional del periodismo: que el objetivo no sea aumentar las ventas para obtener más beneficios sino, de forma prioritaria, promover la socialización del lector.

En este contexto, Berganza (2000) destaca que Park fue el primer intelectual que caracterizó la información periodística como una forma de conocimiento. Un tipo de conocimiento con claras limitaciones: diferente al que proporciona la historia porque se ciñe al presente, efímero, incluso aislado y poco duradero, pero de una enorme importancia para la vida cotidiana de los ciudadanos. Porque

despierta la atención del público sobre determinados temas, encauza sus preocupaciones, genera opinión pública al suscitar comentarios, conversaciones y discusión. Impulsa las interpretaciones del público sobre lo acontecido y en consecuencia facilita la participación en política.

Finalmente, como recuerda Berganza (2000), no se puede dejar de reseñar que, fiel a su convicción de que la reflexión teórica debe ir unida a la experiencia, Park se embarcó junto a su maestro el filósofo John Dewey y el periodista Franklin Ford en un proyecto de periódico denominado *Thought News*: una publicación que cubriera las lagunas de la superficialidad de los diarios de su tiempo, y que profundizara en las noticias con un tratamiento filosófico que permitiera al lector comprenderlas en su auténtica significación social, de modo que la formación de la opinión pública fuera más útil para la vida democrática. Se trataba de una idea revolucionaria que, aunque no llegó a ver la luz, anticipaba lo que años después se llamaría periodismo de interpretación puesto en práctica por la revista *Time* (desde 1923) y por los dominicales de los periódicos.

### **2.3.2. Dewey y Lippmann: dos visiones del periodismo**

Las preocupaciones de Park son el argumento de un debate intelectual que ha ido unido desde sus orígenes al periodismo moderno y que ha recorrido todo el siglo XX hasta llegar a nuestros días con plena vigencia: la discusión sobre lo que se le puede exigir al periodismo y al ciudadano desde el punto de vista del conocimiento de la realidad y de la participación en el debate sobre los asuntos políticos. Un debate que tuvo su primer gran asalto en los años 20 del siglo pasado con dos modelos de propuestas sobre el periodismo que plantearon el periodista Walter Lippmann y el filósofo John Dewey<sup>12</sup>. Si para el primero el debate racional estaba fuera del alcance de la mayoría de los ciudadanos y la

---

<sup>12</sup> Este debate de fondo ha sido extensamente analizado en el contexto de las investigaciones sobre las relaciones entre periodismo y democracia (Lasch, 1995; Schudson, 1995) y en artículos y libros sobre el Periodismo Cívico (Álvarez, 2000; Merritt, 1997; Bybee, 1997; Ralston, 2004; Redondo, 2005; Splichal, 1999; Whipple, 2005; Carey, 1989).

prensa estaba incapacitada para ofrecer una representación de la realidad que fuera útil para comprender los asuntos más complejos, para el segundo todos los ciudadanos debían intervenir en la tarea común de desentrañar la realidad y el periodismo era un necesario agente impulsor de los debates.

Desde que se desarrolló ese debate el panorama mediático ha cambiado de una forma radical, pero el problema sobre el que reflexionaron ambos autores permanece irresuelto. Casi un siglo después, la democracia sigue estando necesitada de una revitalización y los medios de comunicación tienen todavía una enorme responsabilidad en esa tarea. El primer tercio del siglo XX fue un momento clave en la reflexión sobre el papel de los medios de comunicación en las sociedades democráticas. Investigadores y profesionales del periodismo denunciaban los efectos nocivos que el comportamiento de una prensa marcada por el sensacionalismo tenía para el sistema democrático. Además, la trágica experiencia de la I Guerra Mundial y la percepción del inmenso poder que el desarrollo de la propaganda había puesto en manos de los políticos y de los medios de comunicación para influir en las opiniones de los ciudadanos ponían en primer plano la necesidad de investigar los efectos, tanto beneficiosos como perjudiciales, del periodismo en la vida democrática. A Hiram Johnson (1866-1945), senador republicano por California, se atribuye la frase “la primera víctima de la guerra es la verdad” (“The first casualty of war is truth”), que pronunció en 1917. La pregunta de fondo hace referencia al papel que cumple el periodismo, o de forma más amplia los medios de comunicación, en la formación de la opinión pública de las democracias modernas: ¿es un agente democratizador o un agente distorsionador de la democracia?

Dader (1992) identifica dos enfoques sobre la opinión pública. Una visión racionalista que considera que los ciudadanos, nacidos libres e iguales, tienen derecho a exponer sus puntos de vista sobre los asuntos que les interesan y por lo tanto se les reconoce su capacidad para intervenir en los debates públicos, donde cristalizaría la opinión pública como un proceso racional de discusión, que sería una de las características de las sociedades democráticas y abiertas. La perspectiva opuesta se denomina visión irracionalista porque ve la opinión pública como un producto de prejuicios irracionales, instintos y emociones.

Dos libros publicados en los años 20 en Estados Unidos, considerados desde entonces obras de referencia en los estudios sobre los medios de comunicación,

ejemplifican estas dos visiones de la opinión pública y marcan el comienzo de la disputa entre dos formas de percibir el problema de lo que podemos exigir del periodismo en una democracia. El primero de ellos fue publicado en 1922 con el título *Public Opinion*. Su autor, Walter Lippmann, realiza un análisis muy crítico de la actuación de la prensa de su época para concluir con la pesimista opinión de que no es el instrumento idóneo para acoger el debate racional sobre los asuntos políticos que una democracia reclama. Como respuesta a la desencantada percepción de Lippmann sobre la vida democrática en la naciente sociedad de masas, se publica en 1927 *The Public and its Problems*, del filósofo John Dewey, que coincide en la denuncia de las deficiencias de la prensa pero que prefiere apostar por su potencial democratizador.

Ambas reflexiones partían de la preocupación por el rumbo que tomaba la democracia de su tiempo y del interés por mejorar el debate público. Coinciden en la descripción sombría del estado de la democracia y están de acuerdo en que los medios de masas se estaban convirtiendo en un instrumento de distorsión y de control y manipulación en lugar de ser una ayuda al servicio del ciudadano. Sus teorías comparten una misma preocupación como punto de partida: “Una fe común en una forma de vida pública mejor y más perfecta que la que en aquellos tiempos de raquíta democracia había echado por tierra los ideales republicanos. Ambos sabían que algo andaba mal en aquella sociedad que se había autoproclamado baluarte indiscutible de la democracia popular sobre la base de una opinión pública sólida, competente y firmemente edificada sobre la igualdad de derechos y la libertad de expresión” (Redondo, 2005).

Con su confrontación intelectual establecieron dos modelos de periodismo que han pervivido hasta hoy (Merritt, 1997). Uno deja a los ciudadanos fuera del debate democrático, porque considera que no están lo suficientemente preparados para entender los complejos asuntos políticos, que deben quedar en manos de una élite de expertos. El otro sostiene que la vida democrática sólo mejorará cuando todos los ciudadanos asuman su responsabilidad de participar en los debates sobre los temas que les afectan. Uno considerará urgente la búsqueda de un método científico que garantice una información objetiva en la que basar las decisiones políticas, mientras el otro verá en el libre y plural debate el camino más fiable para guiarnos en las complejidades de la vida pública.

En este epígrafe intento ofrecer una vía de encuentro entre esos dos modelos teóricos, aparentemente irreconciliables. A mi entender, la sociedad actual necesita de ambos enfoques en una integración que permita la activa intervención en las esferas públicas de profesionales del periodismo, expertos y ciudadanos, cooperando alrededor de una empresa común y guiados con los métodos democráticos y liberales: la libre discusión y a partir de la mejor información disponible.

### 2.3.2.1. *Los expertos y el público*

Walter Lippmann fue durante décadas el periodista más influyente de América. Sus columnas eran publicadas por más de cien periódicos estadounidenses con una circulación de diez millones de ejemplares y sus libros sobre temas políticos ocupaban las listas de bestsellers (Steel, 2007). Sus opiniones eran polémicas y solían despertar encendidos debates intelectuales. Asesoraba a políticos, era recibido por mandatarios extranjeros y cenaba con presidentes en la Casa Blanca. Mientras él se definía como un demócrata liberal, algunos de sus detractores le consideraban un antidemócrata (Aptheker, 1955)<sup>13</sup>. No obstante, nunca traspasó los límites del liberalismo<sup>14</sup>.

Lippmann analiza la opinión pública desde la relación triangular entre la realidad, los mapas mentales que diseñamos para orientarnos en ella y nuestras reacciones-acciones a partir de esos mapas y que afectan a la realidad. Puesto que tomamos decisiones a partir de las imágenes que creamos de la realidad, la clave del orden social estará en encontrar medios de representar el mundo de forma fiable. Sin embargo, hay factores que obstaculizan la percepción de los hechos y

---

<sup>13</sup> “Lippmann es, y ha sido, un sistemático oponente de la democracia porque ha sido un destacado defensor del capitalismo monolístico”. <http://www.walterlippmann.com/aptheker-on-lippmann.html> [consultado en septiembre de 2007].

<sup>14</sup> Sobre la trayectoria vital e intelectual de Lippmann se puede consultar la completísima y ecuánime biografía de Steel (2007), que llega a la siguiente conclusión: “Era un verdadero liberal al que le repelía toda forma de totalitarismo, ya fuese de izquierdas o de derechas” (Steel, 2007: 348).

distorsionan la opinión pública: la censura del poder, la escasez de tiempo que dedica la gente a los temas públicos o la simplificación de los mensajes mediáticos. Para salvar esos obstáculos Lippmann reclama “una organización integrada por expertos independientes que se encargue de hacer inteligibles los hechos desconocidos por los responsables de la toma de decisiones” (Lippmann, 2003: 43). Esa organización independiente no es la prensa, advierte. Incluso encomendar a la prensa la tarea de proporcionar un conocimiento fiable de todos los asuntos es parte del problema de la distorsión de la opinión pública.

Lippmann ve al ciudadano medio de las sociedades modernas como un ser apático, sin curiosidad, desinteresado por los asuntos públicos y, sobre todo, muy limitado en su capacidad de comprender la realidad y poder opinar sobre los temas importantes de la política. Y entiende la sociedad como un conglomerado de pequeños círculos en la base, con ciudadanos sin tiempo para investigar por sí mismos los grandes problemas de la comunidad, y un círculo social más alto integrado por los líderes sociales. El infantilismo de la población, el egoísmo y el desinterés, junto a la imperfección del lenguaje como vehículo de transmisión de significados, hacen de la opinión pública una simple corriente formada por “remolinos de malentendidos”.

Dewey (2004) comparte el diagnóstico, pero difiere de la terapia. Es cierto que las opiniones de las masas son irracionales y prejuiciosas, admite, pero la forma de convertir esas opiniones en ideas racionales pasa por su sometimiento a la discusión pública. Comparte con Lippmann la idea de la importancia de las mediaciones en la formación de la opinión pública. Lo que separa a ambos autores es, por un lado, la confianza que uno y otro depositan en la capacidad de la ciudadanía para asumir el peso de su libertad en una sociedad democrática, y por otro, concepciones diferentes sobre el significado de la verdad. Estos dos puntos de discrepancia darán como resultado dos diferentes formas de concebir la función del periodismo.

Para Lippmann, los medios de comunicación de masas irrumpen como un obstáculo para la capacidad de autogobierno de los ciudadanos en las sociedades capitalistas construyendo un panorama político que arrincona como inservible el modelo clásico de democracia y su fe en el poder del individuo. Su conclusión es que en la sociedad de masas del capitalismo los individuos están incapacitados para asumir el importante papel cívico que les tiene reservado la democracia; y

los medios, tal como están configurados, no ayudan a fomentar la participación ciudadana. La única opción realista que ve Lippmann para alcanzar el objetivo de regenerar la democracia es delegar los asuntos públicos, el debate y las decisiones, en las elites de expertos y profesionales mejor preparados.

Lippmann rechaza la idea liberal de opinión pública como una ilusión sentimental en la sociedad de consumo de masas del capitalismo. Aunque los medios cumplen un papel esencial en las sociedades modernas puesto que configuran el mapa cognitivo que el público maneja en su vida cotidiana, al ser la principal fuente de información de los ciudadanos, sólo están capacitados para difundir una versión simplificada y reducida de la realidad. Por lo tanto el resultado es una opinión pública distorsionada y un agente nocivo para la vida democrática. Para el autor de *Opinión Pública* la prensa no difunde información verdadera de hechos comprobados, y el ciudadano sólo recibe una versión de la realidad deformada por un filtro de estereotipos e imágenes poco precisas de los hechos. Para Lippmann la opinión del público era irracional, prejuiciosa, emocional, poco fiable. La idea de un ciudadano bien informado sólo es una utopía. Perseguir este ideal inalcanzable es un afán inútil y un error. Sólo será fiable la opinión de los expertos, que sí es independiente y desinteresada, racional y no estereotipada. Los expertos, según las tesis de Lippmann, deben actuar como mediadores entre la masa y el poder. El público debe ceder su lugar en el debate público a los expertos y limitarse a aclamar o rechazar las decisiones de los dirigentes.

Lippmann vio que el periodismo, por su propia naturaleza y por las bases económicas en las que se asienta, inevitablemente refleja y configura una opinión pública defectuosa. Esto es así por la propia naturaleza del periodismo: las noticias no equivalen a la verdad. “Verdades y noticias no son la misma cosa y debemos distinguirlas claramente. Las noticias tienen la misión de señalar sucesos, mientras que las verdades tienen la misión de sacar a la luz hechos ocultos, ordenarlos en relación de los unos con los otros, y hacer una imagen de la realidad según la cual puedan actuar los hombres” (Lippmann, 2003: 289). Si el periodismo no se ocupa de la verdad, todo aquello que presenta es intrascendente para la formación de opiniones racionales. Por ello, una concepción errónea de las relaciones entre periodismo y democracia partiría de pedir a los medios de comunicación que lleven a cabo la ficción (o el milagro) de conseguir que cada

ciudadano se forme una opinión razonada sobre todos los asuntos públicos. La conclusión de este argumento es que la prensa no puede organizar la opinión pública, sino que debe haber otra organización experta e independiente que indague de forma competente en la realidad para sacar a la luz los hechos ocultos (la verdad detrás de las noticias) que ayuden a las élites dirigentes a tomar las decisiones adecuadas para una sociedad. Que los periodistas se distraigan con las noticias, que los expertos se ocuparán de la verdad.

Los expertos amplían nuestro radio de acción. Multiplicar el número de autoridades a las que prestamos atención aumentará nuestra independencia. Un grupo amplio de ciudadanos debatiendo y reflexionando al final sólo tendrán la opinión de asentir o disentir. Un grupo reducido de personas con poder siempre tendrá la posibilidad de intervenir en los asuntos y decidir. “La idea de que la muchedumbre humana puede cooperar en asuntos complejos sin que exista un mecanismo central dirigido por un número muy reducido de individuos, sólo resulta encantadora vista a distancia” (Lippmann, 2003: 192). En este punto Lippmann se distancia de los demócratas, a quienes reprocha que “nunca han aceptado este tópico de la vida en sociedad” (Lippmann, 2003: 192). Los grupos, dice, necesitan un líder con poder para que sus opiniones tengan efectos prácticos. Por mucho que se amplíe el proceso consultivo y la participación ciudadana “el hecho esencial seguirá consistiendo en que un número reducido de cabezas presentará su elección a un grupo mayor” (Lippmann, 2003: 195).

Su propuesta se basa en la idea de que hay hombres de conocimientos especiales que pueden acceder a la verdad mejor que los simples ciudadanos y se concreta en la creación de una red de oficinas de inteligencia al servicio de los hombres de acción encargados de tomar las decisiones. Estas oficinas aumentarían también la transparencia de las instituciones de modo que se hicieran más responsables ante el público. Evidentemente este sistema deja al público al margen porque se entiende que no está preparado para conocerlo todo y, además, no tiene ganas de esforzarse en conocerlo. El ciudadano sólo conoce lo que le afecta directamente. Del resto de asuntos no sabe nada ni le interesa saber. Lippmann le quita ese peso de encima, pero el precio que paga es muy alto: ya no estamos hablando de un poder democrático sino de una clase reducida de expertos que toma las decisiones. “Para que puedan hacer algo con los argumentos que oigan a favor y en contra, alguien tendrá que encargarse de

quitar toda la paja” (Lippmann, 2003: 322). ¿Cómo? Con debates restringidos a los expertos y a gente con poder en presencia de algún moderador. Un debate que sólo los especialistas independientes harán fructífero y no una simple riña partidista, que es lo que ocurre cuando se abre el debate a los periodistas y a los ciudadanos corrientes. Lippmann trata a los ciudadanos como menores de edad inmaduros para la democracia.

En el último capítulo del libro *Opinión Pública*, su autor reflexiona sobre el papel de la razón en un mundo irracional, en un mundo en manos de Maquiavelo, en crisis y caos permanentes. Como el ciudadano inmaduro era inútil para la democracia, el mundo tampoco está preparado para permitirse el lujo de la razón. Así que mejor dejarlo para un futuro mejor que sólo llegará, si llega, gracias al esfuerzo, el valor y la inteligencia de individuos especiales. Lippmann escribió este libro en el contexto del debate intelectual sobre el interrogante acerca de lo que se podía esperar de unas masas crecientemente emancipadas, que fue el gran tema político en plena crisis de las democracias liberales europeas durante los convulsos años de la I Guerra Mundial. Le Bon acababa de publicar en 1895 su *Psicología de las masas*, un gran éxito de la literatura científica, en el que denunciaba que lo irracional estaba irrumpiendo en la política moderna por culpa del ascenso de las multitudes que estaba fomentando la democracia. Incapaces de ejercer el poder, necesitaban líderes que las orienten. A su vez, Pareto intentaba demostrar que la democracia es inconsistente puesto que siempre hay una minoría que domina a la mayoría. En España, Ortega y Gasset denunciaba la rebelión de las masas que estaba arrastrando a la civilización a su decadencia (Lleixá, 1996). Guiado por las mismas inquietudes que estos autores, Lippmann abogó por un nuevo liberalismo que protegiera a la democracia de la irracionalidad de la sociedad moderna.

#### 2.3.2.2. *La posibilidad de la democracia*

El ideal democrático es irrealizable, concluye Lippmann. En una sociedad caracterizada por la lucha sin tregua de visiones personales, egoístas, interesadas e incorrectas de las cosas, por el cruce de miradas miopes, sin auténtico diálogo, centradas en sí mismas, donde el otro que mira es un enemigo, una amenaza más que un colaborador, el ideal democrático está reñido con la realidad. Según Lippmann, la teoría democrática está pensada para aplicarse solo bajo

condiciones especiales, que, en su época, creía que no se daban. La democracia no está ideada para operar con ideas inciertas sobre hechos dudosos o difusos, porque las decisiones ya no se pueden tomar con seguridad y a partir de un conocimiento racional y completo de lo ocurrido. Un entorno tan incierto y azaroso contradice, advierte Lippmann, la racionalidad democrática porque “la seguridad siempre se ha considerado una necesidad para el buen funcionamiento de la democracia” (Lippmann, 2003: 224).

La democracia es presentada por Lippmann como un ideal inalcanzable, como una utopía, pues imagina hombres libres de cadenas pero sin el conocimiento suficiente para construir sociedades autónomas que no estuvieran aisladas en el mundo, sociedades libres en un mundo de conflicto. Y si la democracia es una utopía también lo es la idea de que todos los individuos pueden ser dueños de sus asuntos, que pueden ser omnicompetentes para participar en los asuntos comunes movidos por un espíritu cívico.

Su teoría de la democracia surge del miedo al caos y la inestabilidad. A la vista del mundo en que vivía, escribiendo entre los escombros de la I Guerra Mundial, considera una ilusión ingenua identificar democracia con armonía le lleva a considerarla una ilusión ingenua. “Todos los demócratas sienten en lo más profundo de su ser que las crisis que entrañan graves peligros son incompatibles con la democracia, porque saben que la inercia de la muchedumbre es tal que para poder actuar con rapidez la toma de decisiones debe restringirse a unos pocos, a los que el resto debe seguir ciegamente” (Lippmann, 2003: 225).

En opinión de Lippmann, la democracia no es realizable en un mundo complejo y caótico como el moderno. Sólo sería posible en un mundo idílico. En la democracia ideal los hechos están a nuestro alcance y las opiniones discrepan sólo sobre esos hechos, pero hablan de las mismas cosas. Las fuentes son accesibles para todos y se comparte un código moral. El debate libre y racional permite poner en evidencia los errores de ciertos razonamientos. La verdad se siente como algo alcanzable. Pero ¿qué ocurre, se pregunta Lippmann, cuando la realidad no es esa armonía sino un conflicto de intereses?

Para los demócratas el arte del autogobierno es un instrumento y es posible gobernar a partir de las opiniones interesadas y particulares. Para Lippmann ambas cosas son una ilusión. Este autor sólo ve dos alternativas al caos: el terror y la invención de un instrumento de conocimiento que permita conocer con

exactitud para que los gobernantes tomen las decisiones más adecuadas. Aunque Lippmann descarte la primera opción, la dictadura, su desencantada visión de la democracia le acerca a las visiones autoritarias que creen en la posibilidad de superar los conflictos y alcanzar una sociedad armónica en la que todo el mundo esté de acuerdo. En la línea de un liberalismo individualista, cuyos orígenes se analizaron en el capítulo 1, Lippmann concluye que la única posibilidad real es que cada uno se ocupe de sus asuntos, que un número de expertos nos proporcione imágenes realistas del mundo y crear sistemas de auditorías que vinculen a los gobernantes con criterios objetivos.

Por su parte, Dewey, que llamó a Lippmann “idealista desengañado”, lo que pretende no es describir la realidad sino reflexionar sobre la forma de mejorar la democracia con el impulso de virtudes cívicas como el diálogo social. Su objetivo es construir un sistema de comunicación que vuelva a conectar a la prensa con el ciudadano. Dewey creía que la prensa podía ser reformada y que debía servir como un nexo vital entre el gobierno y la gente. Discutió la noción de Lippmann de una nueva aristocrática de gestores porque pensaba que ellos estarían más interesados en utilizar el poder en su propio beneficio (Bybee, 1997). Para Dewey era posible que los medios contribuyeran a la comprensión de la realidad por parte de los ciudadanos. Como insistirá Habermas posteriormente, la prensa tiene un potencial alienador, pero también liberador. Su propuesta para revitalizar la democracia desde los medios consiste en una combinación de información libre y arte de la comunicación, entendido éste como el conjunto de valores y formas de ver el mundo compartidos en una sociedad y del que surgen las actitudes intelectuales que sirven para utilizar la tecnología para el bien común.

### *2.3.2.3. Las limitaciones del periodismo*

Lippmann no cree en conspiraciones. No piensa que haya una organización al servicio del Gran Capital culpable del deterioro de las noticias y de la incapacidad del periodismo de ofrecer al pueblo la información necesaria sobre el mundo para poder tomar las decisiones correctas. Existen periódicos independientes del Gran Capital que se muestran igualmente deficientes. Una prensa anticapitalista no es el remedio de los males de la prensa capitalista. ¿Por qué entonces la verdad es tan difícil de encontrar en los periódicos?

Lippmann señala los principales factores que condicionan el mensaje informativo: las dificultades de investigación de los sucesos, la competencia por lograr lectores, la falta de tiempo para elaborar las noticias, la falta de espacio para desarrollar las noticias y reflexionar sobre ellas.

Para superar esta presión ambiental, los periodistas echan mano de estereotipos, juicios de valor rutinarios, etiquetas, etc, que estandarizan los mensajes, facilitan su comprensión y ahorran tiempo y esfuerzo, aunque la consecuencia sea la superficialidad y la falsedad. Lippmann añade que no hay criterios objetivos que se puedan aplicar al proceso informativo (selección de temas, enfoques) sino solo convencionalismos y etiquetas que captan con rapidez la identificación del público con las noticias.

Si a estas limitaciones le añadimos que “la imposibilidad de comprobar el grado de veracidad de las noticias es lo que mejor explica la naturaleza de la profesión” (Lippmann, 2003: 290), el resultado es que toda interpretación periodística de la realidad será un estereotipo más entre otros muchos, todos ellos producto del interés o la ideología. Una vez cruzada “la frontera que separa las noticias del vago reino de la verdad” (Lippmann, 2003: 290), y no hay manera de no hacerlo, sentencia Lippmann, la única opción honesta del periodista es advertir al público de la naturaleza incierta de la verdad en la que basa sus opiniones, fomentar la crítica y vigilar al poder para hacerlo transparente a la mirada de los ciudadanos.

Es decir, después de todo, “la prensa puede (...) luchar para que la verdad comunicable se difunda” (Lippmann, 2003: 291). Aquí está la clave de la teoría de Lippmann y un punto de unión con la visión de Dewey. La prensa tiene la función de ayudar a sacar a la luz la verdad, pero no tiene la responsabilidad de ser ella quien descubra la verdad.

La prensa, para Lippmann, más que manipuladora es frágil, demasiado débil para que se coloque sobre sus hombros el peso de la democracia. Tanto Lippmann como Dewey parten del reconocimiento del poder limitado de la prensa, pero a partir de este punto sus caminos se separan. Si Dewey la verá como un lugar de encuentro para la búsqueda colectiva de la verdad a través de la discusión ciudadana, Lippmann ve ese lugar con demasiados agujeros para que sea fiable. Para él la prensa sólo es una proyección de otras instituciones sociales,

que son las que deben dirigir la discusión porque tienen más conocimiento directo de los hechos que importan.

Las instituciones democráticas no pueden fiar su actuación a la información que proporciona la prensa. Sería un acto suicida porque las decisiones se tomarían prácticamente a ciegas. La humanidad no puede dirigir el mundo alumbrándose, dice Lippmann, sólo con la débil luz de la prensa. Deben proveerse de otro tipo de instrumentos de conocimiento. “Será cuando la humanidad se alumbre con su propia luz fija, que la prensa, a su vez arrojando luz sobre ésta, logre dar a una situación el grado necesario de inteligibilidad que permita la toma de decisiones populares” (Lippmann, 2003: 293).

Si para Dewey la búsqueda de la verdad es una tarea de todos, Lippmann entiende por ‘todos’ sólo las instituciones, la sociedad representada en sus mejores miembros, que serán los únicos capaces de crear la “maquinaria del conocimiento” necesaria para organizar la convivencia. En todo caso, la visión pesimista sobre los medios de masas que Lippmann dejó plasmada en sus libros contrasta con su propia trayectoria vital de dedicación absoluta al periodismo. De hecho, analizar la actualidad política en editoriales y columnas de periódicos fue la tarea a la que dedicó la mayor parte de su vida, entre 1914 y 1971 (Steel, 2007).

#### 2.3.2.4. *El debate*

En vista del papel crucial de la prensa en una democracia y de la forma deficiente en que lo está cumpliendo, Lippmann reclama de los periodistas que trabajen según un método científico que garantice a los lectores que las informaciones son fiables. El periodista debe comportarse como un científico social que investiga la realidad y expone los hechos con la máxima objetividad. A partir de ese conocimiento fiable y objetivo, el público podrá formarse sus opiniones. La prensa debe limitarse a relatar hechos verificados. Su papel no debe ser fomentar el debate público, sino simplemente proporcionar información. Para Lippmann, información y opinión son incompatibles, conclusión a la que llega a partir de la observación del funcionamiento de la prensa de su época, cuyas notas predominantes eran la desinformación, la propaganda y el sensacionalismo. El debate se hace innecesario si los medios son capaces de dar buena información, objetiva y alejada de los intereses partidistas e ideológicos. Como mucho, los periodistas podrán hacer transparente el debate en el que participen los expertos.

Por el contrario, Dewey sostiene que opinión e información van juntas. A la verdad no se llega sólo a través de un método objetivo de exponer hechos sino también con la argumentación y el debate. La información es más bien el resultado de un proceso de deliberación ciudadana. Para él la solución pasa por fomentar, no limitar, la participación del público con nuevas formas de asociación y nuevos modos de identificación colectiva para hacer frente a los mecanismos manipuladores del capitalismo. Es cierto que las opiniones de las masas son irracionales y prejuiciosas, admite, pero la forma de convertir esas opiniones en ideas racionales pasa por su sometimiento a la discusión pública. Dewey ve el lado positivo de la rebelión de las masas, incluso llega a decir que “el mundo ha sufrido más por culpa de líderes y autoridades que por la de las masas” (2004: 168). La masa tiene demasiado poder como para someterse pasivamente a los dictados de un supuesto gobierno de los expertos. La elite no puede monopolizar el conocimiento de espaldas a las masas. Al aislarse y apartarse de las necesidades de la gente, pierde contacto con la realidad. La democracia implica consulta y debate para conocer las preocupaciones de la ciudadanía y poder identificar los intereses comunes. Para Dewey no es suficiente con la idea de Lippmann de objetividad como método científico de verificación. Ese método periodístico de contar la realidad debe ser completado con un diálogo colectivo no controlado por las elites sino abierto a la libre y espontánea participación de los ciudadanos. Hay hechos que hablan por sí mismos, que son lo que son con independencia de nuestros deseos, pero también hay hechos que están condicionados por la actividad humana. Es decir, las ideas también configuran los hechos, la opinión influye en la forma de contarlos. De modo que el método es necesario, pero también lo es el respaldo de un criterio porque ideas y actos están entrelazados (Dewey, 2004: 61).

Estas dos concepciones del periodismo, información objetiva sobre hechos verdaderos o espacio de debate ciudadano, surgen de una diferente percepción de las posibilidades del hombre común en una democracia y de una diferente concepción de la verdad. Para Lippmann la verdad o es completa o no es verdad. Por eso sólo está al alcance de las élites mejor formadas. Y no se puede dejar la Verdad con mayúsculas en manos de un instrumento tan defectuoso como la prensa. Para Dewey, sin embargo, la verdad no está dada de antemano y no es cuestión de tener una capacidad especial para percibirla en la realidad. El

conocimiento no tiene por qué ser absolutamente cierto. Puede ser parcial e incompleto, y a la vez verdadero. La verdad será el fruto de una búsqueda en común en un proceso comunicativo y solidario. De ahí la importancia del debate. Poner en común las ideas será la única forma posible de buscar la verdad. Porque la verdad es tener cosas en común, señala Dewey, el convencimiento surgido de una experiencia humana compartida. La experiencia de la comunicación es lo que puede dar validez a las opiniones. La prensa no puede dejar de ser un medio de búsqueda de la verdad, por lo tanto tiene entre sus funciones favorecer un debate donde las opiniones se pongan a prueba.

Dewey acepta la imperfección del conocimiento humano y las limitaciones de la mediación. Porque la única forma de aprehender la realidad es a través del filtro de nuestra cultura, donde el conocimiento aparecerá siempre mezclado con nuestros intereses, valores y creencias. Pese a esas limitaciones, el filósofo americano creía que los medios de comunicación de masas podían contribuir a la regeneración de la democracia por su capacidad para aportar conocimiento y para integrar a los ciudadanos en el debate público.

Lo que separa a Dewey de Lippmann no es pensar que la democracia es el sistema perfecto. Los dos están de acuerdo en que la democracia es un experimento que a menudo falla. Lo que le distancia de Lippmann es la aceptación de la falibilidad de la democracia y también su optimismo. La democracia sólo es una apuesta de futuro y toda apuesta supone un riesgo. Lo propio de los actos humanos libres es que son imperfectos, pero el experimento de la democracia, la puesta en común de todas las ideas, la tolerancia del disenso, la libre opinión como fuente de legitimidad de los gobernantes, conducirá, al fin, dice Dewey, por el camino correcto.

Dewey se pregunta por la razón del eclipse del público, de su alejamiento de los asuntos públicos en la sociedad moderna, un síntoma grave de la crisis de la democracia ya que ésta no puede existir sin vida comunitaria. Sólo la comunicación, dice, puede crear una gran comunidad porque “nuestra Babel no es de lenguas, sino de unos signos y símbolos sin los cuales es imposible la experiencia compartida” (Dewey, 2004: 134).

La solución para rescatar al público de su declive será mejorar los métodos y condiciones de debate, discusión y persuasión, perfeccionando los procesos de

investigación y de divulgación de las conclusiones a la que llegan los expertos a un público que aunque no está capacitado para investigar sí está en disposición de juzgar la importancia de los conocimientos divulgados.

A Dewey y Lippmann los mueve la misma preocupación: la búsqueda de formas de regeneración de la democracia. Pero los caminos que eligen son diferentes. En cuanto al papel que deben jugar los medios, aunque pueden parecer opuestos se pueden considerar complementarios. Si Lippmann proponía un método científico para lograr una información objetiva, Dewey entendía precisamente que esa apuesta reduccionista por la objetividad era lo que mutilaba la vocación de la prensa como centro de discusión, y el mito de la imparcialidad obstaculizaba la formación de una opinión pública auténtica al quedar cortados los canales de confrontación de ideas diferentes.

El error se encuentra en el empeño por contraponer información y opinión, cuando en realidad son dos formas complementarias de interpretar la realidad que deben alimentarse una a la otra. Para Lippmann la información, que debe ser un conocimiento fiable de la realidad obtenido gracias a un método científico de verificación, es un requisito imprescindible para la expresión de opiniones. Dewey no negaba que la información debía ser lo más objetiva posible, de forma que los mensajes de los medios fueran fiables y se ajustaran a la realidad, lo que negaba era la posibilidad de que un método científico pudiera revelar la Verdad incontrovertible. Por lo tanto el único acercamiento posible de los ciudadanos a la verdad pasaba por la comunicación: el arte del debate público, donde las opiniones puedan ser discutidas en un proceso participativo en el que se activen hábitos intelectuales encaminados a la resolución de los problemas de la comunidad. Así que la información para Dewey es la meta más que el punto de partida, porque ese conocimiento fiable de la realidad sólo se alcanzará de la forma más completa posible en el debate, cuando se aporten todas las perspectivas y puntos de vista que completen la interpretación de un acontecimiento. "Las proposiciones científicas son verdaderas, no porque calquen de forma precisa la estructura lógica del mundo, sino porque son comunicables, porque se pueden justificar públicamente, y porque pueden ser rebatidas y mejoradas. La comunicación libre e ilimitada es la garante del éxito de la comunidad de investigación. Permite resolver creativamente nuevos problemas, y, por tanto, el crecimiento moral e intelectual de la comunidad. En la vida social,

las comunidades de comunicación deberían estar guiadas por ese mismo interés por aplicar el mayor grado de inteligencia y creatividad posibles a la resolución de problemas. Esto pasa por recuperar el arte perdido de la deliberación, del debate público” (Redondo, 2005).

### **2.3.3. Cooperación y especialización: una síntesis de Dewey y Lippmann**

El pragmatismo de Dewey parte del reconocimiento de que el conocimiento humano es falible y postula una reconstrucción comunitaria del sentido basada en el pluralismo epistemológico y en la comunicación como garante de la verdad. Sustenta su sistema teórico sobre la base de la experiencia: del carácter social del hombre se deriva una organización basada en la comunicación y el aprendizaje. Los hombres conocen la realidad siempre a través del filtro de la cultura y en un contexto social. Toda acción humana es interacción simbólica en la que se comparten hábitos y creencias que van aportando interpretaciones del mundo en un proceso comunicativo.

El valor central en el pensamiento de Dewey es la tolerancia. La sociedad debía dejar un amplio margen a la diferencia, más espacio para el error. De la discusión surgirán buenos resultados y, sobre todo, la sociedad será un mejor lugar para vivir. La tolerancia hacia todas las ideas es lo que justificará moralmente nuestras acciones.

Para Dewey es un hecho que el ser humano es social por naturaleza. Y en el origen de toda forma de organización está la conversación, fundamento de la comunidad, gracias a la cual es posible el aprendizaje para afrontar los problemas comunes. No hay acción individual que no afecte al otro y a la sociedad en su conjunto. Por eso lo público es el escenario de la acción social y la comunicación es la interacción simbólicamente mediada que se da en todas las actividades humanas y, por lo tanto, la condición esencial de que esa acción cumpla su fin de crear comunidad.

En la línea de las ideas de Tocqueville, que he expuesto anteriormente, Dewey entiende el individualismo no sólo como la confianza en uno mismo y el derecho a la autonomía sino como igualdad de oportunidades dentro de la sociedad. No cree en el individuo aislado sino en el individuo con iguales derechos y deberes. Por lo tanto, no basta con proteger la libertad individual y el

valor de la individualidad en abstracto, sino que hay que insertar esa individualidad en un contexto social en el que pueda desarrollarse con libertad. De nada vale la individualidad si las condiciones sociales impiden su libre desarrollo. La democracia es lo que viene en ayuda del individuo para que su vida sea mejor gracias al apoyo mutuo de las personas en una sociedad.

Cuando la individualidad se separa de la comunidad y lo privado y lo público se consideran opuestos se produce una devaluación de la democracia. Crece la herrumbre de la sociedad, advertía Tocqueville (1985: 36). Si la prioridad se pone en la autonomía del individuo, el Estado acaba convirtiéndose en un ente abstracto y ajeno (burocrático u opresor). Mientras que el liberalismo individualista separaba lo político de lo social y liberaba al ciudadano de su responsabilidad de participar en la vida política, Dewey proponía entender el Estado como un medio adoptado por los individuos de una comunidad para resolver los problemas comunes. Es por lo tanto, una institución comunitaria surgida de la experiencia social de la interacción de los grupos humanos unidos en torno a sus problemas. Por ello es necesario, desde este punto de vista, recuperar la visión republicana de la política, que pone en manos de los ciudadanos la responsabilidad de construir la comunidad a partir de su implicación en los debates públicos ya que no hay un ámbito privado que no tenga una repercusión social. La democracia para Dewey es una forma de vida en la que una agrupación de individuos que comparten un horizonte (sociedad) se convierte en comunidad a través de la comunicación y el aprendizaje y donde el poder de la palabra y el debate son los medios utilizados para afrontar los conflictos. Esta democracia basada en la comunicación es incompatible con el liberalismo individualista que aísla a los individuos en su propio auto-reconocimiento y en el reconocimiento del valor de sus opiniones. Sólo es posible si se parte no del derecho de todos los hombres a expresar sus opiniones (porque todas sean igualmente válidas) sino del derecho de someter todas las opiniones a la prueba de la crítica, es decir, del reconocimiento de la dimensión comunitaria de la personalidad (Hook, 2000).

Para Dewey los derechos no se crean para el bien de los individuos sino para el bien de la sociedad. En la línea más clásica de la teoría liberal, señala Dewey que la libertad de expresión debe defenderse porque es buena para la sociedad en el sentido de que cuantas más opiniones se difundan más

probabilidades hay de encontrar ideas acertadas para tratar los asuntos que importan a una comunidad. Pensar y expresar los pensamientos son actividades sociales. Abogó por la creación de una zona de protección para el pensamiento y la expresión individuales porque sería de utilidad social.

La democracia es, por lo tanto, un requisito de toda forma de gobierno que quiera convertir una sociedad atomizada y apática en una gran comunidad. Dewey (2004) establece tres claves que permitirán recuperar el vigor republicano de la democracia: comunidad, comunicación y aprendizaje. El individuo pertenece a una comunidad y su personalidad se construye a partir de la relación con los otros. Nuestras opiniones están siempre inspiradas por la interacción con los demás. Los vínculos que existen entre los individuos y grupos forman una comunidad, que une a sus miembros en un entramado de interpretaciones del mundo, ofrece modelos de experiencia y medios para mejorar nuestras vidas. La conducta humana se traduce en lenguaje, que convierte la asociación en comunidad en la búsqueda de soluciones a los problemas a través del diálogo y el debate. Se aplica la inteligencia para la resolución colectiva de problemas. Pero la deliberación es un arte que hay que aprender y perfeccionar.

Finalmente, Dewey propone considerar la política social como una hipótesis que debe someterse a la prueba de las consecuencias por medio del proceso deliberativo de la democracia. Y será la propia sociedad afectada por el problema en cuestión quien decida si los resultados han sido positivos. El método científico que propone Dewey como única fuente fiable de autoridad para resolver los conflictos del mundo es el uso de la inteligencia organizada. Este método sólo es posible en una democracia ya que depende de la facilidad que haya para que todas las personas afectadas por esos conflictos aporten sus puntos de vista. Sólo será científico un objetivo cuando ha sido elegido tras una deliberación en la que participen todas las personas implicadas. Lo contrario son unos fines políticos impuestos desde arriba por una minoría.

El método tiene como primer objetivo mejorar las instituciones sociales, de cuya valía depende el desarrollo de una sociedad. El éxito del método de la democracia experimental depende en primer lugar de los hábitos de pensamiento y acción de los ciudadanos, que a su vez depende de la educación.

En el proyecto de inteligencia organizada de Dewey (2004) la prensa es un elemento más del método científico al servicio de la democracia. Es una parte social esencial del proyecto ideado para lograr individuos libres, no en abstracto sino en condiciones sociales idóneas. No se trata de un proyecto utópico sino de un proyecto inacabable. Porque alcanzar los ideales dependerá siempre de las condiciones objetivas del momento y el método no se desarrolla fuera de ellas sino teniéndolas en cuenta.

La clave de su propuesta teórica está en los valores que ya están incorporados a la cultura y de los que se debe partir para realizar la crítica de la realidad e intentar mejorarla con el fortalecimiento de esos valores.

Dewey se convierte así en un impulsor de una línea de pensamiento que defiende el periodismo como un arte democrático entre cuyos objetivos esenciales figura el fomento de la deliberación pública y de la implicación de la ciudadanía en la discusión de los asuntos de interés general.

Seguramente, en su esquema democrático tendría cabida el modelo de periodismo que Lippmann fomentó y del que en 1959 hizo un elogio en un discurso sobre el trabajo de los periodistas en la comunicación política: "Dado que somos periodistas de la tradición liberal norteamericana no interpretamos las noticias ajustándolas a un dogma. Lo que hacemos es proponer teorías o hipótesis y luego ponerlas a prueba para comprobar si son erróneas o correctas. Proponemos la interpretación más verosímil que se nos ocurre, el marco más plausible en el que encajen las noticias en bruto" (Steel, 2007: 539). El periodista no dejará de ser un 'outsider' en los centros de poder, y por lo tanto un ignorante, tanto en asuntos de política internacional como en temas domésticos. Pero, aunque esta posición marginal supone un desafío mayúsculo, el principio mismo de la democracia, admite Lippmann, dice que los 'outsiders' son soberanos y tienen que ser capaces de gobernarse a sí mismos. Y, de hecho, ¿quién no es un 'outsider' con respecto a algún tema? También los 'insiders' son ignorantes si se piensa bien. Cada uno de ellos por separado tiene sólo un ínfima parte de la información que fluye por el mundo y que debería conocer si quisiera tomar decisiones en solitario. "En casi todos los asuntos del mundo somos ignorantes y 'outsiders'. Incluso los 'insiders' que se hallan en la sede del gobierno" (Lippmann, citado en Steel, 2007: 541). Por consiguiente, concluirá Lippmann, debido a la ignorancia universal, es tan necesario el periodismo: porque es a

través de él que el público puede saber lo que quieren o hacen los que mandan, lo que le permitirá formarse opiniones. Los periodistas “tratamos de averiguar qué está ocurriendo bajo la superficie, tratamos de inferir, deducir, imaginar y adivinar qué ocurre bajo ella, qué significaba esto ayer y qué podría significar mañana. Así, hacemos lo que todo ciudadano soberano haría si tuviera tiempo o interés por hacer. Este es nuestro trabajo. No es un vocación cualquiera. Tenemos derecho a sentirnos orgullosos de hacerlo y estar contentos de que sea nuestra responsabilidad” (Lippmann, citado en Steel, 2007: 540-541).

La controversia entre Dewey y Lippmann ha alimentado en los últimos tiempos una línea de reflexión de la que han surgido propuestas de renovación del periodismo que serán analizadas a lo largo de esta tesis porque hacen referencia al argumento del modelo de periodismo que presta atención prioritaria a su implicación en la revitalización del debate público. En ese punto se puede incluir tanto la teoría de la esfera pública de Habermas como la decidida apuesta de autores como Schudson (1995) y Lasch (1992) por la necesidad de impulsar el carácter racional de los debates.

#### 2.4. LA TEORÍA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL PERIODISMO

Como cualquier otra profesión, el ejercicio del periodismo implica un encuentro entre el individuo y la sociedad. Lo que da al periodismo una característica especial por su dimensión pública es su irrupción en la conversación cotidiana desde la mediación del periodista. El producto final de la actividad periodística afecta a la sociedad en su conjunto porque proporciona conocimiento social. Es esta referencia social lo que aumenta su responsabilidad. Además, ese producto final tiene como referencia a acontecimientos ocurridos en la vida pública. Esta referencia a hechos relevantes será la clave de la responsabilidad del periodista, la piedra de toque de su utilidad social: su capacidad de clarificar la opinión pública sobre los temas de actualidad. Por lo tanto su primera responsabilidad no puede ser informar mucho y rápido sino informar bien.

En 1946 la Universidad de Chicago formó una comisión de sabios, encabezada por su rector, Robert Hutchins, y de la que formaban parte destacados académicos como Arthur M. Schlesinger y Harold Lasswell, destinada, a partir del análisis de las relaciones entre prensa y sociedad, a

estudiar la situación de la libertad de expresión en los Estados Unidos, y con el objetivo final de establecer cuál es la responsabilidad que tiene la prensa en la vida democrática. Los expertos se reúnen por encargo de Henry Luce, propietario de *Time*, con el convencimiento de que la prensa está en crisis por el deficiente cumplimiento del compromiso con la sociedad a la que debe servir, con dos graves problemas: la creciente concentración empresarial de medios y el sensacionalismo. En 1947, la comisión publicó un primer informe, titulado *A Free and Responsible Press: A General Report on Mass Communication: Newspapers, Radio, Motion Pictures, Magazines, and Books*, que sentó las bases de la doctrina de la responsabilidad social de la prensa<sup>15</sup>. "Este informe trata de las responsabilidades de los dueños y directivos de la prensa respecto de sus conciencias y el bien común para la formación de la opinión pública", se decía en el prólogo del estudio<sup>16</sup>.

Así pues, el comité surge de una extendida preocupación por la libertad de prensa, que consideran amenazada, y en su búsqueda de respuestas enfocan el problema desde la perspectiva de la relación entre los tres actores sociales implicados en la pervivencia de la libertad de expresión: el poder, el periodismo y el público, en un momento histórico en el que es muy enconado el conflicto entre prensa y Gobierno. Pero sobre todo la comisión surge de la preocupación del periodismo americano por el deterioro de su imagen pública y la pérdida de credibilidad.

#### **2.4.1. La conexión periodistas-público-comunidad**

El clima filosófico que envuelve esta inquietud intelectual es el de la crisis de la ideología liberal de la primera parte del siglo XX. De ahí que el informe dé prioridad a los valores sociales sobre los individuales, en la línea de las ideas del

---

<sup>15</sup> Commission on Freedom of the Press: *A Free and Responsible Press*. University of Chicago Press, Chicago, 1947

<sup>16</sup> Hutchins, Robert. Prólogo en *Commission on Freedom of the Press: A Free and Responsible Press*. University of Chicago Press. Chicago: 1947.

republicanismo que hemos visto en el capítulo primero, y que incluso recoja entre sus recomendaciones la de aumentar la intervención del Estado en la regulación de la prensa.

El informe de la 'comisión Hutchins', que publicó seis libros a partir de sus investigaciones, señala las cinco principales funciones que los medios están llamados a desempeñar en una sociedad democrática: informar de los acontecimientos diarios de forma inteligible y con contexto y sentido, servir de foro para el intercambio de comentarios y críticas, proyectar la visión de la realidad de los grupos relevantes en la sociedad, explicar las metas y valores de la sociedad, y garantizar el acceso pleno a la información relevante del día.

Desde la percepción de que el periodismo necesitaba un cambio de mentalidad que superara su carácter liberal individualista, que lo entendía como un negocio más, el acierto de la comisión fue reflexionar desde los fundamentos mismos de la libertad de expresión conectando el derecho con el deber. No sólo existe el derecho a expresar ideas sino la obligación de hacerlo, porque el periodismo tiene dos amos a los que sirve: la comunidad y la verdad. Se trata de un deber de sinceridad, de honestidad y de coherencia intelectual. Con esta fundamentación de la libertad de expresión en el deber de conciencia, como derecho moral que el Estado debe respetar y proteger, la Comisión rechazaba las ideas dominantes entre los empresarios de los medios de entonces, partidarios de una libertad de expresión sin ningún tipo de limitación.

De manera que una de las premisas con las que trabajan estos expertos es la indivisible conexión entre periodistas, público y comunidad. El proceso de la libertad de expresión no puede analizarse de forma separada en el periodista como profesional o en el periódico como empresa. Al proteger la libertad de prensa se está protegiendo también la libertad del público.

#### **2.4.2. El intercambio libre de ideas es la base de la democracia**

La segunda justificación de la libertad de expresión, para los expertos de la Comisión Hutchins, era la idea de que la sociedad democrática es un sistema que se desarrolla con el intercambio de ideas en público. La libertad de prensa, incluida la libertad para criticar, se constituye en base de la democracia. Por la importancia de la difusión de ideas en una sociedad democrática, que ayudará a

formar una ciudadanía informada y preparada intelectualmente, se deduce que la libertad de expresión es un derecho que el poder debe proteger. El debate es lo que configura la democracia, porque sólo a través de él la opinión pública estará en condiciones de alimentar la vida social de la comunidad. La discusión pública, descrita en el informe como circulación de ideas en un mercado libre, es lo que permite el funcionamiento de la democracia entendida como autogobierno. Un debate que tiene en los medios de comunicación su principal escenario, que marca las fronteras del mundo en el que vive el hombre moderno. Por lo tanto, los medios no pueden ser una mercancía más, sino parte indeclinable de cualquier proyecto de ciudadanía. De la importancia de los mensajes mediáticos para la vida intelectual y personal de todos los ciudadanos se deduce que disponer de una información adecuada y justa sea un derecho. Los objetivos de la comunidad serán entonces los mismos que los del periodismo. Por consiguiente, además de información completa y profunda de los asuntos de interés, el ciudadano también tiene derecho a un ámbito de intercambio de crítica y opiniones.

Sentada esta premisa la comisión se pregunta cuál es la razón última de la existencia de este mercado libre de ideas, más allá de la libertad de expresión, y si funciona de la forma que requiere una auténtica democracia. En la línea de lo que más tarde expondrá el republicanismo, la comisión no plantea la utopía de que todos los ciudadanos tienen ideas sobre todos los temas y además tienen acceso a los medios para exponerlas. Lo que plantea como exigencia es que el periodismo debe estar abierto al público y recoger sus ideas, de forma que todas las propuestas tengan la oportunidad de ser planteadas en el escenario mediático. Los límites a la libertad de expresión que plantea el informe son la mentira, la calumnia y los ataques al orden social, mientras que frente al error involuntario exige autocorrección.

La defensa liberal de la libertad de expresión de ideas como fundamento de la democracia lo completa la comisión con las responsabilidades a que da lugar el ejercicio de esa libertad en el periodismo y que aparecen unidas de forma inseparable a la libertad del público o su derecho a recibir una pluralidad de ideas. ¿Qué deberes acarrea entonces la libertad de expresión de opiniones? Por ejemplo, el deber de la calidad. No es suficiente con la cantidad. Una buena calidad en la información es indispensable para que el lector pueda ejercer de ciudadano. Según la Comisión, se convierte en legítimo hablar del derecho moral

de la gente a recibir noticias que puedan utilizar. En este punto, la comisión parte de la misma concepción del periodismo como derecho fundamental del individuo que expliqué en el primer capítulo, como una teoría superadora de la teoría individualista de la libertad de expresión. Como se explicó con Carlos Soria, y es lo que la comisión Hutchins ya destacó, no es suficiente con proteger la libertad de expresión o la libertad de formar empresas de comunicación si el periodista y el empresario no asumen que su libertad pasa por dar satisfacción al derecho de la sociedad a recibir la información que necesita. La sociedad no puede delegar por completo esa función de informar de la que depende la propia existencia de la democracia. El derecho sigue siendo suyo. El periódico tiene libertad mientras su libertad sea el desarrollo de ese derecho ciudadano a la información. La prensa "debe ahora considerar los objetivos de la comunidad, por lo que a la prensa se refiere, como sus propios objetivos", dice el informe de la comisión.

A partir de estos fundamentos teóricos elabora la comisión una serie de pautas de mejora de la relación entre prensa, público y gobierno. A la prensa le insta a cumplir una serie de normas de calidad que serán juzgadas por el público. Con respecto al público, en la línea de la denuncia de Park de que su baja formación era una de las causas de la crisis del periodismo, propone una mayor organización en el consumo de medios para permanecer exigente, vigilante y crítico. Mientras que al gobierno le deja un rol complementario o subsidiario como garante de la libertad sin restricciones y como impulsor de debate público.

### **2.4.3. Aciertos y críticas**

Con este modelo, que no ignora las dificultades planteadas por las presiones del sistema económico o por los intereses particulares de las empresas periodísticas como parte de grandes monopolios, lo que finalmente legitimará al periodismo es que el público pueda oír toda idea que merezca ser oída. Lo innovador de este modelo, lo que además creo que le da un carácter moderno y actual, es que opta por la vía de la libertad más que por la de las regulaciones, con la actitud realista de admitir que no hay pócimas mágicas ni remedios perfectos de forma que pone el gran peso de la responsabilidad en la autorregulación del sector y en la formación de los periodistas. "Este estudio lidió con las responsabilidades de los propietarios y directivos de la prensa apelando a su

conciencia y al bien común en la formación de la opinión pública”, dice el prefacio del informe (Hutchins, 1947). Tolerante con los errores del periodismo pero muy exigente con los desafíos, el informe ofrece todavía hoy un punto de partida idóneo para reflexionar sobre las limitaciones y las obligaciones del periodismo. Por el foco que pone en la dimensión comunitaria del periodismo, su influencia en la vida pública y en la formación de la opinión pública, la teoría de la responsabilidad social que nace con la comisión Hutchins tiene una conexión directa con todas las propuestas relacionadas con el periodismo como discusión ciudadana que vendrán después. “El derecho [del público] a estar informado, como fuente de deber profesional, y la curiosidad del público, como motor de la información, son temas que merecerían un tratamiento más profundo” (Hutchins, 1947).

Aunque ha tenido gran influencia en la investigación académica en Estados Unidos y en todo el mundo, los trabajos de la comisión fueron duramente criticados en su momento principalmente por su poca claridad ideológica. Llegó a ser acusado tanto de liberal como de totalitario. Pero quizá el aspecto más discutible analizado desde el presente sea su llamada a la intervención estatal. “El informe parte con la tradicional tesis liberal sólo para rechazarla y poner una nueva visión (...) Ve los males como producto de la sociedad y al Estado como el único capaz de corregirlos, pero no lleva esta afirmación hasta sus últimas consecuencias. Hay planteamientos propios de una moral situacionista pero, en general, se afirma la importancia de la conciencia como fuente de deber. Así como en su terminología sociológica es muy riguroso, en lo filosófico parece haber gran confusión” (Lecaros, 1984).

Entre los reparos que se pusieron a las conclusiones de la comisión figura la del propio magnate Henry Luce, que criticaba que no se establecieran cuáles eran las responsabilidades morales del hombre individual antes que hablar de responsabilidades colectivas. Recogiendo esta crítica de Luce, Martín Algarra (1988) insiste en que lo prioritario, efectivamente, es considerar que “la sociedad es fruto de la relación entre sustancias individuales de naturaleza racional, es decir, de personas. Lo primero, lo más originario es el ser social, no la sociedad, y por lo tanto para llegar a la raíz del problema parece más adecuado referirse al papel de esos medios de comunicación en la vida del hombre, de cada hombre, y

no sólo del hombre en sociedad, del hombre en cuanto relación" (Martín Algarra, 1988: 286).

Aunque no son perspectivas incompatibles, a mi entender, lo que Martín Algarra está destacando es la necesidad de mirar al fondo del problema de la comunicación: no sólo la actitud con la que se hace, sino el contenido de lo que se comunica, los valores que están en el punto de partida. Comunicar para qué, pero también comunicar qué y desde dónde. Se trata de una reflexión que se plantea como una insuficiencia de la Comisión Hutchins y que reaparecerá años después en las críticas a las limitaciones del periodismo cívico. La clave que subraya Martín Algarra es que el correcto funcionamiento de los medios de comunicación determinará el funcionamiento de una comunidad democrática, pero, sobre todo, condicionará la propia libertad de cada individuo. Importan los aspectos técnicos del periodismo, pero mucho más la calidad personal del periodista: sus valores. Los valores que sustentan los periodistas moldean su trabajo (Rosen, 1996).

¿Qué puede hacer el periodismo por el hombre de hoy? ¿Cómo puede responder a sus demandas más profundas y permanentes? Serán las preguntas que encauzarán una reflexión en la que han profundizado autores como López Escobar, Orihuela, Martín Algarra y García Noblejas. A partir de esta línea de investigación, Orihuela (1988) propone ampliar el sentido de la responsabilidad del periodismo hacia el desafío de las preguntas esenciales de la existencia del hombre contemporáneo, ayudándole a descubrir el sentido de su libertad. Un periodismo más responsable para un hombre más libre.

Y para hacer frente a este desafío no puede haber otro punto de partida que la concepción de la comunicación como un fenómeno humano pleno de sentido, la concepción del periodismo como un servicio al público, pero también como un servicio al hombre. Ese cambio de enfoque obliga a replantearse todo el proceso informativo y la mentalidad del periodista. Pero a completar estas ideas dedicaré el último capítulo de la tesis.

### CAPÍTULO 3. EL PERIODISMO EN LA POSMODERNIDAD

*“Hay pocas verdades absolutas en esta vida y haríamos bien en intentar tenerlas presentes.” [Raymond Carver]*

#### INTRODUCCIÓN

En este capítulo reflexionaré sobre los desafíos planteados a la posibilidad de que exista un debate democrático, libre y racional en la sociedad posmoderna. Una sociedad que se caracteriza por la cultura del espectáculo y por un hiperindividualismo que aparentemente rompe los vínculos sociales y aleja al ciudadano de los compromisos colectivos para dedicarse a un entretenimiento privado que, según denuncian numerosos autores, ha sido fomentado por los medios de comunicación dentro de la cultura de lo trivial.

En los estudios sobre el lugar que ocupan los medios en la sociedad postindustrial se pueden identificar dos grandes corrientes. De un lado, una corriente crítica, que sostiene que los medios se han convertido en agentes de alienación al servicio del sistema (Chomsky, Ramonet<sup>17</sup>) y, como consecuencia de ello, no sólo ya no pueden hacer nada por el ideal democrático sino que incluso son una grave amenaza para la vida democrática. Desde la otra perspectiva, que podríamos calificar de idealista-optimista, se defiende el potencial

---

<sup>17</sup> Chomsky, N./ Ramonet, I. (1996). *Cómo nos venden la moto*. Información poder y concentración de medios. Icaria. Barcelona.

Ramonet, I. (2003 b). *La tiranía de la comunicación*. Debate. Madrid.

Chomsky, N. & Herman, E. (2000). *Los guardianes de la libertad*. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas. Crítica. Barcelona.

Chomsky, N. (2002). *Propaganda y opinión pública*. Conversación con David Barsamian. Crítica. Barcelona.

Vázquez, M. & Sierra, F. (2007). *La construcción del consenso*. Revisitando el modelo de propaganda de Chomsky y Herman. Vision Net. Madrid.

democratizador de los medios como un instrumento que, en manos de los ciudadanos, sirve para hacer más libre la convivencia (Habermas, Wolton<sup>18</sup>).

Dentro de la corriente crítica encontramos a autores que, como Alain Minc (1995), mantienen que la hegemonía de una opinión pública basada en el marketing político, los sondeos y los medios de comunicación supone una amenaza para la democracia y un signo de la decadencia de la vida en sociedad. Otros autores (Sartori, Baudrillard, Debord<sup>19</sup>) centran sus críticas en los efectos negativos de la mediatización de la política. Se trata de una línea de pensamiento dirigida, especialmente, contra la televisión y las nuevas tecnologías, a quienes se acusa de instaurar una cultura del espectáculo que ha transformado la política, la información y, en general, la percepción que el hombre moderno tiene sobre lo real. Una de las consecuencias más graves que tiene esta cultura del espectáculo y del entretenimiento para el periodismo es la simplificación de la retórica periodística hasta el extremo de que su representación de la realidad política - basada en relatos simples, superficiales y llamativos- no ayuda al público a comprender lo que ocurre y, por lo tanto, desmotiva a la sociedad y no favorece la participación.

Ninguna institución o ámbito social escapa al proceso de atomización, banalización e indiferencia desatado por la posmodernidad. Se produce una desvitalización de la 'res pública' porque el ciudadano, desengañado, deserta de

---

<sup>18</sup> Habermas, J. (1998). *Facticidad y validez. Sobre el derecho y el estado democrático de derecho en términos de teoría del discurso*. Trotta. Madrid.

Wolton, D. (2006). *Salvemos la comunicación*. Gedisa. Barcelona.

<sup>19</sup> Debord, G. (2002). *La sociedad del espectáculo*. Pretextos. Valencia.

Baudrillard, J. (1991). *La guerra del Golfo no ha tenido lugar*. Anagrama. Barcelona.

Baudrillard, J. (1993). *Cultura y simulacro*. Cairos, Barcelona.

Baudrillard, J. (2000). *El crimen perfecto*. Anagrama. Barcelona.

Sartori, G. (2002). *HomoVidens. La sociedad teledirigida*. Taurus. Madrid.

Sartori, G. (2003). *Videopolítica. Medios, información y democracia de sondeo*. FCE. Madrid.

la política. Se vive en la indiferencia, lo único que moviliza es la búsqueda del bienestar privado. El exceso de información, a un ritmo vertiginoso que dificulta la asimilación de las noticias e impide cualquier tipo de emoción duradera, contribuye a incrementar la apatía del ciudadano. La deserción generalizada de los valores y finalidades sociales provocada por el proceso de personalización, dice Lipovetsky (2003), es lo que hace surgir el narcisismo señalado por Lasch (1999) como la estructura constitutiva de la personalidad posmoderna y que se ha introducido en lo social convirtiéndose en el *ethos* del público. En la *sociedad líquida* consumista (Bauman, 2007) la felicidad es un espejo de la entronización de un individuo autorreferenciado. El reemplazo de una comunidad entendida como interdependencia, confianza y solidaridad en busca del bien común por una sociedad regida por el egoísmo y la búsqueda del bienestar individual provoca el derrumbe de la responsabilidad en todas sus dimensiones, principalmente la ética y la política. Este individualismo hedonista radical se combina con una concepción materialista de la vida y encuentra el mejor acomodo en una sociedad de la abundancia en la que impera la lógica economicista en todos los ámbitos. El resultado es el aislamiento y el aumento de la vulnerabilidad del hombre, que, huérfano de certezas y con una multiplicación de los sistemas de construcción de sentido, se ve abocado a un silencio indiferente o a una expresividad desaforada.

Partiendo de los análisis más desoladores, cuya sentencia es que lo racional ha sido expulsado del espacio público, se planteará en esta tesis, no obstante, la posibilidad de un debate público, aunque éste tenga que contar con mimbres diferentes a los del modelo de la Ilustración y adaptarse a actores y público que responden al sujeto posmoderno, definido por Vicente Verdú como “prototipo feminizado que vislumbra, intuye y concluye siguiendo una vía preferentemente sentimental”<sup>20</sup>.

Frente a la corriente más crítica, autores como Habermas, Lipovetsky y Lasch insisten en que los medios siguen siendo imprescindibles en cualquier proyecto de vida democrática. Sin negar la influencia de los medios en el funcionamiento del ámbito político, estos autores centran su atención en la necesidad de repensar nuevas fórmulas de participación ciudadana adecuadas a

---

<sup>20</sup> Artículo en *El País*, 1-06-2006: 40.

las nuevas realidades mediáticas a partir de la revisión de conceptos como individualidad, solidaridad y diálogo.

Empezaré, así pues, con una explicación de las consecuencias que ha tenido la consolidación de la cultura de la posmodernidad en el espacio público y en la actividad periodística, principalmente en su función de promover debates. Veremos cuáles son las amenazas más graves para el desarrollo de una discusión pública y si se puede apreciar alguna influencia positiva. A continuación, tras poner de manifiesto que la principal característica del nuevo espacio público de la posmodernidad es su escasa racionalidad, será obligado preguntarse si hay todavía alguna oportunidad para la creación de un espacio mediático con diálogo ciudadano, libre y fructífero, tal como exige la democracia desde los parámetros liberales y deliberativos estudiados en los capítulos precedentes. Ese es el desafío de la posmodernidad para el periodismo entendido como foro de debate. Para analizar esta cuestión recurriré, en primer lugar, a algunas líneas de pensamiento que se niegan a aceptar como irreversible la rendición de la palabra y han apostado por la vocación emancipadora de los medios de comunicación en la tarea de retomar la bandera del diálogo racional. Para superar esta cultura de la polémica y evitar que se siga ahondando en la decepción generalizada sobre la vida pública, Tannen (1999) propone ampliar el concepto de debate hasta convertirlo en un diálogo con formato pluralista y entendido como un amplio intercambio de ideas más que como una confrontación. A esta línea de defensa del diálogo creativo ha dedicado un singular esfuerzo intelectual el filósofo alemán Habermas, cuya teoría de la razón comunicativa se plantea como una primera respuesta al desafío de la posmodernidad que ha abierto muchas vías de reflexión sobre la acción de los medios. Junto a la teoría de la razón comunicativa de Habermas, la vía pragmatista de Rorty ofrece también alguna respuesta a ese desafío, que en el periodismo también ha suscitado ensayos de renovación encaminados a reforzar su función democrática: el periodismo como conversación, el periodismo cívico y el periodismo participativo.

### 3.1. LA POSMODERNIDAD EN EL ESPACIO PÚBLICO

La modernidad es la culminación en el siglo XVIII de un proceso cultural de emancipación humana y revolución democrática por el que se constituyen

sociedades a partir de la decisión de hombres libres e iguales, que aceptan como método de conocimiento de la realidad la ciencia (la búsqueda de la verdad o la distinción entre lo verdadero y lo falso y entre lo bueno y lo malo a través de la discusión racional). La posmodernidad sería una modernidad sin fe en la razón y sin rumbo a partir de un individualismo radical y hedonista que ataca todas las normas y valores de la sociedad burguesa (racionalismo, orden, laboriosidad, ahorro, puritanismo, moderación) y que se instala como la cultura dominante con la aparición del consumo de masas en los años 20 del siglo pasado. Por lo tanto, entiendo por posmodernidad la desilusión de la modernidad, la percepción como fracaso de sus promesas de emancipación individual y colectiva a través de la razón, y el salto al vacío de una cultura que ha llevado al extremo el individualismo que aspira a una autorrealización sin trabas y sin más expectativa que el logro del placer o el poder en el presente<sup>21</sup>.

Baudrillard (1998: 187-197) describe una sociedad atrapada en el éxtasis de la comunicación, donde no existe nada más allá del frío acto de comunicar: mostrar, hacer visible o transparente; donde todo ha sido abolido, principalmente la interioridad, la intimidad, la posibilidad misma de ocultarse al ojo público. Una sociedad que, según el diagnóstico de este autor francés, ha caído en el estado de terror propio del esquizofrénico: la excesiva proximidad y transparencia de todo conduce a la confusión e impide una representación del mundo que nos pueda servir como espejo para la reflexión. La luz cegadora de la posmodernidad convierte al mundo en una pura pantalla que todo lo muestra pero que no encuentra interlocutor.

Los medios de masas juegan un papel importante en la propagación de esta cultura, como ha estudiado ampliamente Daniel Bell (1977; 2006). El periodismo

---

<sup>21</sup> "Al parecer, amplios sectores pertenecientes al ámbito de las humanidades y de las ciencias sociales han adoptado una filosofía que llamaremos- a falta de un término mejor- "posmodernismo", una corriente intelectual caracterizada por el rechazo más o menos explícito de la tradición racionalista de la Ilustración, por elaboraciones teóricas desconectadas de cualquier prueba empírica, y por un relativismo cognitivo y cultural que considera que la ciencia no es nada más que una "narración", un "mito" o una construcción social" (Sokal y Bricmont, 1999: 19).

moderno ha crecido en el centro de las contradicciones culturales del capitalismo señaladas por Bell puesto que participa de tres esferas (económica, política y cultural) escindidas y que se rigen por valores diferentes y antagónicos. Por su soporte empresarial forma parte destacada de la estructura social (regida por los principios de la eficiencia y de la racionalidad funcional) y como agente de producción simbólica forma parte de la cultura (anti-racional y enemiga de los valores burgueses tradicionales vigentes en la estructura social). Desde esta posición contradictoria el periodismo ha sido un agente impulsor del mundo moderno (democrático e individualista) a la vez que una víctima de él (la pérdida de credibilidad por sus desviaciones en forma de desinformación, trivialidad, antirracionalismo, sensacionalismo o espectacularización). Según Giddens (1998), los medios de comunicación fueron instrumentos de la modernidad y en ellos se puede apreciar una de las características fundamentales de la posmodernidad: la desaparición de los grandes relatos explicativos y su sustitución por una pluralidad de fragmentos que compiten por completar el sentido de los acontecimientos.

### 3.1.1. El ataque a la razón y a los valores burgueses

Sin dejar de apelar a valores tradicionales de racionalidad, el periodismo contribuyó decisivamente a la expansión de la nueva sensibilidad moderna, las nuevas formas de percibir el mundo (con la dislocación espacio-temporal provocada por la revolución de las comunicaciones) y a los nuevos ritmos de vida (el caos de las grandes ciudades). Nacido en el seno del sistema valorativo burgués tradicional, el periodismo, como un elemento más del sistema económico burgués, ayudó sin embargo a su quiebra. Como recuerda Bell, las revistas *Time* y *Reader's Digest*, fundadas en los años 20, fueron vehículos para la transformación de valores en los estilos de vida de Norteamérica "fundiendo los ritmos nerviosos del nuevo periodismo expresivo, el lenguaje que reflejaba las nuevas apariencias, con el compás de la vida urbana y el nuevo hedonismo" (Bell, 1977; 2006: 82).

Bell sitúa en los años veinte el momento decisivo de la transformación de la sociedad moderna provocada por el consumo masivo, la revolución tecnológica (el automóvil y el cine) y las innovaciones sociológicas como la propaganda o la difusión de nuevos estilos de vida a través de los medios de comunicación. Era la

culminación de un proceso cultural de ataque contra la estructura social burguesa y sus valores racionalistas que había comenzado en el siglo XIX cuando Nietzsche profetizó que el racionalismo de la ciencia moderna desembocaría en una catástrofe nihilista. Se negaba así, como un ensueño ingenuo e irreal, las promesas de emancipación humana planteadas por la Ilustración, que recogía el testigo de los filósofos griegos y del Renacimiento europeo para basar en la razón (sin ayuda de la revelación divina) la confianza en el conocimiento de la realidad (y por lo tanto la posibilidad de mejorar el mundo) más allá de los sentidos. Con su ataque a la razón como vía para ordenar el mundo, los nuevos modernos empezaban a socavar los cimientos de la civilización europea edificada a partir del método científico de la crítica racional y cuyos aspectos fundamentales, como señala Popper (2005), son la industrialización, la ciencia y la idea política de libertad. Mientras los modernos habían apostado por la ciencia como solucionadora de problemas en todos los ámbitos de la vida, tras la rebelión antirracionalista del Romanticismo y la apuesta esteticista del arte de vanguardia, el siglo XX se caracterizará por la pérdida de confianza en los sistemas de valores tradicionales.

Los filósofos y los artistas de vanguardia denunciaban las contradicciones de una sociedad que detrás de una apariencia de racionalidad ocultaba hipócritamente privilegios y represión. La modernidad en los albores del siglo XX se caracterizaba por la fe en la inteligencia como destructora de falsas apariencias, como la auténtica guía del hombre y su defensa de la imaginación y la expresión de la sensibilidad (Connolly, 2005). Las obras de la modernidad se caracterizaban por su inteligencia crítica para levantarse contra lo que había de puritanismo, de hipocresía y de materialismo en la forma de vida de la burguesía. Destacaban por una combinación de la lucidez, el escepticismo y la curiosidad intelectual de la Ilustración con la sensibilidad y la rebeldía del Romanticismo. Con Flaubert y Baudelaire como precursores, el movimiento moderno alcanza su momento cumbre entre 1910 y 1925, con autores como Eliot, Pound, Yeats, Woolf, Joyce, Apollinaire, Valéry, Proust, Hemingway, Cummings, W. Stevens, Forster, Fitzgerald y los movimientos artísticos del Cubismo y el Surrealismo. Según el análisis de Connolly (2005), con la I Guerra Mundial llega la desilusión y la radicalización en los ataques contra la tradición. Los instintos, la imaginación, la

sensación o el inconsciente se plantean como formas de aproximación a la realidad tan válidas como la razón.

Con la II Guerra Mundial, llega el agotamiento y el fin del movimiento moderno, cuya víctima colateral será el humanismo. Se renuncia al sentido clásico de la totalidad y a la posibilidad de ordenar el mundo. Se exalta el presente absoluto y lo fragmentario. La voluntad y la emoción desplazan al juicio racional en la jerarquía de la cultura. Al principio, en ausencia de Dios, se intenta justificar la vida con el Arte (que aún era una forma de ordenar el mundo). Después, simplemente con la libertad de los impulsos, lo instintivo y el placer sin límites. En los años 40, dice Bell (1977; 2006), el sistema de valores de la clase media burguesa había sucumbido. Como ya nadie los defendía, sus enemigos dejaron de estar a la vanguardia. Esta tendencia se expande desde la segunda guerra mundial hasta que en los 60 la posmodernidad entra en su periodo de consolidación: la apoteosis del consumo en la era del vacío. Sin ídolos ni tabúes ni proyectos históricos movilizadores ni grandes sistemas de sentido que sirvan de guía al ciudadano, sin puntos de referencia ni una escala establecida y fija de valores, simplemente la cohabitación de todas las opciones y el derecho a realizarse del individuo supremo: “El individualismo hedonista y personalizado se ha vuelto legítimo y ya no encuentra oposición” (Lipovetsky, 2003: 9). En su ofensiva para la quiebra del sistema valorativo burgués tradicional habían encontrado un aliado decisivo: el propio sistema económico burgués, el mercado libre, según la tesis de Bell, que ve aquí la fuente de la contradicción cultural del capitalismo. Esta contradicción, agudizada con el paso del tiempo, permanece en un sistema que para sobrevivir depende de la racionalidad funcional y a la vez está inserta en una cultura que exalta los modos antirracionales de conducta.

### **3.1.2. Fragmentación y trivialización de lo público**

Lipovetsky explica la posmodernidad como un proceso sistemático de personalización hedonista al que han contribuido la proliferación de los mass media y que consiste esencialmente en “multiplicar y diversificar la oferta, en proponer más para que uno decida más, en sustituir la sujeción uniforme por la libre elección, la homogeneidad por la pluralidad, la austeridad por la realización de los deseos” en una sociedad sin “imperativo categórico” (Lipovetsky, 2003: 19).

Este proceso de personalización afecta a los medios de comunicación. La informática personaliza el acceso a la información y aumenta las posibilidades lúdicas e interactivas del individuo. La exaltación de lo individual, que llega al narcisismo colectivo tan bien analizado por Lipovetsky (2003), tiene una primera consecuencia en el espacio mediático: la atomización y fragmentación de lo social. Más que despolitización lo que hay es una trivialización de lo público o, en palabras de Lipovetski, una esterilización silenciosa del espacio público en una sociedad que privilegia el disfrute privado. Lo que cambia es la relación del individuo con lo social. El individuo se relaciona con los otros, pero sobre todo con los otros que son como él, con quienes comparte preocupaciones, problemas o aficiones. Al no haber ninguna verdad que buscar y al faltar un objetivo común que compartir, pierde todo sentido la necesidad de confrontar las opiniones. La libre discusión se antoja una pérdida de tiempo. Lo público pierde contenido porque no hay fines comunes. Es la consecuencia de la tendencia posmoderna a subjetivizar todas las actividades.

La expansión de la lógica individualista tiene una segunda consecuencia, esta vez positiva: el privilegio de la comunicación respecto a la coerción: "La edad moderna está obsesionada por la producción y la revolución, la edad posmoderna lo está por la información y la expresión" (Lipovetsky, 2003: 14). Una obsesión que ha encontrado su vía de escape con las nuevas tecnologías, que han provocado una "democratización sin precedentes de la palabra" (Lipovetsky, 2003: 14) al posibilitar que todo el mundo pueda expresarse en público. Sin embargo, en sintonía con la esencia de la cultura posmoderna, se trata de una comunicación lúdica, narcisista, sin contenido, sin objetivo y sin público. Es decir, emerge un individuo informado y más capacitado para responsabilizarse de su propia vida, liberado de rejas ideológicas, tradiciones, costumbres o disciplinas, con mayor posibilidad de elección. Sin embargo, el contenido de esa emancipación se agota en los límites del individuo soberano.

En el campo de la comunicación política, el proceso de personalización ha tenido indudables mejoras al promover una democracia del contacto, con una mayor proximidad entre dirigentes y ciudadanos, y una mayor transparencia con la reducción del secreto y el aumento de la información. El aumento de la visibilidad en la política junto a la consolidación de valores como la autenticidad y la proximidad ha tenido, sin embargo, la contrapartida de una cierta

trivialización y espectacularización del debate político, algo que resulta coherente con los valores de la posmodernidad.

De modo que cuatro de los aspectos positivos de la posmodernidad, el aumento de la pluralidad de opciones, el privilegio de la comunicación respecto de la coerción, la ganancia de autonomía individual y la transparencia, así como la cercanía de la política al ciudadano, se diluyen en un caos estéril por la ausencia de un propósito colectivo o de un fundamento moral que, en el análisis de Bell (1977), necesita la sociedad como impulso de renovación y de creación de vínculos entre la gente, que nos mantenga aferrados a la realidad y nos dé motivos para la solidaridad y el interés por los otros.

En definitiva, el rechazo de las obligaciones cívicas es una de las características de la posmodernidad que han sido advertidas de forma unánime por los sociólogos. Al buscar la gratificación propia y no la comunicación con otros, las relaciones tienen carácter destructivo y se desvanece cualquier tipo de deber cívico.

### 3.2. CONSECUENCIAS DE LA POSMODERNIDAD EN EL PERIODISMO

Buena parte de lo que sabemos sobre el mundo nos llega a través de los medios de comunicación, que, como dice Ignatieff (2002: 43), “desempeñan ahora un papel decisivo en la formación de la comunidad imaginada, tanto en el plano nacional como en el mundial, un mito por el que millones de seres distintos encuentran su identidad común en un nosotros”. Con un flujo constante de novedades los medios van tejiendo una realidad compartida que queda como trasfondo de las interacciones sociales y como conocimiento sobre los hechos: una construcción del mundo que sirve de referencia a la sociedad. Sin embargo, nos orientamos en la realidad con unos medios que están bajo sospecha. No nos fiamos de ellos: ni de sus intenciones, ni de sus métodos, ni de sus acciones. En la cultura de la posmodernidad se pasa de la ilusión del periodismo como reflejo de lo real a la resignación ante la sospecha de que lo reflejado no es más que una imagen distorsionada de la realidad. Según Luhmann (2000), los medios sólo son un sistema social entre otros cuya función no es buscar la verdad sino ofrecer información entendida simplemente como la escenificación de lo nuevo. Los medios construyen la realidad deformándola. Lo que queda es una imagen

quebrada y fragmentada de la realidad sin que los medios se sientan obligados a hacer algo por revelar la auténtica realidad que permanece oculta tras el espejo deformado. A la par que aumentaba la importancia de los medios de comunicación en la sociedad moderna, más dudas generaba sobre la autenticidad de sus mensajes.

En el ámbito de la comunicación política, la posmodernidad se presenta como una crisis de la representación como forma de Gobierno y su sustitución por una massmediatización de la política, como una adecuación de esta última a la lógica de los medios de comunicación (personalización, imagen, ofertas, eslóganes, conflicto, etc). Una primera característica del espacio público que lo aleja de los parámetros ideales de la Ilustración es su escasa racionalidad: lo que ofrecen los medios “no es una imagen de interacción discursiva sino de opiniones agregadas que trasladan la lógica del marketing al mercado político. Ahí, más que en los discursos racionales habermasianos, es donde de verdad se posa el dechado de la opinión pública y, al parecer, hasta el espíritu objetivo de nuestra época” (Vallespín, 2003: 200-201).

Desde el punto de vista de la vida democrática esta realidad periodística tiene también evidentes repercusiones. La ciudadanía queda debilitada en su capacidad de intervenir en el espacio público y la consecuencia es el fomento de un ciudadano apático: “La democracia aquí no peca por reducción, sino por banalización” (Rojas, 2006). ¿Hay alguna esperanza –se pregunta Vallespín (2003)- de que los nuevos individuos, estos ‘zombis nómadas de la sociedad del yo’, según la expresión de Sloterdijk, rehabiliten su dimensión ciudadana y solidaria y se reafirmen frente a la nueva dictadura de la economía?

Las principales amenazas a la existencia de un espacio público democrático son, según Vallespín (2003), las siguientes:

- El proceso de concentración de la propiedad de los medios, que reduce la pluralidad de los mensajes.

- La ruptura de la frontera entre espacio público y privado, a lo que han contribuido los medios de comunicación con una errónea concepción del interés público definido “más por la curiosidad que suscitan los vicios o desdichas privadas que por remitir a algo que nos es común” (Vallespín, 2003: 195). A lo que

hay que añadir el entretenimiento como manipulación y mal gusto en una lógica contaminadora del espacio de la política.

- La superficialización del debate en el espacio público como consecuencia nociva de las limitaciones de la información televisiva. El 'homo videns' de Sartori (1998) acaba con la seria reflexión política en los medios. La televisión sólo es capaz de ofrecer comida basura intelectual, según la denuncia de Bourdieu (2005), y contagia a la prensa, que aumenta los contenidos superficiales a costa de los análisis profundos.

### **3.2.1. El periodismo, un anexo del entretenimiento**

En el inicio del siglo XXI las instituciones, los medios de comunicación entre ellas, siguen funcionando, y la sociedad se desarrolla, pero lo hacen sin brújula, en el vacío. Ya no con angustia, preocupación o desesperación, sino en la indiferencia. Sin nostalgia del sentido. Tanto en el arte como en la vida cotidiana sólo queda la representación como un juego, vaciada de su contenido clásico. Abandonado lo real y la inspiración humanista se cae en la frivolidad y el espectáculo: "Las antinomias duras, las de lo verdadero y lo falso, lo bello y lo feo, lo real y la ilusión, el sentido y el sinsentido se esfuman, los antagonismos se vuelve 'flotantes', se empieza a comprender, mal que les pese a nuestros metafísicos y antimetafísicos, que ya es posible vivir sin objetivo ni sentido, en secuencia-flash, y esto es nuevo" (Lipovetsky, 2003: 38). Porque se trata de una indiferencia por exceso: todo vale, todos los comportamientos y opciones son aceptables y pueden cohabitar sin colisiones.

La aplicación de la lógica del espectáculo en el mundo de la comunicación es probablemente la característica decisiva de esta cultura de lo trivial por lo que se refiere al periodismo. Colombo (1998: 9-23) sitúa el inicio de esta contaminación, que se expande desde la televisión al resto de medios, en la década de los 80. Desde entonces los propietarios de los medios parecen convencidos de que no puede haber comunicación sin espectáculo. Las consecuencias son descritas con precisión por Colombo (1998: 22) en esta extensa cita: "Nace así una Disneylandia de las noticias en la que ritmo, vivacidad, sentido del suspense, golpes de efecto, acento dramático, conmoción e indignación y cambio continuo de los personajes pertenecen cada vez más al

mundo del espectáculo, súcubo de los gustos y de los humores del público, después de renunciar a una mirada autónoma sobre lo que sucede a su alrededor, sobre la vida, las ansias, las esperanzas y las preocupaciones de la gente, la realidad cotidiana. Como cualquier otra forma de 'entertainment', el periodismo se convierte en un mundo paralelo al real y diferente de él, guiado por una dirección que atribuye en cada ocasión papeles y roles (tanto a los periodistas como a los lectores) en lugar de una 'editorship' que distribuya las tareas de investigación, de verificación, de esclarecimiento y de búsqueda". Y el resultado final es la pérdida de credibilidad y autoridad, la destrucción de aquello que legitima el periodismo: el pacto de confianza con el público.

Los ideales del periodismo clásico -servicio público de calidad, independencia y veracidad- se traducen en una realidad periodística que se parece más a un servicio privado sometido a los dictados del mercado que obliga a sustituir la veracidad por la espectacularidad. César Rojas resume así el núcleo de lo que él denomina tránsito del paleoperiodismo al neoperiodismo: "El paleoperiodismo es la gestión de la información constreñida por la obediencia a ciertos valores propios (independencia, responsabilidad, honestidad, veracidad, ecuanimidad, equilibrio), estructurada en función a la razón informativa -la búsqueda de la verdad de los hechos-, regida por controles de calidad dados por la fidelidad a sus valores y a la razón informativa, dirigida hacia el ciudadano como un lector ilustrado (y a seguir ilustrándose), pretende influir en la esfera de las ideas y opiniones con una orientación ideológica y aspira a convertirse en un servicio público. El neoperiodismo tiene los mismos componentes, aunque con sentidos totalmente diferentes. También gestiona la información, pero constreñido por el mercado (índice de audiencia y publicidad), estructurado en función al impacto informativo -la búsqueda de la espectacularización, dramatización y personalización de los hechos-, regida por controles de calidad dados por la obediencia a los dictados del mercado y al impacto informativo, orientada hacia el ciudadano como consumidor emotivo (y a seguir emocionando), pretende, haciendo un uso intensivo de los espacios informativos, de opinión y las encuestas o sondeos, constituirse en un poder fáctico que influya sobre los demás poderes constituidos con una orientación pragmática y se convierte en un (auto) servicio privado, pero enmascarado por su función pública" (Rojas, 2006).

En conclusión, la confusión entre información y entretenimiento (que ha dado lugar al neologismo 'infotainment') ha hecho que a pesar del aumento cuantitativo de información el ciudadano esté más desinformado y que tenga una peor comprensión intelectual de lo que ocurre en el mundo porque la realidad que se muestra está vista a través de las lentes distorsionadoras "de la lógica del star system, de la sociedad del espectáculo, de los criterios de noticiabilidad que se imponen como rutinas profesionales" (Bettetini y Fumagalli, 2001: 22-27).

Al final de su carrera, apenado por la imparable deriva hacia el 'infotainment' que presenciaba en la cadena de televisión CBS, el famoso presentador de informativos Walter Cronkite declaraba: "Visualizo la industria televisiva como un gigantesco edificio dedicado al negocio del entretenimiento. El periodismo es un anexo en el portal de al lado" (Cronkite, 2000)<sup>22</sup>.

---

<sup>22</sup> Libros en los que se analiza el contagio de entretenimiento en el periodismo son:

Bryant, J. & Zillmann, D. (1996). *Los efectos de los medios de comunicación*. Paidós. Barcelona.

Lozano Bartolozzi, P. (2006). *El tsunami informativo. Panorama comunicativo del siglo XXI*. Eunsa. Pamplona.

Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*, Aguilar, Madrid.

Fuller, J. (1996). *News Values*. University of Chicago Press. Chicago.

Hachten, W. A. (1998). *The Troubles of Journalism*. University of Wisconsin Press.

Ortega, F. & Humanes, M. L. (2006). *Periodismo sin información*. Tecnos. Madrid.

Farré, M. (2004). *El noticiero como mundo posible. Estrategias ficcionales en la información audiovisual*. Buenos Aires.

Postman, N. (2001). *Divertirse hasta morir: el discurso público en la era del business*. Ediciones de la Tempestad. Barcelona.

Tannen, D. (1999). *La cultura de la polémica. Del enfrentamiento al diálogo*. Paidós. Barcelona.

### **3.2.2. La sociedad desinformada de la información**

En estas coordenadas culturales surge lo que se conoce como la sociedad de la información, que se caracteriza por el carácter efímero de todas las relaciones sociales. Según el análisis de Lash (2005), se trata de un orden en el que el principio de la sociedad es desplazado por el principio de la información. Lo que es duradero y próximo en una época de socialidad se vuelve de corta duración y distante. Este autor propone el término 'informacionalidad' como principal característica de la sociedad de la información en sustitución de la socialidad. Una sociedad en la que se produce la gran contradicción de que lo producido con el aporte del conocimiento y la racionalidad conduce a la irracionalidad. Este enfoque me parece muy adecuado porque plantea de forma nítida el mayor desafío al que se tendría que enfrentar el periodismo concebido como una tarea intelectual, como se hace en esta tesis. Lo que viene a señalar Lash es que vivimos no sólo en la sociedad de la información, sino en la era de la sociedad desinformada de la información, que instalada en un presente efímero y veloz ha excluido cualquier posibilidad de reflexión. Y aún más, son precisamente los medios de comunicación de masas quienes, como partes de la industria del entretenimiento, más se identifican desde su origen con esta cultura de lo efímero.

Veamos con más detenimiento en qué consiste la sociedad desinformada de la información y si el periodismo puede salir del círculo estéril del entretenimiento para preservar teóricamente su dimensión intelectual.

Explica Lash (2005) que la era de la información no es una época para la narración o el discurso reflexivo sino para el mensaje inmediato y la comunicación fugaz. Las categorías de discurso o narrativa ya no son lo propio de la información. Por el contrario, las cualidades primarias de la información son el flujo, el desarraigo y las relaciones en tiempo real, cualidades propias de la posmodernidad. Sostiene Lash que atribuimos sentido a las cosas para convertirlas en información no a través del discurso lineal o la narración sino a través de la compresión en unidades abreviadas. Cambia el significado de la vida, que de ser narrativo pasa a ser informacional. Las formas de vida tecnológicas son rápidas en el tiempo (no cabe la reflexión) y veloces (sobrepasan la linealidad). La aceleración convierte a la cultura en efímera. Lash pone el ejemplo de una novela que puede permanecer durante generaciones frente a un artículo de prensa que dura un día. Según el análisis que hace este autor de las formas comunicativas de

la posmodernidad, la descomposición del tiempo lineal conduce a la inseguridad de la sociedad del riesgo y la expansión de las formas tecnológicas de vida rompen los lazos sociales y los vínculos espaciales, que luego son reconstruidos como enlaces discontinuos en redes. Antes, el medio paradigmático era la narración, el arte, y ahora es simplemente la comunicación, el mensaje comprimido en un byte. En la información no hay actores, personajes, trama, causas y efectos, como en la narrativa tradicional, sino que el mensaje está comprimido y su principal valor es la inmediatez. En el caso del discurso, su valor es la racionalidad, su apertura hacia la reflexión. En él hay marcos conceptuales y argumentos legitimadores. Pero nada de eso hay en el mensaje informacional, que se produce para el consumo inmediato. El discurso se elabora con tiempo, en cambio, el mensaje informacional debe producirse en tiempo real. La primera gran consecuencia, la que nos importa para el asunto de esta tesis, es que no hay tiempo para la reflexión.

Esto tiene como segunda consecuencia que, en la sociedad de la información, de una producción racional resulta una irracionalidad por sobrecarga de información, desinformación y descontrol. El poder es hoy informacional: no discursivo. Lo que significa que no actúa a través de la linealidad o el argumento reflexivo del discurso o de la ideología sino a través de la inmediatez de la información y las comunicaciones. Si antes vivíamos en un orden de prácticas simbólicas (llenas de significados), ahora vivimos en un orden semiótico (símbolos vaciados de sentido), “el escenario pesadillesco de los recursos culturales como signos vacíos acumulados junto con los recursos políticos y económicos, en lo que parece ser el triunfo final de la razón instrumental” (Lash, 2005: 71).

¿Qué papel desempeñan los medios de comunicación en esta sociedad informacional? Los medios modernos son precisamente productos directos de ese paradigma cultural y desde su origen hace más de un siglo funcionan a través de la representación y la información, y no con discursos ni narrativas, dice Lash (2005). Pero es ahora cuando su carácter informacional llega a su apogeo en la sociedad gracias a la convergencia de los medios, la computación y las telecomunicaciones (Lash, 2005). Como contenido cultural lo específico de los medios es su temporalidad (en tiempo real, inmediato, rápido, instantáneo, de corta duración, efímero). Lo que difunden los medios no es una narración o un

discurso pleno de significado y destinados a durar, sino información. Y forma parte de la naturaleza de la información su carácter efímero, sea presentada por la prensa o por la televisión. Porque Lash no se conforma con atribuir a la televisión el principal impulso de este cambio de paradigma, sino que resalta que fue el propio periódico incluso quien inició esta cultura de lo instantáneo. Su contenido sirve a la novedad. Las noticias no perduran, pierden valor conforme pasa el tiempo. Esta entrega a lo novedoso impide la reflexión, que exige distancia y percepción serena de acontecimientos del pasado. En este encadenamiento al presente que forma parte de la naturaleza del periodismo ve Lash motivo suficiente para rechazar cualquier consideración del periodismo como un arte o trabajo intelectual ya que estos aspiran a una mayor duración. Es decir, la amplia escala temporal que es lo que da validez a un trabajo científico es inalcanzable para el periodismo. La información es, más bien, un producto industrial, tan inmediatamente olvidable como cualquier otro contenido de entretenimiento. Tanto la narración (novela) como el discurso (ciencia) son marcos que aportan significado a los acontecimientos y orden a las cosas, con argumentos, proposiciones, orquestando los sucesos individuales para situar lo particular en lo universal, haciendo inteligible el bullicio de voces de la vida cotidiana. El arte captura la significación de los hechos. Sin embargo, debido a sus limitaciones (espaciales y, sobre todo, temporales) el periodismo no puede elaborar discursos racionales, no tiene tiempo de argumentar, su valor o credibilidad no se basa en sus argumentos sino en "la facticidad en bruto de sus mensajes" (Lash, 2005: 133). "Los diarios y otras formas de información no tienen temporalidad lógica ni existencial: sólo una temporalidad inmediata. Fuera del tiempo real carecen absolutamente de significado. Al margen de la inmediatez del tiempo real, las noticias y la información son literalmente basura" (Lash, 2005: 246).

Eso por el lado de la producción, pero también las circunstancias de la recepción impiden cualquier posibilidad de tratamiento intelectual: recibimos la información en condiciones de distracción y no de reflexión. La cultura del texto (que requiere representación y reflexión) ha sido sustituida por la cultura informacional: ni los medios representan a través de narraciones o discursos, ni el público es un lector reflexivo.

A partir del análisis de Walter Benjamín, que reveló que en los diarios las narraciones de la novelística se fragmentaban en la brutalidad del hecho, Lash

sostiene que la era posmoderna aumenta la fragmentación de la red de los relatos individuales, limitándolos a una sucesión de escenas del presente a una velocidad tal que provoca indiferencia.

### 3.2.3. El debate político-periodístico en la cultura de la polémica

¿Qué efectos tiene en el debate periodístico la cultura informacional y la tendencia a la espectacularización del periodismo? Del Rey resume así los rasgos característicos del nuevo paradigma cultural de las democracias posmodernas: “El narrador como referente autorreferido, la verosimilitud y el entretenimiento como epistemología, la credibilidad –que remite al narrador, y no a la realidad-, como criterio de verdad, y la ‘afectivización’ como recurso” (Del Rey, 1996: 448). Se trata de lo que Postman (2001) llama epistemología del anuncio publicitario televisivo y Tannen (1999: 15-118) cultura de la polémica. La razón deja su lugar a la emoción en el nuevo ambiente tecnológico impuesto por la televisión, que ha cambiado el debate político, las noticias y la opinión pública.

La subordinación de la comunicación a la lógica del espectáculo tiene sus efectos negativos en el desarrollo de los debates periodísticos, que acaban distorsionados por esa cultura de la polémica en la que el diálogo razonado se sustituye por el enfrentamiento visceral y agresivo en pos del espectáculo y el escándalo.

Un espacio público dominado por la cultura de la polémica se caracteriza por una concepción de cualquier interacción intelectual en términos de ataque y contraataque y por una visión del entorno cultural como si se tratara de un campo de batalla. El conflicto es la perspectiva que se utiliza para abordar cualquier situación y el pensamiento crítico se entiende como crítica destructiva. Si un tema no es controvertido se deduce que no tendrá éxito, una noticia sin componentes de controversia no interesa. Los protagonistas de este tipo de noticias conflictivas se ven envueltos en una espiral de ataque-defensa-contraataque.

Esta cultura, en la que a menudo queda atrapado el periodismo, entorpece la libre circulación de ideas e interfiere en la búsqueda de soluciones a los problemas colectivos que se discuten.

Este tipo de perspectiva tiene las siguientes consecuencias, según el análisis de Tannen (1999):

**Polarización desinformativa.** Limita la información que se difunde en lugar de ampliarla. La tendencia a la polarización conduce a la radicalización de las opiniones y al rechazo de los matices. La tendencia a plantear siempre las dos caras de los temas puede tener el efecto de equiparar las opiniones razonables con los más peligrosos disparates, al poner en el mismo nivel la verdad con la mentira. Prestar atención a opiniones extremas por la simple necesidad de confrontar una opinión sirve a veces únicamente para debilitar la autenticidad de los hechos. Sería el caso, por ejemplo, de confrontar las opiniones de una víctima del terrorismo con las de su verdugo.

**Enconamiento.** Reduce el número de participantes y simplifica los puntos de vista para que el combate dialéctico se perciba con la mayor nitidez. Sólo se invitará a la discusión a aquellos que puedan elevar el nivel de la confrontación. Se cierra la puerta a nuevas maneras de encarar los problemas que no utilizan la táctica de la confrontación.

**Simplificación.** Todo en el debate se reduce al resultado: quién gana y quién pierde; quién golpeó antes; quién estuvo más contundente o agresivo. Se equipara la política al deporte, donde el espectador (que no participa del juego) es lo más importante. "La controversia excita pero no ilustra" (Tannen, 1999: 53). En un combate deportivo no hay tiempo para pensar, la acción rápida lo es todo.

**Distorsión de la realidad.** Se da una visión de la realidad incompleta, parcial y fragmentada. Contribuye a distorsionar la realidad cuando, por ejemplo, los protagonistas de las noticias provocan determinadas circunstancias para elevar el nivel de conflicto y asegurarse así la atención de los medios. O cuando los políticos se sienten forzados a simplificar su discurso o provocar la polémica con el mismo objetivo de atraer la atención del periodista.

**Alejamiento del ciudadano.** Se contribuye a fragmentar el sentido comunitario. Se fomenta la crítica y la descalificación del adversario en lugar de la búsqueda de puntos de encuentro y nexos con lo colectivo. "Se crea una atmósfera de animosidad que se esparce como una plaga" (Tannen, 1999: 52). El público se siente excluido del debate cuando descubre que es un simple espectáculo artificial y no una búsqueda sincera de la verdad. Con su actitud

negativista o cínica y su alejamiento de los intereses de los ciudadanos la prensa contribuye a la apatía e impotencia de la ciudadanía.

Esta ficción de la controversia es una forma más de la información enfocada hacia el espectáculo y es el resultado de una esfera pública reducida a lo que Habermas ha llamado espectáculos de aclamación y que Innerarity describe como un tipo de confrontación elemental donde “el acontecimiento está por encima del argumento, el espectáculo sobre el debate, la dramaturgia sobre la comunicación”<sup>23</sup>. Así lo explica Enrique Guerrero, que, además de profesor de Ciencias Políticas, fue director adjunto del gabinete del presidente Rodríguez Zapatero: “Los medios de comunicación sintetizan la política. El político clásico que necesita explicar mucho las cosas, dar argumentos racionales, desarrollar líneas explicativas... tiene un problema con los medios de comunicación. En televisión lo que vale es un ‘totalito’, unos doce segundos de declaración; en la radio, ninguna declaración sobrevive más allá de veinte segundos; y en los medios escritos tampoco hay mucho espacio. Entonces, los políticos tienen que sintetizar tanto su mensaje para los medios que acaba siendo un eslogan en lugar de una explicación”<sup>24</sup>.

Según los análisis más radicales, la televisión cambia todo lo existente: la forma de pensar, de percibir la realidad y de practicar la democracia. Frente al orden, el esfuerzo, la disciplina y la objetividad del libro o el periódico, la televisión pone el énfasis en la imagen, la presencia, la simultaneidad o inmediatez, el impacto y la respuesta emocional instantánea.

La epistemología creada por la televisión es inferior a la de la imprenta: lo que da en ocio y distracción nos lo quita en abstracción y crítica, facilita el entretenimiento pero a costa de la inteligencia, sacrifica la comprensión en

---

<sup>23</sup> Innerarity, D. “La posibilidad de entenderse”. En *El País* el 22 de febrero de 2006

[http://www.elpais.com/articulo/opinion/posibilidad/entenderse/elpepiopi/20060222elpepiopi\\_4/Tes](http://www.elpais.com/articulo/opinion/posibilidad/entenderse/elpepiopi/20060222elpepiopi_4/Tes)

<sup>24</sup> Entrevista publicada en *Periodista Digital* el 1 de marzo de 2005.

[www.periodistadigital.com](http://www.periodistadigital.com)

nombre del sentimiento, da prioridad a la imagen y la dramatización sobre los conceptos y las palabras (Postman, 2001). El resultado es la cultura trivial, el mundo del olvido y la irrelevancia visto por Aldous Huxley, que “temía que no hubiera razón para prohibir los libros, porque nadie quisiera ya leerlos; temía que no tuviéramos tanta aparente libertad, que nos convirtiéramos en seres pasivos y egoístas; temía que la verdad se ahogara en un mar de asuntos irrelevantes” (García-Noblejas, 1997: 16). Es la pesadilla del ‘homo videns’, vídeo-hombres encadenados a la televisión, incapaces de tener pensamientos abstractos, negados para el entendimiento, la profundización y el conocimiento (Sartori, 1998).

Según los diagnósticos más pesimistas, en el periodismo la realidad se sustituye por su puesta en escena: “Los responsables de la televisión desconfían cada vez más de lo real, de su lado sucio, hirsuto, salvaje: no lo encuentran lo bastante telegénico, y parecen convencidos de que lo verdadero es difícilmente filmable, que únicamente lo falso es estético y se presta bien a la puesta en escena” (Ramonet, 2003). Lo real ya no importa y la aspiración de ordenar el caos del mundo se antoja una empresa imposible. La telerrealidad es uno de los formatos televisivos que más éxito ha tenido en los últimos años. Los productores de las cadenas no han dejado de sorprender a la audiencia con nuevas ideas sobre este fenómeno hasta llegar al extremo de implantar una especie de telerrealidad permanente similar a la que se relataba en la película *El show de Truman*, el ‘hombre verdadero’ que vive atrapado en un escenario prefabricado sin tener conciencia de su existencia de ficción. Para Baudrillard (2002), la sustitución de lo real por los signos de lo real produce un mundo hiperreal que no representa nada y en el que no se distingue la ficción de la realidad. En el peor de los casos, lo hiperreal se convierte en criterio de realidad y la ficción elimina lo real. La cultura del simulacro culmina en un “mundo de ficciones donde no ha quedado prácticamente ninguna verdad” (Verdú, 2003: 228). “Lo que ponen en evidencia las teorizaciones que se han realizado en torno al simulacro, es la evidencia de un mundo que es creado de manera artificial, hasta tal punto que finalmente esa realidad ‘manufacturada’ rompe con la realidad, la supera y sustituye, porque es hiperreal, es más real que la propia realidad” (García Jiménez, 2007: 117).

Finalmente, la posmodernidad pretende certificar la claudicación de la palabra, “la rendición sin pugna ni esfuerzo ante el imperio de los simulacros” y el abandono del ágora cívica (Zamora y Álvarez, 2006). Autores como

Baudrillard, Virilio, Sartori, Debord y Debray señalan a los medios de comunicación como culpables de “aumentar exponencialmente la cantidad de información al altísimo precio de devaluar –también exponencialmente- la capacidad de comprenderla de manera significativa. A su juicio, lo único que los medios han promovido es una multiplicación de la cantidad –el ‘grado Xerox’ de la información, por usar los afortunados términos con los que Baudrillard parodia a Barthes- al precio de multiplicar la irrelevancia en el ‘grado Xerox’ del pensamiento” (Álvarez Teijeiro, 2000: 122-123). La era de la televisión sería el último capítulo de ese largo recorrido de la renuncia a la razón y que dio sus primeros pasos con la aplicación del telégrafo a la prensa, que permitía una información liberada de su contexto, despojada de cualquier acción social y vendida como una mercancía más en un proceso en el que lo que importa es la cantidad y la velocidad, ya no su utilidad o calidad.

Para estos autores la irrupción de lo espectacular ha transformado radicalmente a nuestra sociedad hasta el extremo de hacer imposible la vida en un mundo de significados compartidos: “Ya no existe un ágora, comunidad general (...) ningún lugar donde el debate sobre las verdades que conciernen a los que están ahí, pueda liberarse de forma duradera de la aplastante presencia del discurso mediático y de las diferentes fuerzas organizadas para relevarlo” (Debord, 1990: 31). Vivimos en la sociedad del espectáculo en la que todo es juego y simulación: en los medios no hay pensamiento sino espectáculo del pensamiento. Desde esta apocalíptica perspectiva, al difundir pseudoacontecimientos y falsedades, realizar una cobertura trivial de la vida política y cultural y reducirlo todo al entretenimiento, los medios quedan invalidados como protagonistas del espacio público. Más que agentes democratizadores son maquinarias difusoras del “desastroso potencial totalitario del exceso de información” (Álvarez Teijeiro, 2000: 127).

Tanto el análisis de Innerarity sobre la actualidad política española, como el de Tannen, que denunciaba el deterioro de la vida pública de Estados Unidos, como el del resto de autores citados, hacen referencia a la pérdida del hábito del diálogo racional a favor de rituales, juegos y ficciones encaminados a escenificar combates dialécticos superficiales cuyo único objetivo es la conquista del poder ganando el favor del público a través de la pasión y el sentimiento más que de la argumentación. Un método espectacular que bajo su capa pasional sólo esconde

falta de imaginación, nula creatividad e incapacidad para ponerse en lugar del otro y pensar que puede tener parte de razón, es decir, puro dogmatismo que, comprobado está históricamente, sólo conduce a pérdidas de libertad para la ciudadanía.

### **3.2.4. La búsqueda de sentido en fragmentos**

Autores como Lipovetsky y Giddens ofrecen una visión mucho más matizada de este proceso de fragmentación del sentido de las sociedades pormodernas y no son tan pesimistas en cuanto a la posibilidad de que los medios colaboren en la búsqueda de sentido. Los periódicos, dice Giddens (1998), presentan los hechos como un collage, relatos yuxtapuestos por su carácter cronológico y secuencial. Admite que un collage no es, por definición, un relato, pero “la coexistencia de diferentes materiales en los medios de comunicación no constituye un revoltijo caótico de signos. Las historias separadas yuxtapuestas una al lado de otra expresan, más bien, ciertos ordenamientos y una secuencialidad típica de un entorno espaciotemporal modificado en el que se ha desvanecido en gran medida el predominio de lo local. No se suman, por supuesto, para constituir un único relato, sino que dependen de unidades de pensamiento y conciencia y las expresan” (Giddens, 1998: 41).

En el proceso de redefinición del espacio público destaca además, un aspecto positivo: el creciente protagonismo del ciudadano. En la reordenación de los roles de los diferentes actores del espacio público, los ciudadanos tienen la posibilidad de cobrar más protagonismo dentro del modelo interactivo al que nos acercan las nuevas tecnologías, asunto que será objeto de análisis en el capítulo 4. Analizaremos esta idea con Lipovetsky, pero también Giddens destaca las posibilidades de interacción de los individuos, que no pueden considerarse como sujetos pasivos frente a las fuerzas sociales. La vida social moderna puede empobrecer la acción individual, pero a la vez aumenta el acceso a nuevas posibilidades; puede ser alienadora, pero no sin falta de resistencia de los individuos, advierte Giddens. Estos incorporan selectivamente a su conducta diaria muchos de los elementos de la experiencia mediada y lo hacen de forma activa. Un periódico ofrece al lector un puzzle de la realidad, el conjunto de periódicos le da otro tanto a gran escala. Cada lector añade a esa diversidad su propio orden cuando selecciona un medio u otro y cuando lee los contenidos de

forma selectiva. La plétora de información disponible se reduce por medio de toda suerte de actividades individuales. El individuo cierra el arco de interpretaciones. Aún en el caso de la persona más cerrada y con más prejuicios, el contacto con la información mediática supone una apropiación ventajosa. Es decir, los efectos del mundo exterior sobre el yo no son sólo alienantes y fragmentadores, como han denunciado los teóricos de la sociedad de masas. “La modernidad fragmenta, pero también une”, concluye Giddens (1998: 241).

Por su parte, las conclusiones a las que llega Lipovetsky, uno de los autores destacados en la descripción de la cultura posmoderna, en sus más recientes estudios sobre la responsabilidad de los medios de comunicación en la degradación del espacio público nos sirven como adelanto de la perspectiva de Habermas, alejada también de los tonos catastrofistas, que analizaré con profundidad en el siguiente epígrafe.

Es evidente, dice Lipovetsky (2003), que los medios han estandarizado los modos de vida, los gustos y las costumbres y han contribuido al advenimiento de una nueva cultura individualista, en la que se han disuelto la fuerza de las tradiciones y de las grandes ideologías a favor del libre albedrío y la emancipación del individuo con respecto a las obligaciones con la comunidad. En este contexto, los medios de comunicación han acabado con formas de sociabilidad tradicional para potenciar formas individualizadas de consumo cultural que liberan al individuo de sus obligaciones colectivas relativas al espacio y el tiempo. Forma parte de la naturaleza de los medios, dice Lipovetsky (2003), impulsar la privatización de los comportamientos y el predominio de lo individual sobre lo colectivo. Por eso este autor considera que hay parte de verdad en las acusaciones contra los medios por embrutecer o infantilizar al público con mensajes superficiales y su obsesión por el entretenimiento. Sin embargo, Lipovetsky suaviza esta condena destacando que aunque los medios fomenten el conformismo y colaboren en la estandarización de las costumbres también han ayudado a la desaparición de los dogmas autoritarios y de los clichés. Al difundir informaciones y opiniones y organizar debates abiertos y plurales, los medios amplían los horizontes del público, dando a conocer distintos enfoques y puntos de vista que liberan las mentes del corsé de las grandes tradiciones o de las culturas de grupo o de clase. Ayudan así a “individualizar las opiniones y a multiplicar los valores de referencia” (Lipovetsky, 2003: 107). Todo

ello favorece la extensión del uso de la razón individual y la generalización del espíritu crítico, que sería la cara positiva de los medios frente a esa otra cara en la que aparecen como culpables del descenso del nivel de los productos culturales. El hecho de que ese espíritu ilustrado acabe poniéndose al servicio de la inmediata satisfacción de los placeres individuales de la cultura 'fast food', en lugar de hacerlo al servicio del conocimiento, no es un problema exclusivo de los medios, dice Lipovetsky, sino de la civilización en su conjunto.

A partir de este razonamiento, Lipovetsky analiza la responsabilidad concreta de los medios en el proceso democrático. Y su conclusión es que aunque los medios han contribuido a consolidar la democracia todavía tienen la asignatura pendiente de fomentar el compromiso de los ciudadanos con la comunidad. Si se fomenta, como hemos visto, un tipo de individuo preocupado sólo de la satisfacción inmediata de sus necesidades de consumo, los medios acaban aislando al individuo. Pero el autor francés intenta ver el lado positivo de los medios como creadores de hábitos y referencias que permiten la convivencia y el consenso. Los medios, dice, crean vínculos sociales por el mero hecho de ofrecer imágenes que son compartidas y que luego serán objeto de conversaciones cotidianas. La sociedad hipermediatizada no desemboca en el confinamiento doméstico generalizado; las formas de relacionarse socialmente cambian, pero no se extinguen.

Los medios siguen funcionando hoy como catalizadores de la movilización ciudadana. Las grandes concentraciones públicas están estrechamente vinculadas a los medios con su hipermediatización de los acontecimientos. Las grandes movilizaciones populares se desencadenan hoy por la cobertura mediática de acontecimientos del presente, como ocurrió en 2006 con la publicación de las caricaturas de Mahoma en un periódico danés<sup>25</sup>. Por lo tanto, es innegable que los medios siguen constituyendo factores de "comunidad, incentivos de participación afectiva y de efusión comunitaria, al menos momentáneamente" (Lipovetsky: 2003: 117). Este efecto es hoy más claro que nunca porque los adelantos tecnológicos han permitido a los medios acercar más los acontecimientos al

---

<sup>25</sup> La publicación de caricaturas de Mahoma en el diario danés Jyllands-Posten suscitó fuertes protestas en los países árabes.

espectador. Apunta Lipovetsky que quizá este poder para acompañar las grandes movilizaciones emotivas del público posmoderno sea una consecuencia de ese primer efecto de los medios modernos: un individuo que ha sido aislado, pero que necesita sentirse unido al prójimo. Las participaciones institucionalizadas con lo comunitario se han visto reemplazadas por reuniones festivas y emocionales propias de una cultura que magnifica el libre autogobierno de los individuos. Paradójicamente, no es el fin del individualismo sino el individualismo elevado a la escala de la masa, dice Lipovetsky. Son movilizaciones públicas que se caracterizan por su instantaneidad y fugacidad, y, por supuesto, en consonancia con la cultura mediática posmoderna de lo emocional, con una gran carga emotiva. Así que, como primera conclusión del análisis de Lipovetsky, tendríamos unos medios de comunicación con capacidad de despertar al ciudadano a una dimensión comunitaria en un espacio público que además de ser libre y racional tiene una importante carga emocional.

Además, los medios, sobre todo la televisión, tienen otro efecto positivo para la democracia: liberan el espacio público político del poder de los partidos. Lipovetsky explica que en la democracia del público, en la que los electores tienen la capacidad de ver a los candidatos sin necesidad de la mediación de los aparatos de los partidos, el ciudadano tiene más capacidad para emitir juicios bien formados e independientes. Tiene más poder pero sin embargo tiene menos interés por ejercerlo debido a la pérdida de credibilidad de los políticos. El desapego del ciudadano de la participación democrática en estos tiempos de liberación mediática más que un fracaso de la ciudadanía es una forma nueva de entender la política, más distanciada del control de los políticos.

Para profundizar en esta línea de argumentación apuntada por Lipovetsky, y desde la perspectiva de la responsabilidad del periodismo en el fomento de espacio público democrático, repasaré a continuación una de las propuestas teóricas más interesantes, la del filósofo alemán Habermas que, con espíritu constructivo, parte del desafío planteado por las patologías de la modernidad para repensar el espacio público como conciencia crítica de la sociedad.

### 3.3. LA TEORÍA DE HABERMAS PARA RECUPERAR EL DIÁLOGO

El pensamiento de Habermas surge, como él mismo ha señalado (Habermas, 2002), como una reacción ante el abandono por parte de los teóricos en los años 70 de las ideas de la Modernidad y la Ilustración. Su modelo normativo de democracia incluye un procedimiento de deliberación y toma de decisiones, que requiere para su funcionamiento eficaz la extensión del uso público de la razón y de la palabra. En ese modelo, la acción política presupone la posibilidad de decidir a través de la discusión sobre los asuntos de interés general. Pero, como ya vimos, la deliberación no es una mera ratificación sino un proceso previo en el que todos los actores se abren a la discusión y a la posibilidad de cambiar de opinión en la confrontación de argumentos. De ahí que la calidad de la democracia dependa de “la mejora de los métodos y condiciones del debate, de la discusión y de la persuasión” (Velasco, 2003: 108). Habermas ve así un posible remedio a las patologías sociales de la modernidad en la propuesta democrática de un ámbito social de comunicación y discusión libre de coacciones. Porque el poder político sólo se legitima en la discusión libre, pública y racional que se desarrolla en la esfera pública, entendida como el conjunto de foros en los que el ciudadano discute como público.

La concepción de Habermas de la democracia tiene en el ideal participativo su principal característica. Según su teoría, la democracia es un modelo político en el que la legitimación de las decisiones surge de la participación de todos. Conectada con la filosofía del republicanismo que vimos en el capítulo 1, la política deliberativa de Habermas (1992) está concebida para mejorar la participación ciudadana en el espacio público, superar la apatía y revitalizar la democracia. Para salvar la brecha entre ese ideal y la realidad de la política actual propone Habermas mediaciones que garanticen una fluida comunicación. Por eso, el espacio público, dominado por los medios de comunicación, es el corazón de la vida democrática. No obstante, su reflexión se centra en la pérdida de la función crítica del espacio público: de un público que delibera hemos pasado a un público consumidor, desinteresado de la política, recluso en su privacidad. En este contexto, considerará que desde el componente comunicativo de la democracia, los medios siguen teniendo un potencial emancipador.

La democracia deliberativa defendida por Habermas se caracteriza por la existencia de una opinión pública activa, con sus prácticas argumentativas, como

la estancia donde se dilucida la legitimidad del sistema. Frente a una concepción elitista de la democracia (en la que se acepta como bueno la clara desigualdad en los debates, incluso una cierta apatía de la masa que delega en las élites más preparadas, como hemos visto en el debate entre Lippmann y Dewey o entre republicanos y liberales), Habermas (1992) apuesta por un claro descentramiento del poder político. El principio de soberanía popular (en el que la expresión de la voluntad popular se convierte en norma vinculante) sobre el que se asienta la democracia se expresa en las instituciones políticas pero también fuera de ellas, porque el ciudadano participa en el debate político también en otros ámbitos de la vida cotidiana. Las leyes, en una democracia deliberativa, se elaboran tras un proceso de interacción entre lo expresado en las instituciones políticas y lo expresado en otros canales de la vida ciudadana. Este modelo implica un concepto de ciudadano diferente al de las teorías liberales individualistas (Habermas, 1992). A diferencia del concepto liberal de ciudadano, que goza de la protección del Estado para perseguir sus intereses privados, en el modelo republicano lo fundamental no es proteger a los ciudadanos de coacciones externas, sino garantizarle los derechos de participación y comunicación política para que puedan alcanzar su auténtica dimensión ciudadana, es decir, ser "sujetos políticamente responsables de una comunidad de libres e iguales (Habermas, 1992).

Lo decisivo a efectos prácticos será cómo se expresa la voluntad de los ciudadanos. En la concepción republicana, la formación de la opinión pública en el espacio público no obedece a una estructura de mercado sino a las estructuras diferentes de "una comunicación pública orientada al entendimiento" (Habermas, 1992). El diálogo y la razón, y no exclusivamente el poder o el interés económico, configuran esas estructuras diferentes a las del mercado y en las que también se ven obligados a actuar tanto los ciudadanos de a pie como los políticos. Habermas (1992) admite que este modelo republicano es demasiado idealista porque hace depender el proceso democrático de la existencia de ciudadanos virtuosos que piensan en el bien común antes que en el interés particular. Es evidente que en las sociedades actuales, complejas y plurales, se producen situaciones conflictivas que obligan a tomar decisiones basadas en el compromiso más que en los discursos éticos. Por eso, la política deliberativa, aclara Habermas (1992), abarca una pluralidad de formas de comunicación distintas a la vía del

entendimiento ético: también se forma la opinión a través de equilibrios de interés. Lo importante es que todos los discursos se entrelacen en el espacio público y se complementen de forma racional. De ahí la importancia de las condiciones de comunicación y los procedimientos de formación de las opiniones. El modelo de Habermas (1992) se apoya así “en las condiciones de comunicación bajo las que el proceso político puede tener a su favor la presunción de generar resultados racionales porque se efectúa en toda su extensión en el modo y estilo de la política deliberativa”.

El concepto procedimental de política deliberativa se convierte en el núcleo normativo de este modelo de democracia. Lo que intenta Habermas es tomar conceptos tanto de la teoría liberal como de la republicana para integrarlos en un procedimiento ideal para la deliberación y la toma de decisiones en el que aparecen conectados las negociaciones de interés con los discursos éticos dirigidos al entendimiento. En este sentido, los dispositivos normativos son imprescindibles para el cumplimiento de los procesos democráticos de la teoría liberal. Los mecanismos de deliberación y un buen entramado institucional son la garantía de la convivencia pacífica en sociedades multiculturales y con diversas concepciones del bien (Habermas, 1998). La red de comunicaciones de los espacios públicos, diferentes a los sistemas de acción económica y burocrática, constituyen campos donde puede tener lugar la formación racional de la opinión cuando son diversificados y actúan con procedimientos democráticos (Habermas, 1992). Su propuesta es similar a la elaborada por Dewey, que, según vimos en el capítulo 2, intentó enlazar los ideales republicanos de los Padres Fundadores con las premisas liberales con el objetivo de democratizar las sociedades liberales en un contexto de crisis del Estado liberal (Antón, 1996). El funcionamiento de este modelo normativo de sociedad pasa, inevitablemente, por la revitalización de la esfera de la opinión pública política a través de la participación del ciudadano. En esta concepción de la política como práctica discursiva tendrá el periodismo una función capital. Veremos seguidamente cuáles son las raíces históricas y la fundamentación teórica de su idea de esfera pública.

### **3.3.1. El espacio público como una red de opiniones enfrentadas**

La teoría de Habermas incluye la creación de una esfera pública crítica al margen de la presión del poder político y del poder económico. El reto es lograr

que todas las personas participen en la discusión pública. La búsqueda de una sociedad libre de dominación sigue siendo, para Habermas, la utopía de la acción humana auténticamente racional dentro del proyecto inacabado de la Modernidad.

El sociólogo alemán se basa en los principios de la Ilustración para defender la viabilidad de una convivencia basada en la libertad de los ciudadanos para participar en la discusión y toma de decisiones de los asuntos comunes. Como se vio en el capítulo 2, la Ilustración consiste en el uso público de la razón: un público de lectores forma la opinión pública tras un proceso analítico en la conciencia de cada sujeto, que es capaz de pensar por sí mismo. Por lo tanto, los componentes esenciales de una auténtica opinión pública serán la libre expresión de las ideas y la libertad de discusión en público. Esta es la deuda de Habermas con el pensamiento de Kant: la discusión nos aproxima a la verdad y une a los hombres por encima de sus diferencias. Así, la publicidad es un método de legitimación de las leyes, de su control, y también de creación de condiciones sociales de justicia y de deberes y obligaciones del ciudadano (Elizalde, 2004).

¿Cuál es el papel de los medios en este proyecto emancipador? Su función principal será crear espacio público. La esfera pública es para Habermas (2005) un ámbito de raciocinio público de acceso generalizado donde se forma la opinión pública. No es una institución ni una organización ni un sistema ni un entramado de normas ni un entorno limitado. Es “una red para la comunicación de contenidos y tomas de postura, es decir, de opiniones, y en él los flujos de comunicación quedan filtrados y sintetizados de tal suerte que se condensan en opiniones públicas agavilladas en torno a temas específicos. Al igual que el mundo de la vida en su totalidad, también el espacio de la opinión pública se reproduce a través de la acción comunicativa” (Habermas, 2005: 440).

Este espacio público se caracteriza por tener un horizonte abierto y poroso, y por extenderse a cuestiones políticamente relevantes. Se trata de un espacio creado por las intervenciones de los actores sociales mediante el entrecruzamiento de sus interpretaciones mezcladas con las relaciones interpersonales. “Lo que convierte a esas opiniones así agavilladas en opinión pública es la forma como se producen y el amplio asentimiento por el que vienen sustentadas (Habermas, 2005: 442). No es una recopilación de opiniones vertidas privadamente, sino el proceso de intercambio de esas opiniones lo que construye el espacio público. La

opinión pública para Habermas (2005) no es un conjunto de opiniones individuales sino la discusión racional sobre un tema. Si no hay debate no hay opinión pública. Con este enfoque, un sondeo no sería opinión pública sino una precaria fotografía de la opinión pública que no dice nada de cómo se ha formado. Es importante la regla formal de una comunicación continuada, una información completa y una controversia intensa sobre los temas.

Por lo tanto, lo más importante no es la difusión de opiniones sino el procedimiento de formación de las opiniones: “Las reglas de una práctica de comunicación pública mantenida y seguida en común. El asentimiento a temas y contribuciones sólo se forma como resultado de una controversia más o menos exhaustiva en la que las propuestas, las informaciones y las razones puedan elaborarse de forma más o menos racional” (Habermas, 2005: 442). El grado de racionalidad será un segundo criterio, después de la posibilidad de la discusión, para medir la calidad de la formación de las opiniones<sup>26</sup>.

El criterio para medir la calidad de la comunicación pública, a decir de Habermas (2005), será la forma en que se ha producido esa opinión pública cualificada, y no el mayor o menor consenso alcanzado. Esta democracia procedimental “obtiene su legitimidad y la de sus decisiones de un procedimiento: de la discusión en la que participan los implicados en las cuestiones” (Elizalde, 2004: 268). Es decir, un método de toma de decisiones, que legitima las normas y las decisiones porque han sido tomadas con ese método discursivo. ¿Por qué es legítima una decisión tomada por la regla de la mayoría? Porque ha sido sometida al procedimiento del debate, la matización introducida al escuchar a las minorías, la discusión y la persuasión. La mayoría no es legítima

---

<sup>26</sup> Por racionalidad entiende Habermas la apertura a la crítica y la posibilidad de fundamentación: “Una manifestación cumple los presupuestos de la racionalidad si y sólo si encarna un saber falible guardando así una relación con el mundo objetivo, esto es, con los hechos, y resultando accesible a un enjuiciamiento objetivo. Y un enjuiciamiento es objetivo si se hace por la vía de una pretensión transubjetiva de validez que para cualquier observador o destinatario tenga el mismo significado que para el sujeto agente” (Habermas, 2003: 26).

por el mero hecho de ser mayoría sino por el método a través del cual se alcanza: un intercambio de discursos con el objetivo de alcanzar un entendimiento.

Sin embargo, cuando el espacio público está hipotecado por relaciones de poder se dificulta la producción de discusiones fecundas. Según el análisis de Habermas, en las sociedades capitalistas la lógica del poder sustituye a la racionalidad, ya no se aspira a explicar argumentativamente los problemas, las ideas de libertad y autodeterminación se sustituyen por una interpretación realista. La discusión es una apariencia porque las decisiones se toman por intereses de poder. La despolitización de las masas ha ido destruyendo los hábitos de discusión racional que forman parte de la tradición cultural democrática. Y una de las causas de la despolitización de las masas en el capitalismo ha sido el funcionamiento distorsionado de la comunicación política. ¿Dónde empieza a fallar el proceso de la ilustración en la sociedad capitalista, cuándo empieza la despolitización de las masas, cómo evitar que las presiones económicas distorsionen el proceso de la comunicación pública? Estas son algunas de las preguntas que Habermas intenta responder para identificar las causas de la degeneración de la opinión pública.

### **3.3.2. La deformación de la opinión pública en el capitalismo**

En su libro *Historia y Crítica de la Opinión Pública*, Habermas describe el origen y desarrollo del concepto de espacio público y su posterior degeneración en el siglo XX. Según este autor, el principio burgués de publicidad como discusión racional para la toma de decisiones entra en contradicción con las estructuras económicas del capitalismo y con el funcionamiento de la clase burguesa. Para Habermas, el auge y la caída de la opinión pública liberal están conectados con el desarrollo del capitalismo, que origina e impulsa la creación de una opinión pública modelada por los ciudadanos pero después se convierte en el principal obstáculo para que esa opinión pública se desarrolle en libertad y madure. Los medios de comunicación pasaron de recoger las ideas críticas y de controlar al Estado a ponerse al servicio del poder y a manipular a favor del capitalismo. Dejan de ser vehículos de la razón para ser medios de manipulación (Elizalde, 2004).

En el modelo liberal la prensa está en manos privadas y protegida de la intromisión del poder. Según Habermas (2002), es precisamente esta permanencia en manos privadas lo que amenaza su función crítica en un sistema, el capitalismo, que transforma a los medios en complejos sociales de poder. Al aumentar su alcance y eficacia se hacen más vulnerables a presiones de intereses privados. Según el análisis histórico que hace Habermas (2002), en el París de la Revolución de 1789 había 200 periódicos. Debido a sus dificultades para sobrevivir económicamente, el esfuerzo por el mantenimiento del periódico de carácter político era un compromiso de la lucha por la libertad de opinión, una apuesta por su función crítica por encima del negocio. La rentabilidad no era lo importante en este tipo de periódicos. La prensa era una prolongación de la discusión pública y, como una institución del público, un mediador del debate racional.

En la década de los años 30 del siglo XIX la prensa de opinión, con la inserción de anuncios, pasa a ser un negocio. Los planteamientos comerciales terminan haciéndose inevitables. El aparato técnico y de organización exige fuertes inversiones de capital. Según Habermas (2002), el periódico, al convertirse en una empresa capitalista, se hace manipulable en relación a su grado de comercialización. De ser una institución de personas privadas como público pasa a ser de determinados miembros del público como personas privadas. En el último cuarto de siglo se constituyen los primeros grandes consorcios periodísticos. Habermas señala el año 1873 como el fin de la era liberal de la opinión pública debido a la destrucción de la separación entre Estado y sociedad que borra la diferencia entre público y privado. La cultura adopta la forma de un bien de consumo sometido a la estrategia de ventas y a “las necesidades de distracción y diversión de grupos de consumidores con un nivel relativamente bajo de instrucción” (Habermas, 2002: 194). La prensa de penique y la de fin de semana proporcionan “aquellas facilidades psicológicas que, desde entonces, maculan la faz de la prensa comercial de masas” (Habermas, 2002: 196). En su conquista de las masas se va mermando el carácter político de la prensa. La prensa “políticamente racionante” (Habermas, 2002: 197) pierde influencia.

Se acentúa esa no diferenciación entre información y publicidad comercial. Por la necesidad de obtener grandes ganancias la prensa subordina su función social a la rentabilidad económica. Aparece una técnica nueva de comunicación:

las relaciones públicas, cuyo objetivo es transformar intereses privados en interés público.

Según la interpretación de Habermas, la comercialización de la prensa y su dependencia de la venta de espacio redaccional y la aparición de la técnica de relaciones públicas transforman el espacio público. Esta técnica modifica el pacto comunicativo entre prensa y sociedad (confunde la manera en que el público debe leer los periódicos) y el compromiso político (confunde lo que es público y lo que es interés particular). Esta nueva forma de comunicación se basa en el concepto de notoriedad<sup>27</sup>, que tendrá graves repercusiones en la evolución de los debates periodísticos con las tendencias, ya analizadas, de fomento de la cultura de la polémica y el entretenimiento.

Los medios someten sus contenidos por un lado a las pautas del mercado cultural y por otro a las pautas de las relaciones públicas. El periódico se aligera, las ilustraciones le ganan terreno a los textos y, como una consecuencia del auge del estilo narrativo, se tiende a mezclar periodismo y ficción: “La integración de los ámbitos, antes separados, de periodismo y literatura, esto es de información y raciocinio, por un lado, y de la novelística, por el otro, conduce a una verdadera remoción de la realidad, a una mezcla de los distintos planos de la realidad” (Habermas, 2002: 198). En nombre del entretenimiento se sustituye la adecuación a la realidad por la consumibilidad. En lugar de orientar e instruir en el uso público de la razón ese tipo de prensa incita al “consumo impersonal de estímulos apaciguadores” (Habermas, 2002: 198), es decir, lleva al consumismo en lugar de a la crítica. Alejada de lo político, la publicidad se privatiza. “El sentimentalismo respecto de las personas y el paralelo cinismo respecto de las instituciones (...) contribuyen, como es natural, a limitar la capacidad subjetiva del raciocinio crítico

---

<sup>27</sup> Según Habermas (2002), se abandona el principio de publicidad crítica y se vuelve al principio medieval de representación: lo esencial no es la discusión sino la exposición de personas, emblemas, prestigio social. El espacio público no es un lugar de discusión de temas importantes sino un lugar para una representación social, para la visibilidad de personas con prestigio o carisma. Todo consiste en una puesta en escena para ganar prestigio ante el público (notoriedad pública).

frente al poder público allí donde todavía sería posible objetivamente” (Habermas, 2002: 200). La cultura divulgada por los medios de comunicación de masas es una cultura despolitizada de integración, incluso un eslogan publicitario de lo establecido: “La publicidad crítica es sustituida por la publicidad manipuladora” (Habermas, 2002: 205).

Por otra parte, los nuevos medios cambian la forma de la comunicación al cercenar la participación del receptor: “La caja de resonancia de una capa culta educada en el uso público del entendimiento se ha hecho añicos; se ha escindido el público en minorías de especialistas no públicamente racionales, por un lado, y en la gran masa de consumidores receptivos, por el otro. Con ello se ha minado definitivamente la forma de comunicación específica del público” (Habermas, 2002: 203).

Para Habermas, el obstáculo principal para la existencia de una discusión racional es la imposibilidad de que un porcentaje masivo de ciudadanos esté en condiciones de recibir críticamente los productos culturales. Sólo una élite cultural puede leer críticamente las obras literarias complejas. Dice Habermas que no puede haber racionalidad (discusión crítica de las obras) en el espacio público con una estructura de mercado. Se crean dos mundos culturales paralelos, el de las obras dedicadas al público masivo y las obras minoritarias para intelectuales. En la Modernidad emerge un nuevo público masivo lector de obras literarias, un público receptor que no interviene en la formación del espacio público, de lo que se encarga solo un grupo reducido de expertos, los intelectuales, que enfocan su atención en otro tipo de obras más complejas y elitistas. Pero el mercado cultural depende del gran público por razones económicas evidentes. Si se quiere hacer rentable un producto se tiene que llegar a un público muy amplio. Una de las consecuencias de esta situación es que se anula el uso público de la razón.

La polarización de la sociedad entre especialistas y público de masas, causa de las más graves patologías de la Modernidad, según Habermas, es un problema que se arrastra desde el siglo XVIII. Hay un público sin la educación suficiente para entender adecuadamente los productos culturales. El público, que debía contar con la participación de todos, queda reducido a instituciones como el Parlamento o los partidos. No hay un público de ciudadanos entre el Estado y las instituciones. Los ciudadanos quedan limitados a su papel de consumidores o receptores: compran y votan. No ejercen funciones de crítica. Se forma un

mercado cultural con consumidores y productores. El consumo cultural ocupa el ocio de los habitantes de las nuevas ciudades y sustituye a la conversación, que deja de estar regulada por la vida ciudadana para estar regulada por el mercado.

Según Habermas, no se puede llamar opinión pública a un proceso en el que no intervienen todos los ciudadanos, en el que sólo una pequeña parte de la ciudadanía ha formado su juicio con el uso público de la razón. Los temas públicos son discutidos por los líderes de opinión, mientras que el resto de personas aceptan pasivamente lo que otros han discutido. Opinión pública es en esta situación la manipulación de opiniones no públicas, cuando los requisitos de una verdadera opinión pública son la racionalidad y la discusión. La opinión pública real acaba formándose con simples reacciones, cuando una auténtica opinión pública debe ser el resultado de la expresión de juicios tras un diálogo público. “Habermas considera que la dicotomía entre el público de masas y el público de expertos, como un resultado de la racionalización social y cultural en la Modernidad, es el hecho social sustancial para entender la anulación del proyecto ilustrado” (Elizalde, 2004: 187). También en este punto Habermas se alinea con la democracia participativa de Dewey frente la opción individualista de Lippmann, tal como se analizó en el capítulo 2. De hecho, en la solución a esta polarización ve Habermas también el camino para recuperar el proyecto de la Ilustración: que el público lego se guíe también por un conocimiento racional. Pero, ¿cómo conseguir esa participación de todos los ciudadanos en igualdad de condiciones?

### **3.3.3. Razón comunicativa en el mundo de la vida**

En su análisis de este problema sociocultural, Habermas se alejará tanto de los marxistas como de los liberales. Lejos de abogar por una sociedad socialista, pero también sin conformarse con la limitada aspiración liberal de corregir los abusos de poder, su hipótesis será que la razón comunicativa, como vía para retomar el proyecto de la Ilustración, se institucionaliza en el espacio público, y se puede construir a partir de la Modernidad, pero teniendo en cuenta los cambios que ha habido en la sociedad en los últimos siglos, es decir, dando respuesta a los efectos nocivos de la influencia del poder y del dinero. Y su conclusión es que el

espacio público sólo cumplirá su función social si está entrelazado con el mundo de la vida.

La recuperación del proyecto de la Modernidad exige volver a conectar la cultura con la práctica cotidiana, donde también hay que tener en cuenta a la tradición. “El proyecto de la Modernidad sólo se realiza en la integración de la práctica cotidiana a una vida más racional. Esto, para Habermas, significa razón comunicativa” (Elizalde, 2004: 200), que constituye una forma de combatir la cosificación que se produce cuando el mundo del dinero y del poder (racionalidad instrumental) se imponen en el mundo de la vida cotidiana. A través de la razón comunicativa, que vincula todos los aspectos de la cultura a la vida cotidiana, la sociedad puede recuperar su libertad y su sentido.

Habermas (2002 b) sustenta la razón en la comunicación y el lenguaje. Frente a la crítica de la razón propone una razón con nuevas bases teóricas: la razón comunicativa frente a la razón individual de la filosofía de la conciencia. Frente al uso cognitivo del lenguaje de la razón en la Modernidad, opone un uso comunicativo del lenguaje. La razón no es sinónimo de conciencia o pensamiento, no se refiere sólo a personas individuales sino que se aplica a la persona en su relación social. La razón comunicativa no trabaja en el mundo de la conciencia sino en el mundo de la vida y está orientada al entendimiento.

Pero ¿cómo se fomenta la razón comunicativa en la sociedad? La respuesta de Habermas (2005) es que la razón comunicativa sólo sobrevive conectada al mundo de la vida y alimentada en una esfera de la opinión pública autónoma: un espacio conectado al mundo de la vida, independiente del dinero y del poder político, donde la sociedad reflexiona sobre sus problemas y busca soluciones, donde los ciudadanos ven los discursos que legitiman y critican el orden establecido. Los canales de comunicación del espacio público están comunicados con los ámbitos de la vida privada y los contextos de la vida vecinal donde predominan las prácticas comunicativas cotidianas. Lo que cambia entre el espacio público y el ámbito privado no son los temas sino las condiciones de comunicación: modos de acceso y canalización de temas. “El espacio de la opinión pública toma sus impulsos de la elaboración privada de problemas sociales que tienen resonancia en la vida individual” (Habermas, 2005: 446). Se produce una expansión en el espacio público de la esfera de las personas privadas que se reúnen formando públicos, como en los clubes burgueses del siglo XVIII.

“Consideradas las cosas históricamente, la conexión entre el espacio de la opinión pública y la esfera de la vida privada se manifiesta en la trama asociativa y en las formas de organización de un público lector, compuesto por burgueses y por personas privadas en general que cristaliza en torno a periódicos y revistas” (Habermas, 2005: 446). Por lo tanto, en la base del espacio público está esa “trama asociativa no estatal y no económica, de base voluntaria, que ancla las estructuras comunicativas del espacio de la opinión pública en el componente del mundo de la vida” (Habermas, 2005: 447). De esa trama asociativa surgen diferentes personas y grupos que, de forma espontánea y recogiendo las preocupaciones de la sociedad, elevan sus voces al espacio político. Forman un espacio público autónomo, en el que la sociedad civil busca interpretaciones públicas que representen sus opiniones, pero está protagonizado por los medios de comunicación, las agencias publicitarias, los partidos y otros grupos de interés.

Es decir, este espacio autónomo es un centro de reflexión donde la sociedad piensa sobre sí misma y va formando su identidad, que se coloca al alcance de los ciudadanos a través de los medios de comunicación. El poder de que dispone el mundo de la vida para contrarrestar la influencia de los poderes político y económico reside en su capacidad de dar sentido, es decir, sus recursos de racionalización (la cultura, el arte, la ciencia, la filosofía), el potencial de interpretación del mundo. Pero aunque de la sociedad surgen temas de discusión, “sólo a través de su tratamiento y discusión en los medios de comunicación de masas alcanzan esos temas al gran público y logran penetrar en la agenda pública” (Habermas, 2005: 463).

#### **3.3.4. Potencial emancipador de los medios: razón y sentido**

Cuando el espacio público se extiende y generaliza para un público amplio, explica Habermas (2005), entonces hablamos de foros, un espacio público que puede estar desligado de la presencia física del público. En estos foros los medios de comunicación actúan como intermediarios. Los medios deberían crear esferas públicas de acceso universal, pero, admite Habermas, se lo impide su estructura de funcionamiento en un sistema capitalista y la intervención del Estado en los procesos comunicativos con el objetivo de anular la crítica pública. Hay, sin embargo, un potencial de liberación en los medios que haría posible la

canalización de la discusión pública a través de una red de distribución masiva de información que contribuiría a democratizar la vida política.

Técnicamente los medios están capacitados para difundir conocimiento de forma masiva (una liberación espacio-temporal que favorecería el proyecto ilustrado) y para proyectar en la sociedad discursos racionales y críticos. Entre sus potencialidades destaca la de promover una visión ilustrada y racional de la política que impulse procesos de transparencia para controlar al Estado. Pero los patrones económicos del capitalismo y las necesidades estratégicas del sistema político limitan esa vocación racional y emancipadora. Es decir, técnicamente pueden favorecer la difusión de la racionalidad, pero en la práctica política los patrones económicos distorsionan ese objetivo. Según Habermas, la contradicción entre los objetivos de los medios (rentabilidad económica, control del poder) y el principio de discusión racional (cómo los actores sociales deben actuar en el espacio público para conseguir validez y legitimidad en el proceso de toma de decisiones) causa patologías sociales, entre ellas la despolitización de la ciudadanía. La responsabilidad de los medios con la ciudadanía es clara, pues “cuanto más se entumece en los ámbitos de la vida privada la fuerza socializadora de la acción comunicativa y se extinguen las chispas de la libertad comunicativa, tanto más fácilmente se prestan los actores sociales, así aislados y alienados unos de otros, a no comportarse más que como masa en ese hipotecado espacio de la opinión pública, a someterse a la supervisión del Estado, y a dejarse poner en movimiento en términos plebiscitarios” (Habermas, 2005: 449).

En el análisis del papel que juegan los medios de comunicación, Habermas se sitúa entre el escepticismo de Adorno y el optimismo de Benjamin. Para la Teoría Crítica, los medios de comunicación de masas han acabado con las estructuras que posibilitaban la discusión pública. Para Habermas, en cambio, en el capitalismo sigue habiendo una esfera de opinión pública. Su visión de los medios no es ni apocalíptica ni nihilista. La comunicación de masas tiene un lado negativo, pero también puede tener efectos positivos. Es un problema complejo que no puede ser despachado con rechazos apocalípticos o generalizaciones fuera de contexto histórico. Lo fundamental, para Habermas, es que los medios pueden utilizarse con intenciones diversas y variados objetivos morales: pueden ser instrumentos de dominación pero también de liberación ya que dependen del entendimiento lingüístico, su objetivo siempre es alcanzar ciertas formas de

entendimiento con la audiencia a través del lenguaje: el uso sistemático del lenguaje trasciende su estructura política y económica. Los medios (formas generalizadas de comunicación) buscan comunicación lingüística para el entendimiento en el mundo de la vida. No imponen pautas como el dinero y el poder (medios de control sistémico), sino que funcionan a partir del trasfondo de sentido que encuentran en el mundo de la vida. Sin duda, tienen un potencial autoritario de control social pero su estructura comunicativa lleva inherente un potencial de contrapeso de emancipación de ese control: tanto la comunicación como el lenguaje, configuradores de los medios, están dirigidos hacia el entendimiento y la racionalidad, lo que limita ese potencial de control social. Los medios pueden ser controladores, pero siempre son comunicación y por lo tanto crítica, entendimiento y racionalidad.

El espacio público se liberaliza en el momento en que los actores que intervienen tienen que hacer un esfuerzo de convencer a un público masivo. Si actúa con intereses ocultos, en cuanto estos se hacen públicos pierden rápidamente su capacidad de influencia y prestigio. “Un espacio de opinión pública no puede fabricarse a voluntad”, advierte Habermas (2005: 445). Antes de que pueda ser moldeable al antojo de determinados grupos de personas, ya tiene que haberse formado antes como una estructura autónoma y sólo cumplirá su función social cuando esté compuesto por los contextos comunicativos de los potencialmente afectados: un público reclutado de la totalidad de los ciudadanos.

Por lo tanto, la pluralidad es otra característica que refuerza ese potencial emancipador de los medios. ¿Por qué los medios son incapaces de controlar la imagen del mundo? ¿Por qué no pueden difundir una imagen unificadora de la realidad? Porque responden a intereses rivales, son diferentes entre sí. Además, no siempre pueden dejar de hacer periodismo, que tiene unas reglas y agrupa a un colectivo ideológicamente variado. No todos sus mensajes son acrílicos, no toda la ficción es trivial. La oferta es amplia y diversa. Desde la perspectiva de la construcción de una esfera pública libre en términos de derechos fundamentales, “la libertad de prensa, radio y televisión, así como el derecho a desarrollar una actividad publicitaria libre, aseguran la infraestructura de medios de comunicación que la comunicación pública necesita, habiendo de protegerse la apertura para opiniones que compitan unas con otras y para una diversidad de opiniones que resulte representativa” (Habermas, 2005: 449).

Por último, destaca Habermas que las conciencias de los ciudadanos no son fácilmente controlables. Hay una resistencia a los intentos de manipulación gracias a los procesos comunicativos privados. Los medios no pueden destruir la libertad del receptor, que siempre podrá decir que no. En las sociedades capitalistas siempre hay ámbitos alternativos de protesta.

En definitiva, la cosificación no es un cataclismo inevitable. Los medios pueden aislar a los ciudadanos (transforman las obras culturales en mercancías y cosifican las relaciones sociales) o pueden unirlos aumentando su conciencia de tener problemas comunes y la sensación de que no estamos solos en nuestras críticas y perplejidades. El objetivo de Habermas es “comprender cómo los medios detienen o aumentan las posibilidades de institucionalizar la acción comunicativa, cómo pueden transformar a la conversación (...) en un elemento cotidiano” (Elizalde, 2004: 186).

Habermas (2005) señala que las tareas que han de cumplir los medios en el sistema político son ofrecer plataformas para una defensa inteligible e iluminadora de los temas por parte de políticos, ciudadanos y grupos, plantear diálogos que abarquen un espectro variado de puntos de vista y participantes, promover la participación del ciudadano en la vida política y actuar con independencia para servir al público. De estos principios surgen los códigos profesionales y la autocomprensión ética del periodismo como estamento profesional y la organización de una prensa libre.

Conforme a la concepción de la democracia deliberativa, esos principios expresan un idea regulativa que Habermas expone así: “Los medios han de entenderse como mandatarios de un público ilustrado, cuya disponibilidad al aprendizaje y capacidad de crítica presuponen, invocan y a la vez refuerzan; al igual que la Justicia, han de preservar su independencia respecto de los actores políticos y sociales; han de hacer suyos de forma imparcial las preocupaciones, intereses y temas del público y, a la luz de esos temas y contribuciones, exponer el proceso político a una crítica reforzada y a una coerción que lo empuje a legitimarse” (Habermas, 2005: 460).

#### 3.4. LA VÍA DE RORTY: UN PERIODISMO PARA LA POSMODERNIDAD

Hasta aquí he hablado de lo que ha hecho el periodismo en el espacio público desde sus orígenes y de los desafíos a los que se ha enfrentado con los cambios culturales experimentados por la sociedad occidental en lo que se ha dado en llamar la posmodernidad. Con Habermas hemos podido atisbar un horizonte que otorga a los medios de comunicación un papel protagonista en la tarea democráticamente necesaria de revitalizar el espacio público desde la defensa de los valores de la modernidad. Pero si bien Habermas nos ha dicho que hay que abrir los ojos, creo que no ha sido lo suficientemente claro a la hora de decir qué tenemos que mirar y cómo tenemos que mirar. A partir de las críticas que diversos autores han dirigido a la propuesta del pensador alemán, trataré de reflexionar sobre el enfoque de Habermas respecto a la realidad del periodismo en la posmodernidad. Mi interés sigue siendo pensar en un periodismo que pueda seguir siendo útil en la atmósfera de la posmodernidad sin dejar de defender el proyecto de la modernidad que lo alumbró.

La primera condición que se plantea para que alguien nos entienda en esta nueva atmósfera es la renuncia a hablar en términos de Razón, con mayúscula, y la convicción de que el periodismo forma parte de lo que Kundera llama “ese reino fascinante e imaginativo en el que nadie posee la verdad y todo el mundo tiene sin embargo el derecho a ser comprendido”. A eso apunta la revisión que hace Habermas (2003 b) del concepto de razón: una razón comunicativa que, frente a la razón individual de la filosofía de la conciencia, se aplica a la persona en su relación social. Una segunda vía de adaptación a la posmodernidad pasaría, según vimos con Lipovetsky, por reforzar la capacidad que tienen los medios de despertar al ciudadano a una dimensión comunitaria en un espacio público que además de ser libre y racional tiene una importante carga emocional. Por lo tanto, el dogmatismo habrá de ser sustituido por el diálogo, lo racional habrá de ser combinado con lo emocional.

¿Cuál será la perspectiva desde la que interpretará el mundo ese periodista todavía útil en la posmodernidad? Con la perspectiva del demócrata, que más que racional es razonable, que no aspira a apropiarse de la realidad sino a pactar con ella. El razonable pacta con las cosas imperfectas, no exige la aplicación directa de modelos perfectos, porque la realidad supone siempre un principio de

corrupción en relación con nuestros deseos e ideales. El método democrático requiere una mente abierta a la realidad, que sólo da por verdadera una opción mientras no sea refutada y que contrasta las teorías con los hechos observados.

Dando continuidad a la línea de Dewey, que iniciamos en el segundo capítulo, aprenderemos con Rorty que la solidaridad (aquello que nos hace simpatizar con el dolor del otro) puede configurar una buena parte del contenido de la mirada periodística. Una dimensión moral que nos ayudará a articular los valores que dibujen la identidad del periodismo que necesita el ciudadano del mundo posmoderno.

### **3.4.1. Críticas a Habermas**

La teoría del diálogo racional de Habermas, como base de la acción humana encaminada a superar el enfrentamiento de intereses individuales, ha sido a menudo descalificada por su componente utópico. Nunca ha existido en la historia una sociedad como la que dibuja Habermas, ni tampoco la sociedad moderna funciona con tal modelo dialógico, vienen a decir sus críticos, para quienes la teoría de Habermas no sirve como guía práctica para la sociedad actual. Desde una perspectiva hermenéutica, Bubner (citado en Boladeras, 1996) señala el error de equiparar lenguaje y razón. Porque el lenguaje, dice, aunque es un elemento indispensable de la razón, también introduce elementos irracionales, y el diálogo no es suficiente para superar las desigualdades individuales o sociales, que se convierten en desigualdades en la participación en el debate. Por lo tanto, es ingenuo pensar que con la discusión se llegará a un consenso de obligado cumplimiento para todos. El error de base que comete Habermas, según la crítica de Bubner, es identificar a los participantes del diálogo con individuos que actúan racionalmente, autónomos y que respetan normas universales de comunicación (Boladeras, 1996).

Por su parte, Muguerza ve en la filosofía habermasiana el peligro de desembocar en el mismo absolutismo y abstracción en que cae el racionalismo al aspirar a una posición universalista que se contrapone al pluralismo. Además, critica que se parta de una concepción ético-política que tiende a la abolición de la diferencia por su tendencia a establecer el consenso como la base de la justificación racional. Muguerza también opina que la vía de Habermas es

inaplicable a la vida práctica. Además, este autor alerta sobre el olvido de la necesidad de proteger la disidencia; por eso, frente a la preeminencia del Derecho consensuado, antepone el imperativo del disenso: el derecho a decir 'no' cuando se ataca la moral del respeto recíproco y cuando se daña la dignidad del hombre. Porque las condiciones de diálogo que plantea Habermas (racionalidad-libertad-igualdad) no son suficientes para garantizar que una decisión importante atente contra la libertad de las minorías (Bolderas, 1996).

Carlos Álvarez (2000) ha hecho un resumen de algunas de las principales debilidades o insuficiencias del pensamiento de Habermas señaladas por diversos autores, desde el punto de vista de la posibilidad de construir un espacio público fértil bajo las condiciones sociales e institucionales del capitalismo tardío y dentro del contexto de las teorías encaminadas a revitalizar el carácter democratizante de los medios de comunicación en la posmodernidad.

Una de las debilidades de la teoría habermasiana que han sido subrayadas por autores como Boyte y Calhoun<sup>28</sup>, estudiados por Álvarez (2000), es que sobreestima el proceso de degeneración de la esfera pública y el pernicioso papel desempeñado en él por los medios de comunicación, a lo que Schudson<sup>29</sup> añade que el carácter comercial de los medios de comunicación no siempre fue un impedimento para el desarrollo de la crítica y la ampliación de la esfera pública.

Pero aparte de estas apreciaciones de perspectiva, las críticas de fondo, explica Álvarez (2000), inciden en la inviabilidad de las concepciones habermasianas acerca del discurso práctico y del consenso racional como modelos apropiados para el debate político en las actuales sociedades multiculturales y pluralistas. ¿Cómo se puede aspirar a consensos a través de la discusión en un

---

<sup>28</sup> Calhoun, C. (ed.). (1999). *Habermas and the public sphere*. Massachusetts Institute of Technology.

Boyte, H. (2004). *Everyday Politics. Reconnecting Citizens and Public Life*. University of Pennsylvania Press. Philadelphia.

<sup>29</sup> Schudson, M. (1999). "Was There Ever a Public Sphere? If So, When Reflections on the American Case". En Calhoun, C. (ed.). *Habermas and the public sphere*. Massachusetts Institute of Technology.

debate posmoderno caracterizado por el cuestionamiento de la validez de lo que ha sido socialmente aceptado, sin acuerdos de base compartidos acerca del bien y con discrepancias no sólo sobre los asuntos de debate sino sobre la propia identidad de los participantes en la discusión? Sin la posibilidad de discutir sobre los marcos evaluativos, que ya vienen impuestos según la teoría de Habermas, los consensos no pueden tener alcance universal, dice McCarthy<sup>30</sup>, que añade que si no hay en Habermas una común naturaleza humana capaz de convertir a la justicia política en algo más que en la unificación discursiva de las voluntades empíricas, no parece claro qué podría dotar de fuerza de cohesión al 'compromiso', según la explicación de Álvarez, cuya conclusión es que "el procedimentalismo ético del autor resulta inservible en la medida en que es incapaz de dar cuenta de una realidad fenomenológica fundamental: no es posible llegar a acuerdos acerca de 'lo justo' si carecemos de algún acuerdo acerca de 'lo bueno'" (Álvarez, 2000).

Como hemos visto, el carácter procedimental de su teoría del diálogo en el espacio público y la excesiva rigidez de su concepción de racionalidad dirigida al consenso son las limitaciones que más destacan sus críticos, con las que fundamentan la descalificación de una perspectiva considerada poco realista. Por eso me parece útil profundizar en el camino trazado por Habermas aportando otras perspectivas que puedan completar su visión del espacio público construido con diálogo y discusión. Teniendo en cuenta esas deficiencias señaladas nos centraremos en los aspectos teóricos que hacen referencia a la necesaria pluralidad de los debates y al contenido de los discursos, es decir, los valores desde los que se argumenta. Como una corrección de la rigidez de la concepción habermasiana de racionalidad, junto a la excesiva importancia que se le da al consenso, y como una aportación de contenido moral al debate racional nos sirve el pragmatismo de Rorty, que ofrece un programa que él se ha atrevido a denominar 'posmodernismo liberal burgués con rostro humano'.

---

<sup>30</sup> McCarthy, Th. (1999). "Practical Discourse: On the Relation of Morality to Politics". En Calhoun, C. (ed.). *Habermas and the public sphere*. Massachusetts Institute of Technology.

### 3.4.2. Posmodernismo liberal burgués con rostro humano

Lippmann y otros autores cuyas ideas fueron muy influyentes en el periodismo del siglo XX argumentaban desde una cultura, la cultura moderna, que enlazó las nociones de ciencia, racionalidad, objetividad, verdad y método; que exige a cualquier disciplina que quiera entrar en el ágora el peaje del método científico si desea ocuparse de hechos-realidad. Por eso Lippmann advertía de que el periodismo debe hacerse científico si quiere tener algo válido que decir sobre el mundo de los hechos, si no quiere quedar recluido en el reino de las opiniones. La cultura moderna equipara objetividad con hechos y subjetividad con valores. Para Lippmann, fiel representante de esta cultura, hablar de valores objetivos no tiene sentido. Por eso decía que periodismo y verdad son dos cosas distintas (lo mismo diría del arte, por ejemplo, que proporciona placer, pero no verdad).

No obstante, cuando en el último capítulo de *Opinión Pública*, Lippmann reflexionaba sobre el papel de la razón en un mundo irracional, desordenado y en crisis permanente, aparte de apelar a los expertos para que se hicieran cargo de la solución de los problemas más complejos, hacía también un emotivo canto al valor, el esfuerzo y la inteligencia de los individuos que supieron llenar de esperanza un mundo que ardía en la Gran Guerra, y que dieron muestras de que a pesar de las mentiras, la corrupción y el caos, también hubo resistencia, dignidad y milagros.

Mientras Lippmann apelaba al valor individual, como ejemplo de heroicidad en tiempos difíciles, Dewey, como ya vimos, defendía la colaboración entre ciudadanos iguales. No creo que la apelación a los expertos o a la ayuda mutua entre ciudadanos sean dos caminos excluyentes. Más bien me parecen complementarios y los dos nos servirán para indagar sobre cuál puede ser la actitud más acertada para el periodista en el debate público en el contexto cultural de la posmodernidad que hemos descrito.

Herederero de Dewey, a quien considera un posmoderno antes de su época, el filósofo americano Richard Rorty nos da algunas claves de la importancia que el Pragmatismo otorga a la solidaridad como virtud cívica fundamental de una democracia y que nos parece que puede ayudarnos a comprender el nuevo papel,

modesto pero imprescindible, que juega el periodista en el diálogo público del mundo actual.

Para los pragmatistas, distinguir objetividad/subjetividad crea problemas más que ayuda a resolverlos y por eso reducen la idea de objetividad a la solidaridad. La búsqueda de objetividad consiste sólo en conseguir “tanto acuerdo intersubjetivo como sea posible” (Rorty, 1998: 41). Por ello apuestan en primer lugar por ensanchar el término racionalidad. Lo racional no es sólo la capacidad de predecir resultados según un método o fijar criterios y fines de antemano. Racional no puede significar sólo lo metódico. También significa lo razonable y sensato, virtudes morales como el respeto, la tolerancia, la escucha y la persuasión. Racional se refiere entonces más a lo civilizado que a lo metódico. Según esta concepción “ser racional es simplemente examinar cualquier tema – religioso, literario o científico- de un modo que descarte el dogmatismo, la actitud defensiva y la radical indignación” (Rorty, 1996: 59).

Racionalidad significará simplemente hábito de la persuasión, respeto a las opiniones, curiosidad y rechazo de la utilización de la fuerza. Ante la imposibilidad de acceder a la naturaleza de las cosas, dicen los pragmatistas, la única forma de averiguar qué es lo que hemos de creer es abrir un encuentro libre para los distintos argumentos. Sólo así triunfará la verdad (Rorty, 1996: 63).

El pragmatista abandona la búsqueda de la verdad objetiva, la correspondencia con la realidad, la idea de separación entre lo objetivo y lo subjetivo, lo fáctico de lo valorativo, el conocimiento de la opinión. Pero el abandono de esta idea de objetividad no significa, advierten, que se caiga en el relativismo. Los pragmatistas sustituyen la idea de objetividad por la de “acuerdo no forzado” entre quienes comparten unas creencias, por la idea de solidaridad en una comunidad. La ciencia es, para Rorty, un ejemplo de solidaridad humana. Lo verdadero se justifica sólo ante nuestra comunidad concreta, lo moral sólo es en referencia al conjunto de creencias que compartimos.

Lo que guía al pragmatista es la pregunta de cómo podemos mejorar nuestra vida. A partir de ese propósito, el deseo de objetividad sería sólo la búsqueda de ideas que conduzcan a acuerdos en un debate abierto. Por muchas pruebas que hayamos recogido, incluso con el método más científico, al final siempre habrá que convencer a los demás de la viabilidad de nuestras propuestas. La investigación tendrá como objetivo lograr ese acuerdo en un ambiente

complejo y de confrontación porque no sólo somos responsables de nuestra búsqueda de hechos y pruebas sino de la búsqueda de acuerdo. Rorty (2005) sigue creyendo que hay formas racionales de preferir una idea sobre otra, aunque no haya un lugar neutral exterior que sirva como modelo de verdad con mayúsculas. Incluso, añade que no hay forma de atacar las ideas malas apelando a la naturaleza humana. No importa cómo sea la naturaleza humana, lo importante para empezar a pensar es cómo vivimos ahora y cómo podemos mejorar nuestras vidas.

¿Una comunidad basada en el debate, en encuentros libres y abiertos, según la terminología de Rorty, irá encaminada hacia la verdad o hacia una forma de vida mejor, o es la búsqueda de la verdad lo que nos lleva a fomentar ese tipo de comunidad? ¿La democracia es un medio o un fin? Es el único fin que necesitamos, decía Dewey y recuerda Rorty (2005). A partir de la idea de Dewey de que el discurso y la verdad tienen lugar en la comunidad y de que la palabra verdadero sólo es un “cumplido que se dedica a ciertas creencias” que son útiles para orientarse en la vida, Rorty sostiene que los que obran mal son los que actúan contra el proyecto que nos hace ser lo que somos en tanto que colectivo (Rorty, 2005: 39).

A falta de principios fundamentales universales en los que asentar nuestros valores y ante la imposibilidad de apelar a esencias religiosas o filosóficas, puesto que serán tan polémicas como los juicios, Rorty dice que la clave de la validez de un argumento será su utilidad social para satisfacer las necesidades humanas sin preocuparse de que todo encaje a la perfección en una totalidad coherente. Al revés que en la teoría de Habermas, aquí será la política quien guíe a la filosofía, y la práctica democrática tendrá prioridad sobre sus fundamentos filosóficos.

En este contexto, Rorty (2005), que acepta encantado para su perspectiva la etiqueta de ‘posmodernismo liberal burgués con rostro humano’, dirá que el objetivo prioritario de la vida pública es la esperanza liberal, la reducción de la crueldad y la expansión de la solidaridad humana. Sin garantías metafísicas, Rorty elude la pregunta sobre la identidad moral del hombre que sustente sus acciones para plantearse la única pregunta que para él vale la pena: ¿Por qué debo tener la identidad moral que tengo? La respuesta sólo dependerá de las identidades alternativas planteadas. Aunque no podamos defender racionalmente la superioridad de una determinada obra humana, sí podemos racionalmente

intentar persuadir a nuestros hijos de que amen lo que hemos amado nosotros. Por ejemplo, si no podemos apelar a una verdad universal para condenar las torturas, sí podemos escuchar las declaraciones de quienes han sido torturados.

Por lo tanto la solidaridad será el valor al que sí apela Rorty. Solidaridad entendida como el sentimiento de que otras personas y nosotros mismos formamos un nosotros, que lo que afecta a otros nos afecta a nosotros porque nos identificamos con ellos. La expansión de la conciencia hacia el nosotros no se logra a través de las grandes teorías sino con los pequeños detalles de la vida de la gente. Por eso esa perspectiva encuentra un cauce más apropiado en la literatura que en la filosofía, como reconoce el mismo Rorty (2005). Por eso también, según mi parecer, esta perspectiva puede ser muy enriquecedora para el periodismo, que sí se alimenta de los detalles de la vida de la gente, que con la representación del presente ayuda a la extensión de la solidaridad hacia el prójimo por la vía de la imaginación más que por la de apelación a ideas, y que puede además ofrecer un escenario ideal para ese mercado de ideas que Rorty (2005) reclama como lugar de discusión tolerante y flexible.

Como vemos, con el camino trazado por Rorty se sortean las críticas que recibía la teoría de Habermas por su componente irreal, utópico y su racionalidad restrictiva. Con el ironista liberal burgués de Rorty encontramos una perspectiva que, sin salir del exigente círculo de las aspiraciones democráticas e ilustradas, puede nadar muy bien adaptado a las condiciones de la sociedad posmoderna.

En este punto la filosofía de Rorty nos parece muy iluminadora para el periodismo en su búsqueda de identidad en el mundo posmoderno. Al fin y al cabo, el periodismo es una tarea urgente y, como tal, creemos que deberá acercarse más a la metáfora del bazar (en el que se conversa, se negocia y se llega a acuerdos entre iguales) que a la del tribunal (que juzga desde una posición de poder). La sociedad mejor es, desde este punto de vista, aquella en la que "todos han tenido la oportunidad de sugerir maneras en la que podríamos crear conjuntamente una sociedad universal (o galáctica) y en la que todas estas sugerencias se han expresado en encuentros libres y abiertos" (Rorty, 1996: 287-288). Debido a la importancia de la deliberación como método de perfeccionamiento de la convivencia, Dewey entendía lo racional no como aplicación de criterios (tribunal) sino como el logro de acuerdos (bazar). Algo que se adapta bien al periodismo posible en un mundo posmoderno de creencias

dispare, múltiples discursos, dificultades para comprometerse en un proyecto común, pérdida de fe en la capacidad de encontrar criterios únicos que todos puedan aceptar. Un contexto que conduce a Rorty a defender, en última instancia, lo racional como sinónimo de persuasivo frente a la irracional invocación de la fuerza, y la democracia como el mejor vocabulario para el entendimiento en el mundo de hoy (Rorty, 1996).

Finalmente, Rorty explica la posición del liberal burgués posmoderno como un defensor de las instituciones democráticas a partir sólo de la solidaridad y la lealtad a la comunidad. Según esta perspectiva, el periodismo no necesitaría más principio fundamental que la solidaridad para poder desarrollar un servicio útil a la sociedad. Para Rorty, la identidad es sólo una red de creencias, deseos y emociones que se adapta al entorno mediante deliberaciones y elecciones, de forma que sólo podemos concebirnos a nosotros mismos como miembros de algo. La lealtad a la comunidad a la que pertenecemos no se fundamenta en nada salvo en el hecho de nuestras relaciones con otros. En lugar de buscar una dignidad humana intrínseca, Rorty dice que lo que fundamenta la lealtad es la dignidad compartida de un grupo con el que la persona se identifica. "La justificación moral de las instituciones y prácticas de nuestro grupo es en lo sustancial cuestión de narrativas históricas, en vez de metanarrativas filosóficas. El respaldo principal de la historiografía no es la filosofía, sino las artes, que sirven para desplegar y modificar la autoimagen de un grupo, por ejemplo, vituperando a sus héroes, diabolizando a sus enemigos, estableciendo diálogos entre sus miembros y volviendo a enfocar su atención" (Rorty, 1996: 271). Los principios a los que se enfrenta una sociedad no se resuelven apelando a principios generales sino más bien recurriendo a un intercambio de recordatorios de propósitos, historias sobre cómo se resolvieron o estropearon problemas parecidos en el pasado.

Se puede decir que Rorty rebaja las expectativas de Habermas al señalar que las nociones de pretensiones de validez universal no le parecen útiles (Rorty, 2005) y al equiparar el rango epistemológico de la narración literaria con el de la filosofía. No obstante, gracias a todo lo que los une (el valor decisivo del encuentro libre de opiniones plurales), se puede leer a Rorty como una defensa de la modernidad al estilo de Habermas, pero adaptada al mundo de la posmodernidad: la utopía de Habermas detenida en la mitad del camino, donde, para ser útiles aquí y ahora, no viene mal cierta levedad y aceptación de la

imperfección humana. Abandonar la búsqueda de fundamentaciones metafísicas no le lleva a Rorty a descreer de ciertos valores políticos ilustrados que siguen siendo esenciales para nuestras sociedades: libertad, democracia, diálogo, solidaridad. Del Águila (2007) ha señalado que, en última instancia, las claves teóricas de Habermas coinciden con los valores defendidos por Rorty: la discusión, en la teoría del autor americano, es una virtud cívica que no apela a ningún universalismo sino que hace referencia solo a lo conveniente para la vida en libertad y para la comunidad política democrática; es una virtud asociada a una forma de vida, la democracia liberal. Lo que plantea Del Águila (2007) es que consolidar esta forma de vida, y defenderla frente a sus alternativas, puede exigir una reflexión sobre las condiciones y reglas de ese diálogo, que después funcionarían como fundamento de toda discusión. Un procedimiento racional y universal garantizaría una defensa de la democracia como la mejor opción. Es decir, un ideal comunicativo como el que plantea Habermas ayudaría a asegurar las prácticas democráticas para denunciar los abusos y manipulaciones. “¿No daría fuerza a nuestros procedimientos ideales democráticos conectarlos con lo racional, lo justo, lo universal?” (Del Águila, 2007: 33). Pero ¿cómo se pueden garantizar las condiciones ideales de comunicación de las que dependerán los acuerdos? Con las instituciones de la democracia liberal: libertad de expresión, pluralismo informativo, esfera pública abierta y deliberación conjunta.

Al amparo de esta perspectiva se han desarrollado algunas líneas de reflexión, tanto en el mundo académico como en el ámbito profesional, sobre la actividad periodística encaminadas a reforzar sus funciones democráticas. A ellas dedico el siguiente epígrafe, en el que se analizará la renovación que supuso el Periodismo Cívico, que recogió la tradición teórica del periodismo como conversación y que, lejos de apagarse, se puede decir que está disfrutando de un resurgimiento gracias a las innovaciones tecnológicas.

### 3.5. PROPUESTAS DE RENOVACIÓN DEL PERIODISMO

La crisis de los medios que hemos analizado en la primera parte de este capítulo también ha suscitado teorías y prácticas periodísticas que han contribuido a una renovación y puesta al día del periodismo en su función democrática.

En su libro *El club de los metafísicos*, Louis Menand (2002) sitúa a Dewey junto a Holmes, Pierce y James como los pensadores que asentaron las ideas de pluralidad y libertad de expresión en la cultura americana. Un grupo de filósofos que pensaron desde la perspectiva de la guerra civil americana, de ahí que su gran preocupación fuera consolidar la democracia como el mejor invento humano para evitar los desastres de la utilización de la violencia. “La democracia, tal como ellos la entendían, no es solo permitir que la gente correcta opine, es también permitir que opine la gente incorrecta. Es dar espacio a las ideas minoritarias y discrepantes para que, al final del día, puedan prevalecer los intereses de la mayoría. Democracia significa que todos están por igual en el juego, pero también que nadie puede optar por salir” (Menand, 2002).

Ellos pensaban que las ideas son herramientas que las sociedades utilizan para hacer frente a sus problemas y que lo importante es su adaptabilidad a las circunstancias cambiantes. Pero a partir de los años 50, con la Guerra Fría, sus ideas fueron arrinconadas con la etiqueta de ingenuas y poco realistas. Hoy, cuando las ideologías que dominaron el siglo XX han quedado desacreditadas e inutilizables, las ideas de Dewey parecen cobrar vigor y ajustarse a las circunstancias de nuestro entorno globalizado y plural. Su apuesta por la discusión enfocada hacia la consecución de objetivos comunes, desde el escepticismo, la tolerancia y la solidaridad, su fe en la capacidad del hombre común para la tarea común de pensar sobre la realidad de la comunidad, son ideas que pueden resultar muy útiles en nuestras sociedades heterogéneas, complejas y fragmentadas, pero con redes de comunicación que deberían devolvernos algo del optimismo perdido.

Evidentemente la perspectiva de Dewey peca de excesivo optimismo e incluso de ingenuidad en comparación con el realista Lippmann, y parece que la evolución de los medios le dio la razón a este último, con su pesimismo acerca de la incapacidad del ciudadano medio de comprender los problemas políticos y sobre las posibilidades de los medios de ayudar al público a comprender la realidad. “La visión de Lippmann prevaleció durante sesenta años y aún se refleja en gran parte de la vida pública en los Estados Unidos. Los expertos se encargarán de todo; los ciudadanos sólo deben acatar y de vez en cuando calcular cuán contentos están y expresarlo en las urnas” (Merritt, 1997). Ese modelo contribuyó a la desconexión entre periodistas, aislados en el grupo de las elites, y

ciudadanos, y al aumento de la indiferencia de los ciudadanos por la política y su alejamiento de la vida democrática.

La percepción de esta situación problemática no ha dejado, sin embargo, de impulsar movimientos de revitalización del periodismo, sobre todo en el mundo anglosajón desde la segunda mitad del siglo XX. Estudiaré ahora las iniciativas teóricas de renovación de la comunicación política relacionadas con las aportaciones teóricas de la democracia basada en la deliberación. Con la vista puesta en el anhelo de “una comunidad democrática en la que comunicación y solidaridad resulten sinónimas” (López Escobar, 2001: 29), enmarco la investigación en las teorías sobre la vinculación del ideal democrático con el debate público y las iniciativas de renovación del periodismo pensadas desde la convicción de que tienen la responsabilidad de promover el debate ciudadano.

### **3.5.1. El periodismo es una conversación**

Una línea de pensamiento impulsada en las últimas décadas del siglo XX desde ámbitos académicos norteamericanos se ha centrado en el papel cultural de los medios de comunicación como promotores del diálogo sobre las controversias de interés público; una perspectiva que ha sido enfocada desde la necesidad de redefinir el papel del periodismo como foro de conversación (Anderson, Dardenne y Killenberg, 1994 y 1996). Para ello se plantea una superación de la imagen del periodista como mero transmisor de información para reforzar su labor como facilitadores de la conversación ciudadana (Gans, 1980). “El periodismo es la conversación de nuestra cultura” y el periodista sólo es uno más de los participantes en la conversación, una voz en una conversación entre muchos, dice James Carey (2002), un autor americano que reconoce su deuda con los filósofos escoceses del siglo XVIII y en cuya obra se percibe la huella de John Dewey<sup>31</sup>.

---

<sup>31</sup> Para un ampliación de la idea de periodismo como conversación puede consultarse:

Carey, J. (1987). “The press and public discourse”. *The Center Magazine*, march-april, 1987, pp. 4-16.

Carey propone una redefinición filosófica del periodismo adaptada a los nuevos tiempos porque de cómo se vea a sí mismo el periodista dependerá lo que podamos esperar del periodismo del futuro. Para explicar su punto de vista señala Carey que en el origen de muchos problemas está la historia que uno se cuenta a sí mismo sobre su propia vida. Cuando esos relatos con los que nos explicamos nuestras vidas y que guían nuestros actos se quedan desfasados, porque nuestro entorno cambia, dejan de ser útiles y se vuelven un obstáculo para nuestro desarrollo. Eso es lo que, a juicio de Carey, ha pasado con el periodismo: sigue explicándose a sí mismo con los relatos de su adolescencia; con historias, por lo tanto, que pueden servir de agradable ensoñación nostálgica pero que resultan inútiles para el momento actual del periodismo y del mundo. Poco a poco esas historias han ido hundiendo más al periodismo en su crisis de identidad y agrandando el distanciamiento con respecto a la ciudadanía. Lo que necesita entonces el periodismo es una nueva narración que le indique el camino de una vida mejor.

Desde 1890, dice Carey, se ha ido construyendo la historia del periodismo como un adversario del poder que le cuenta al ciudadano aquello que tiene derecho a saber. Un argumento que alcanzó su clímax en los años 60 y 70, pero que desde entonces se ha vuelto en su contra. Esa figura que controlaba la información, sabía más que el ciudadano corriente y que atemorizaba al político por su enorme poder acabó convertido en un ente solitario y distanciado del público y superado por el personaje que se había construido. El periodista observador, que mira por la ventana como si lo que ocurre afuera no le incumbiera, terminó siendo visto por el ciudadano como un extraño. “Uno de los aspectos del periodismo que pienso que es problemático -y no es nuevo- es el sentido de que la prensa, en su papel de adversario, se convirtió en observador externo de la sociedad. Esto fue visto con resentimiento por la gente, cuyas vidas

---

Carey, J. (1995). “The press, public opinion and public discourse”, en Glasser, T. L. & Salmon, C. T. *Public opinion and the communication of consent*. Guilford Press. New York.

Charity, A. (1995). *Doing Public Journalism*. The Guilford Press. New York.

Anderson, R., Dardenne, R. & Killenberg, G. M. (1996). *The conversation of journalism. Communication, Community and News*. Praeger. New York.

son investigadas por los periodistas, a quienes terminan viendo como mirones que acechan en la ventana" (Carey, 2002)<sup>32</sup>.

Frente a la prensa como adversario y vigilante, Carey opta por una prensa como instrumento de la vida pública. En la línea de Habermas, el autor norteamericano se remonta a los orígenes de la prensa en los años previos a la Revolución Francesa para construir el argumento de un nuevo relato sobre el periodismo que sirva para redefinirlo filosóficamente de modo que inspire nuevas respuestas a las preguntas esenciales: qué es, de dónde viene, qué debe hacer el periodismo. La historia que cuenta Carey, recogida del historiador Robert Darnton, es la siguiente:

La gente se reunía en lugares públicos: cafés, tabernas, salones y en el Tree Cracow, una zona abierta en las afueras de la ciudad. Pero como hablar en público y expresar opiniones contrarias a la aristocracia y al rey era peligroso, los ciudadanos enviaban a sus sirvientes para que escucharan lo que en esos lugares se decía. Las mujeres que organizaban las reuniones de sociedad en los salones enviaban también a sirvientes para que fueran a las tabernas y les contaran a su vuelta lo que allí ocurría. Esos sirvientes serían los primeros periodistas: "En un libro que había a la entrada del salón, la gente anotaba los rumores en un lado y las noticias en otro. Cuando esto se imprimió, fue el primero de los periódicos" (Carey, 2002)<sup>33</sup>. Así pues, dice Carey, el origen del periodismo en Occidente está en un acto de deslegitimación de la aristocracia y del rey en nombre de la construcción de una sociedad democrática.

---

<sup>32</sup> "One of the aspects of journalism that I think is troublesome-and it's not new-is the sense that the press, in playing its adversary role, became the agent or observer of the outside society. This has been deeply resented by the people whose lives journalists were peering into and reporting about, like a voyeur staring through a window" (Carey, 2002).

<sup>33</sup> "In the book at the entrance to the salon, people wrote down gossip on one side and news on the other. When that was printed, it was the first of the newspapers. So there were two kinds of news: nouvelle bouche, news out of the mouth, and nouvelle a la main, news out of the hand. Book forms of the news were reconstituted as books, pamphlets, and papers" (Carey, 2002).

En esta historia de los orígenes, concluye Carey (2002), hay que buscar, todavía hoy, la clave de la misión del periodista: su implicación en la vida pública en defensa de formas de vida democrática y en oposición a los autoritarismos. Cuando se olvida esta misión central, el periodismo se vuelve una actividad menos noble. Y si esa doble implicación no está profundamente conectada con la ciudadanía el periodismo de vida pública degenera en simple periodismo de observación<sup>34</sup>. El periodista, por lo tanto, está llamado a mejorar la calidad de la vida pública. Entre sus propósitos originales está la promoción de prácticas democráticas como el debate, la discusión y la argumentación, prácticas que van más allá de su misión de vigilante del poder.

Inspirado en la sociedad que propugnaba el filósofo escocés David Hume, en la que aprendizaje y conversación debían ser inseparables, Carey propone al periodismo una vuelta al espíritu de aquel Tree of Cracow y a la necesidad de volver a conectarse con el mundo real de las auténticas preocupaciones humanas.

El periodismo, por lo tanto, es más que observación o transmisión de mensajes. Tiene una dimensión reflexiva y de interacción entre diferentes actores sociales. Los medios informan, pero también crean y transforman. La sociedad se ve en la representación de los medios y actúa sobre la imagen que le devuelven. La comunicación no sólo es transmisión de información, sino un vínculo reflexivo entre la comunidad y su cultura. Visto así el periodismo sería una manifestación de lo que Carey llama comunicación ritual.

En su libro *Communication as culture*, Carey (1989) describe dos modalidades de comunicación: ritual y de transmisión. En el segundo modelo el emisor está vinculado con un receptor sobre quien ejerce influencia a través de sus mensajes.

---

<sup>34</sup> "There is in our tradition no divorce between the origins of this activity in public life, among people, as an act of enhancing, defending and advancing forms of democratic life-and delegitimizing undemocratic forms of authority. That, for me, is what is central to this mission, historically and until now. If you leave anything out of it-leave out any one of these equations-it becomes a less noble activity. If it is not deeply interconnected with - and I put it in metaphors-the salon, the tavern and the Tree of Cracow, it's the journalism of observation, not the journalism of public life" (Carey, 2002).

En cambio, lo constitutivo de la comunicación ritual es la participación y la creación de experiencia y sentimiento de pertenencia a una comunidad. Crea identidad en un contexto cultural concreto. El debate social será entonces una manifestación de la comunicación creadora de comunidad.

Bajo este paradigma surgen a partir de la década de los 80 algunas prácticas periodísticas encaminadas a reforzar el papel de los medios como responsables del fortalecimiento de la convivencia democrática. Si la democracia requiere debate público y si el periodismo es protagonista del espacio público como mediador entre gobernantes y gobernados, entre sus responsabilidades estará la de crear espacios de debate para ayudar a los ciudadanos a comprender los asuntos importantes y fomentar la participación de todos en las discusiones. “Dos son los pasos principales en el curso de esa andadura: '1) Aceptación del hecho de que -nos guste o no, estemos o no cómodos con ello- en la era de los medios el periodismo es un elemento integral del sistema de la vida pública (...). 2) Reconocimiento de que ese papel integral que el periodismo desempeña en la vida pública le impone al periodismo una obligación” (Merrit, 1996).

El Periodismo Cívico sería el paso de un periodismo de transmisión a un periodismo de conversación una vez que ha asumido la filosofía de que su misión social principal es contribuir a la construcción de la vida comunitaria (Charity, 1995).

### **3.5.2. El Periodismo Cívico**

El descenso de la participación ciudadana en el debate público junto a la pérdida de credibilidad de los medios por su ineficacia a la hora de promover una discusión que interese a la sociedad, llevó al periodismo a ensayar diversos modelos teóricos y prácticos con el objetivo de recuperar la confianza del público y volver a ser un instrumento útil para la vida democrática. Desde el convencimiento de que comunicación y democracia son inseparables, el periodismo ha intentado reinventarse para mantener su capacidad de satisfacer las necesidades de información del ciudadano, para seguir siendo respetado como vigilante del poder y para conservar su eficacia como impulsor de la participación del público en el debate.

Uno de los más importantes movimientos renovadores del periodismo es el Periodismo Cívico, también llamado Público (Rosen y Merritt: 1994; Merritt: 1995; Charity: 1995; Black: 1997), cuya importancia reside en que “supone una filosofía política de la comunicación profundamente revolucionaria porque la ética que lo impulsa propone una redefinición radical del papel de los medios de comunicación en la vida pública de las sociedades democráticas” (Álvarez, 2000: 12). Se trata de una nueva forma, diferente de la del periodismo convencional, de concebir el papel institucional de los medios de comunicación en las sociedades democráticas. Entre las obligaciones del periodista está no sólo contar las noticias sino contribuir al buen funcionamiento de la vida pública (Merritt, 1995).

El Periodismo Cívico surge a finales de la década de los 90 en los Estados Unidos, a partir de la reflexión sobre la crisis económica y de lectores que sufre la prensa, una crisis que va unida a la pérdida de credibilidad y a un replanteamiento desde la propia profesión sobre el sentido profundo de su trabajo ante la competencia de la televisión y el desafío de las nuevas tecnologías. Los teóricos del Periodismo Cívico se preguntan cómo puede la prensa recuperar la confianza del público, cuál debe ser su principal cometido para volver a ser útil al ciudadano: ¿Informar, debatir, interpretar, analizar? Estos autores profundizan en el debate iniciado por Lippmann y Dewey, del que he hablado en el capítulo 2, para llegar a la conclusión de que la información hace necesario el debate público, que es un requisito indispensable de la democracia. Se plantean tres preguntas fundamentales: Primero, ¿cuál es el papel de los ciudadanos en una democracia? Segundo, ¿cuál es el rol de los periodistas en una democracia? Tercero, ¿de qué manera coinciden estos dos roles? En otras palabras, qué obligaciones tienen los periodistas hacia los ciudadanos y cómo pueden cumplirse esas obligaciones (Merritt, 1995).

Según sostiene Lambeth<sup>35</sup>, uno de sus impulsores, apoyándose en Bogart, Carey y MacIntyre, el periodismo es una práctica social (entendida como una

---

<sup>35</sup> “Media institutions and their public obligations”. Artículo publicado en <http://www.mtsu.edu/~masscomm/seig96/bogart/lambeth.htm>

actividad humana interactiva y compleja que se propone hacer realidad ciertos bienes públicos) cuyo propósito es proporcionar a la ciudadanía toda la verdad que pueda descubrir para contribuir a hacer una sociedad más libre. Pero la contribución a la libertad de la ciudadanía pasa por completar una información objetiva con una implicación del periodista en la búsqueda de soluciones de los problemas de la comunidad. Para ello, el periodismo abre los debates, anima a la participación, trata al lector como ciudadano y no como consumidor, basa todo el proceso informativo en los valores de su misión de servicio a la democracia (De la Fuente, 2000).

Su objetivo es precisamente impulsar el papel de los medios para revitalizar la vida democrática (Merrit, 1996). El Periodismo Cívico propone por ello el tránsito de un periodismo de información a un periodismo de conversación (Carey, 1987; Charity, 1995). Para sus impulsores, la información que necesita una sociedad democrática surge de la creación de ámbitos comunicativos que propicien la participación ciudadana en el debate comunitario de esos mismos intereses.

Como explicó McLuhan, a diferencia del libro, que es una forma individual que proporciona un punto de vista, “la prensa es una forma confesional colectiva que proporciona una participación comunal” (1996: 214). Por eso, añadía McLuhan, la prensa es inseparable del proceso democrático. Con el antecedente intelectual de John Dewey y su convicción de que la salud democrática depende de la activa participación del ciudadano en la vida política, el Periodismo Cívico se encargaría de facilitar los medios para el intercambio de ideas y opiniones entre los ciudadanos de forma que todas las voces sean escuchadas.

Su base filosófica, que la conecta con la tradición teórica liberal que se ha seguido en esta tesis a partir de Tocqueville y Mill, reside en la prioridad de la vida moral solidaria sobre la vida moral del yo individualista (Álvarez, 2000) como punto de partida para una regeneración de la vida cívica teniendo en cuenta que los medios pueden dedicarse a promover el debate público a pesar de formar parte de grandes corporaciones preocupadas por su propio beneficio. Desde esta perspectiva, la idea de crear espacios públicos en los que los ciudadanos se sientan libres para expresar sus opiniones se basa en razones de principio y es intrínsecamente buena. El Periodismo Cívico alienta un debate general que surge de las esferas más pequeñas de la vida local. Con el punto de

partida anclado en la vida cotidiana el periodismo se asegura la vocación de servicio al ciudadano. Pero cuando el Periodismo Cívico habla de debates no se refiere a la habitual cruce de insultos, descalificaciones, tópicos y banalidades a los que a menudo tan proclives son ciertos medios, sino a un auténtico debate deliberativo: "Discusión no es lo mismo que debate. Hay mucho debate, pero demasiado poco de él le hace un lugar a los ciudadanos o tiene sentido para ellos como medio de alcanzar soluciones. Lo que falta son oportunidades de diálogo deliberativo, en el cual la gente ordene sus dificultades, reflexione sobre sus opciones, escuche con atención y profundice sus puntos de vista" (De la Fuente, 2000).

Con el adjetivo 'cívico' se intenta acentuar la orientación del periodismo hacia lo público: un comportamiento que tenga en cuenta sus consecuencias positivas sobre el resto de la comunidad. Como señala Ignatieff (2003: 51), quizá con exceso de dramatismo, "aunque sus gestores afirmen con frecuencia que la función del medio es meramente informativa, no pueden evitar que las consecuencias de su poder sean morales, porque a través de la televisión no sólo vemos al prójimo, sino que cargamos con su destino". Lo contrario es ese tipo de periodismo que se lava las manos sobre los efectos que causa en la sociedad y que quedaría ilustrado en un artículo publicado por el editor del *The New York Times*, Howard Raines, en 1996, donde recomendaba a sus periodistas que fueran "agnósticos por lo que se refiere a las repercusiones en el público" dedicándose simplemente a recabar información y a exponerla de forma objetiva (citado en Tannen, 1999: 79).

Sin embargo, desde su compromiso con lo político, el periodismo cívico se propone activar en las personas el interés por los asuntos que conciernen a todos poniendo a disposición de la audiencia conocimientos y recursos informativos que la capacite para intervenir en la esfera pública desde una posición escéptica y crítica. El objetivo del fortalecimiento del sentido de lo público en el ciudadano lleva al periodismo cívico a entender la formación de la opinión pública como un proyecto dinámico que conecta al periodismo con la democracia. Se pretende abandonar el modelo comunicativo emisor-mensaje-receptor, en el que el público es un mero espectador que recibe información, para optar por un modelo dinámico que implica al receptor, que se convierte en ciudadano al sentir que es protagonista del juego de interpretar la realidad, que no es un receptor pasivo que

recibe datos sino que su voz es imprescindible para el conocimiento de las preocupaciones sociales y la búsqueda de soluciones en un intercambio de puntos de vista alimentados con valores (Lambeth, 1998). Por esta vía, el Periodismo Cívico intenta resolver la paradoja de que en una época en la que hay más información que nunca el ciudadano sienta que se ha quedado marginado de los espacios políticos donde se toman las decisiones. Y el primer paso es dar al ciudadano voz y peso en los debates sobre asuntos de interés común, un lugar privilegiado en la comunicación política. El objetivo último es que esa nueva concepción de la información como proceso comunicativo que implique al ciudadano en la deliberación pública contribuya a mejorar la calidad de la política y de la democracia. Que la política no sea sólo cosa de los políticos y que la democracia no se reduzca a una votación en las urnas cada cuatro años.

El Periodismo Cívico aporta una perspectiva cultural y comunicativa a la democracia deliberativa ensanchando su campo de acción social con múltiples puntos de vista y temas de interés. Más que una técnica es una reflexión filosófica que propone “un cambio fundamental en el modo de concebir nuestro papel como periodistas en la vida pública”, según palabras de Merrit citadas por Álvarez (2000: 210). Ayudar a los ciudadanos a implicarse en la vida pública debe ser, dicen, el principal objetivo del periodismo ya que su papel protagonista en la vida pública acarrea también importantes obligaciones políticas. Entendido así, democracia y periodismo van unidos de forma inseparable.

Los teóricos recogen muchas de las críticas que se le han hecho al periodismo desde los años 90: su alejamiento de los intereses del público, su cobertura fragmentaria y superficial de la actualidad y su incapacidad para captar la realidad de una forma compleja, el tratamiento de todos los temas desde el prisma del espectáculo y el entretenimiento, la trivialización de los acontecimientos e incluso la ficcionalización de las historias. Deficiencias todas ellas que han contribuido a alejar a los lectores de la vida pública. En suma, un comportamiento que podríamos calificar de suicida, porque sin una vida pública viva, con unos ciudadanos sin interés por los asuntos de la colectividad, el periodismo se vuelve innecesario. Así que no es una casualidad que “el declive del periodismo y el declive de la vida pública hayan ocurrido a la misma vez” (Merrit, 1995: 4).

Si la gente sigue encerrada en lo privado, añade Merritt (1995), no habrá necesidad de periodismo ni de periodistas. Para corregir ese rumbo suicida, el periodismo, según las propuestas del Periodismo Cívico, debe seguir haciendo lo que ha hecho bien: informar sin aburrir, vigilar al poder sin querer convertirse en poder, criticar sin pontificar. Informar, contar las noticias, no es suficiente. Además debe profundizar en su papel como institución en el espacio público: ayudando a que la vida pública funcione bien, colaborando en dar visibilidad a los valores compartidos, planteando propuestas imaginativas para mejorar la sociedad, tratando al lector no como consumidor sino como ciudadano y facilitando su participación en el diálogo público (Merritt, 1995). Con esta nueva mentalidad, el periodista asume que es un ciudadano que no está fuera del sistema como un observador sino que es un actor principal de la vida pública.

El fenómeno de la espectacularización de la política es otra de las desviaciones democráticas que sirve de acicate del Periodismo Cívico. En el juego político se ha impuesto la idea de que lo importante es ganar votos y no impulsar un debate sobre propuestas. Las tácticas de marketing se imponen sobre la argumentación y el debate racional. El ciudadano es visto como un votante pero no como sujeto político. Para cambiar esa dinámica desde el periodismo se apuesta por un foro mediático que sirva como gran diálogo abierto entre ciudadanos y políticos. Este foro implica una recuperación del auténtico sentido del debate y de la figura del ciudadano como participante en la construcción de la agenda de temas de discusión. “El debate público planteado por el periodismo cívico es más que una técnica: encierra toda una filosofía que pretende recobrar el sentido del proceso electoral y de paso recordar que más que de electores se debe hablar de ciudadanos que pueden construir una agenda temática alrededor de la cual los candidatos se pronuncian para conectarse con los intereses y necesidades de la población y hacerles sus propuestas como candidatos” (Miralles, 2002).

Una de las principales quejas del funcionamiento de la democracia mediática es que los ciudadanos sienten que los políticos y los medios de comunicación discuten día tras día sobre temas que no son prioritarios para los ciudadanos. La agenda temática, como eje de la comunicación política, está distorsionada porque los políticos y los periodistas parecen encerrados en el restringido círculo del poder y son incapaces de escuchar a la gente corriente. El Periodismo Cívico considera que es responsabilidad de los medios de

comunicación sanear ese diálogo político dándole el protagonismo a la ciudadanía (Lambeth, 1998). El periodista, por su parte, deja de ser, como decía Carey, un observador distanciado de la realidad de la comunidad sobre la que informa. Por el contrario, explica Dader<sup>36</sup>, “el profesional de los medios ha de sentirse ante todo ciudadano –un ciudadano privilegiado con la oportunidad de hacer llegar su voz a todas partes– y como ciudadano ha de serlo a tiempo completo; no puede dejar de serlo por horas o de forma intermitente”.

Para que la política pueda ejercerse en este campo de la comunicación, Brunner (citado por Miralles, 2002) señala tres requisitos que tienen que ver con el periodismo: la creación de una comunidad bien informada, una esfera pública en que esté representada la ciudadanía y una agenda temática en cuya formación intervenga el ciudadano. El periodismo cívico aspira al cumplimiento de estas tres funciones de la comunicación política.

Esta idea del foro mediático como proceso de deliberación sobre la agenda de temas de la ciudadanía se concreta en ciertas prácticas periodísticas (Malamud, 1996). Entre las relacionadas con el tema de esta tesis destaca la conversión de los medios en escenarios de debate público a través de la organización de foros ciudadanos, debates públicos a pequeña escala y paneles de ciudadanos en los que grupos de personas seleccionadas asesoran a los periodistas.

Como una forma de Periodismo Cívico puede considerarse el llamado Periodismo Comunitario, que pone el acento en la identificación del periodista con su comunidad y en el compromiso que debe asumir como movilizador para la defensa de sus intereses. Ya no se trata sólo de que el periodista no sea neutral sino que deberá jugar un papel de participante activo. Su implicación en la democratización de la vida pública no se queda sólo en la elección de temas más cercanos al ciudadano sino en una concienciación de que todo el proceso de producción de los contenidos debe ser participativo: “El Periodismo Comunitario atiende a las demandas de la ciudadanía y sirve como instrumento de movilización social (...) El periodista de un medio comunitario debe observar con

---

<sup>36</sup> Dader, J. L. (1999). “La recuperación ciudadana de los medios”. [http://www.robertexto.com/archivo10/recup\\_medios.htm](http://www.robertexto.com/archivo10/recup_medios.htm) [consultado en febrero de 2008].

los ojos de la comunidad" (Pena de Oliveira, 2006: 1996-1999). El objetivo final de la actividad periodística será la elaboración de "estrategias simbólicas-discursivas que resalten la visión de la comunidad sobre sí misma, reforzando sus identidades y valores" (Pena de Oliveira, 2006: 200).

Philip Meyer (1996) advirtió que el Periodismo Cívico puede degenerar en una forma de populismo, al dar prioridad a lo que interesa a la gente por encima de otros temas que pueden ser de importancia menos inmediata para una comunidad, o contribuir a rebajar las exigencias de rigor informativo. Y en esa advertencia se han basado algunas críticas que han acusado al Periodismo Cívico de caer en la demagogia al ceder el control de la agenda temática al ciudadano. Un peligro que aumentará con otras formas de periodismo participativo surgidas con las nuevas tecnologías, como veremos en el capítulo 5. No obstante, estas críticas suelen partir de una percepción pesimista sobre las posibilidades de racionalidad del público y un exceso de confianza en la altura intelectual del comportamiento de los profesionales, en la línea de la visión elitista de Lippmann (Patterson, 1993).

La implicación del Periodismo Cívico en el buen funcionamiento de la sociedad ha suscitado también críticas cuando se tiende a ocultar los conflictos o los aspectos más sombríos de la realidad en aras de mantener el consenso. Los críticos (Barney<sup>37</sup>, entre ellos) advierten contra el peligro de que se sacrifique la verdad a favor de la lealtad comunitaria o de la estabilidad del sistema. De igual manera, la obsesión por el consenso puede llevar al periodismo a renunciar al pluralismo silenciando las opiniones que puedan considerarse desestabilizadoras.

---

<sup>37</sup> Barney, R. D. (1996). "Community Journalism: Good Intentions, Questionable Practice", *Journal of Mass Media Ethics*, Vol.11, 3, pp. 140-151.

En otros artículos ha reflexionado sobre la responsabilidad ética del periodista en la construcción de una sociedad plural:

Barney, R.D. (1987). "Responsibilities of the journalist: An ethical construct", *Masscomm Review*, 14, pp.14-22.

Barney, R. D. (1986). "The journalist and a pluralistic society: An ethical approach to the subject", en Elliot, D. (ed). *Responsible journalism*. Sage, Beverly Hills, pp. 60-80.

En sus críticas, Barney diferencia al Periodismo Cívico del Periodismo Comunitario al señalar precisamente que es el pluralismo lo que salvaría al primero de caer en los errores que comete el segundo por sacrificar los riesgos de la desestabilización en nombre del mantenimiento de un cierto consenso en la comunidad. Merrill<sup>38</sup> es otro de los destacados autores que alertan del peligro de que el periodismo deje de cumplir su función de vigilante del poder en la democracia. En el fondo, se denuncia el lado conformista de esta nueva forma de concebir el periodismo. No obstante, sus teóricos se han defendido de estas críticas. Por ejemplo, Merritt (1995 b) advierte de que Periodismo Cívico no significa que el periodista tenga que pedir permiso al ciudadano sobre qué publica o deja de publicar o que se sienta a una mesa con los responsables políticos a discutir sobre cómo solucionar los problemas de la comunidad. Tampoco significa el abandono de su papel de vigilante del poder, su esfuerzo investigador y su vocación de denuncia.

Otra de las críticas recibidas por el Periodismo Cívico es su carencia de una fundamentación teórica antropológica sólida que responda a la pregunta esencial de por qué deben los medios preocuparse por la calidad de la vida pública. Una carencia que Álvarez analiza en su libro *Comunicación, democracia y ciudadanía. Fundamentos teóricos del Public Journalism*. A partir de Sandel, Taylor y MacIntyre, sostiene Álvarez (2000) que si el hombre es quien es por los vínculos que establece con otros, el imperativo ético que lleva a los medios a favorecer la participación en la vida pública debe basarse en una concepción de los miembros del público como prójimos más que como ciudadanos. El imperativo antropológico de la comunicación mediática, concebida como un juego social cooperativo, será el cuidado por la alteridad. La comunicación, más que una técnica eficaz, debe ser considerada un saber práctico destinado a la comunidad. Y si la información es un bien simbólico, su consumo no es igual que el consumo de cualquier otro producto. La información es un producto que sirve para pensar, su objetivo es

---

<sup>38</sup> Merrill, J.C. (1996). "Non-negotiable principles and categorical claims: communitarianism's vague rethorical war against enlightenment liberalism". En Black, J. (ed.). *Mixed News. The Public/Civic/Communitarian Journalism Debate*. Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale (NJ), pp. 64-79.

proporcionar sentido. Los medios de comunicación, dice Álvarez siguiendo a García Noblejas (1997), proponen mundos posibles, diferentes unos de otros, cercanos a la realidad unos y falsos otros, pero todos, provisionales y susceptibles de ser perfeccionados, contruidos desde la libertad. La validez de esos mundos ofrecidos por los medios (interpretación y sentido) dependerá de su capacidad para sumarse a ese proyecto de gran comunidad de la que hablaba Dewey.

A pesar de las críticas, las recetas aplicadas por el Periodismo Cívico desde la década de los 90 del pasado siglo son retomadas en los últimos años por diferentes medios que intentan frenar el declive del periodismo tradicional. Con el prioritario objetivo de recuperar el interés del público se buscan fórmulas periodísticas que acerquen a la gente con un tratamiento local de los asuntos que verdaderamente interesan al ciudadano.

Las iniciativas más novedosas que se están poniendo en marcha en el mundo de la comunicación surgen de la misma preocupación que el Periodismo Cívico: cómo volver a ser útiles al individuo en su papel de ciudadano. Al repaso de estas innovaciones periodísticas relacionadas con la necesidad de revitalizar el debate público dedicaremos los próximos epígrafes.

### **3.5.3. Periodismo participativo, conversación horizontal**

El Periodismo Cívico tenía como principal objetivo estimular la participación del ciudadano en la vida de su comunidad y alentar su compromiso con las diferentes formas de intervención en la vida democrática. Para ello se le abrían las puertas de las redacciones para que interviniera en los debates sobre los asuntos de su interés y para que colaborara en la elección de los temas y problemas sociales que merecían ser investigados y analizados.

Con la llegada de las nuevas tecnologías, ahora es el ciudadano quien irrumpe con fuerza en el espacio público y ya no necesita del mediador periodístico para hacerse oír. El Periodismo Participativo, también llamado 'open-source journalism', 'personal media' o 'grassroots reporting' (Lasica, 2003), surge como reacción a la irrupción de los ciudadanos en los debates de la vida democrática y es aquella forma de periodismo que tiene como principal objetivo alentar al propio periodismo a recuperar su compromiso con la democracia.

Se puede decir que lo que ha cambiado es la dirección del impulso democratizador. Si el Periodismo Cívico pedía al ciudadano más participación e implicación en la vida pública, ahora es el ciudadano quien reclama al periodismo que abra sus puertas y democratice los debates y la información. El ciudadano recuerda al periodismo que es un elemento integral del sistema de la vida pública y el papel que desempeña le impone a su vez una obligación. El desafío ciudadano supone, con esa reorientación de las demandas de más democracia, un nuevo capítulo en esa línea de renovación filosófica del periodismo iniciada por el Periodismo Cívico. “La irrupción del Periodismo Cívico enlaza pocos años después de sus inicios con el desarrollo popular de Internet a través de la *World Wide Web* y las profundas transformaciones que ello supone para la información periodística. Paradójicamente, las mismas tecnologías digitales que han contribuido de manera tan significativa a la configuración de un escenario comunicacional tan concentrado y mercantilizado han sido también las que han favorecido el desarrollo de nuevos formatos y soportes que, entre muchas otras cualidades, brindan diferentes oportunidades para la incorporación de las inquietudes de los ciudadanos en los discursos dominantes de los medios mediante su participación directa en la producción informativa” (García de Madariaga, 2006).

El Periodismo Participativo parte de una redefinición de las relaciones entre medios y audiencia. Su punto de partida hay que buscarlo en la pérdida de la hegemonía por parte de los periodistas en su función de ‘gatekeeper’. De ahí surgirá una nueva estrategia informativa basada en contenidos creados por la propia audiencia y, por lo tanto, con una agenda temática consagrada a los asuntos más próximos a los ciudadanos. Con este nuevo concepto periodístico, una estrecha colaboración entre reporteros-ciudadanos y periodistas, aumenta la intervención del público en la construcción del sentido desde los medios. Si el periodismo es una conversación hay que aprender a escuchar y respetar a los interlocutores. El fomento del diálogo es un aspecto que tienen en común el Periodismo Cívico y el Participativo. Pero mientras que en el primero el medio mantiene el control de la conversación, en el segundo el periodista pierde protagonismo. Si en el periodismo tradicional el público se limitaba a leer y con el Periodismo Cívico se abría la posibilidad del diálogo, el periodismo participativo se identifica con un modelo de seminario más que con una conversación (Gillmor,

2005). Es el resultado de muchas conversaciones, surgidas desde la base en lugar de estar supervisadas desde la cúpula de los medios. La comunicación pública se plantea de forma horizontal, de los ciudadanos para los ciudadanos. Al Periodismo Cívico se le reprochó que aunque fue beneficioso para la comunidad al promover debates sobre grandes temas de interés general, sin embargo, no se interesó lo suficiente en las necesidades cotidianas de la gente, que todavía tenía que aceptar la mediación de los profesionales de los medios. El desarrollo de internet hace posible una mayor participación del ciudadano.

Bowman y Willis (2005: 9) dan la siguiente definición de Periodismo Participativo: “Es el acto de un ciudadano o grupo de ciudadanos que juegan un papel activo en el proceso de coleccionar, reportar, analizar y diseminar información. La intención de esta participación es suministrar la información independiente, confiable, exacta, de amplio rango y relevante que una democracia requiere”.

Si el Periodismo Cívico era una nueva mentalidad que surgía desde los propios medios tradicionales, el periodismo participativo es creado desde fuera, desde las comunidades sociales de Internet, al margen de las estructuras comerciales de la prensa convencional. “Mis lectores saben más que yo”, dice David Gillmor (2005), uno de los precursores del Periodismo Participativo, para enfatizar la idea de que la prensa ya no puede dejar de tener en cuenta al lector, que cobra un protagonismo en esa conversación pública que no debe verse como una amenaza sino como una oportunidad de mejorar el periodismo. Porque los medios participativos no sustituyen a los medios tradicionales, aunque sí les obligan a cambiar. En este sentido, a comienzos de 2005 el diario *The New York Times* elaboró un decálogo de recomendaciones para sus periodistas destinado a “mejorar la credibilidad de cara a los lectores”. Entre las recomendaciones figura un aumento de la relación con el público aprovechando los avances tecnológicos: “Hacer a los reporteros y editores más accesibles a través del correo electrónico”, “usar la página web para que los lectores puedan acceder a los documentos íntegros usados para las historias así como las transcripciones de las entrevistas”

y “considerar la opción de crear un blog que promueva la interacción con los lectores”<sup>39</sup>.

Finalmente, el Periodismo Ciudadano se puede considerar un planteamiento extremo del Periodismo Participativo o quizá su consecuencia más amenazadora para la supervivencia del periodismo tradicional. Parte del debate sobre qué es el periodismo y quiénes pueden llamarse legítimamente periodistas. Las posibilidades de interacción que ofrece internet convierten a los ciudadanos en productores de mensajes informativos, de modo que las nuevas formas de implicación de los lectores en las tareas periodísticas superan las antiguas modalidades de participación.

El weblog es el mejor ejemplo de esta democratización de la publicación en línea. Millones de mensajes con contenidos de actualidad (reflexiones, comentarios, noticias, etc) son difundidos diariamente por la red digital desde páginas personales. Estas incursiones no profesionales en el periodismo pueden ser vistas como un ataque directo contra los medios convencionales y contra los periodistas porque suplantán las funciones que tradicionalmente eran competencia de estos: difundir noticias, comentarlas y editarlas. Mientras que el Periodismo Participativo buscaba fórmulas para integrar estas aportaciones ciudadanas al quehacer de los medios, por ejemplo a través de las páginas digitales de los periódicos, el Periodismo Ciudadano se plantea la incógnita de si ya no serán necesarios los periodistas. Koldobika Meso advierte del riesgo que corre el periodista de ser apartado de su quehacer tradicional: “Hay que ser conscientes de que es algo innovador, pero también es algo peligroso el hecho de que los lectores se conviertan en periodistas por un día (...) Los cambios tecnológicos presagian profundas transformaciones en un futuro no muy lejano” (Meso, 2005).

Según Steve Outing, citado por Francis Pisani (2005), lo más novedoso es la emergencia de los “ciudadanos reporteros” que disponen de la tecnología suficiente para grabar, registrar y difundir, y que competirán con los periodistas

---

<sup>39</sup> <http://www.elmundo.es/elmundo/2005/05/10/comunicacion/1115717816.html>

con los relatos de sus experiencias cotidianas, sus testimonios directos de acontecimientos y sus comentarios y reflexiones sobre los temas que interesan al ciudadano.

El pionero de este nuevo periodismo fue el diario digital surcoreano *OhMyNews*, donde los lectores no sólo seleccionan las noticias que quieren leer sino que también las escriben. Fue lanzado el 22 de febrero de 2000 por su fundador y director, Oh Yeon Ho, que, con la filosofía de que “cada ciudadano es reportero”, se mostraba convencido de que le estaban diciendo adiós al periodismo del siglo XX para crear el del siglo XXI<sup>40</sup>.

Enfocar la información “hacia las cuestiones que tienen verdadera importancia para las vidas de los ciudadanos” era también el objetivo de Ken Takeuchi cuando creó el primer diario online alternativo de Japón. Y centrarse en lo más local es también lo que persiguen novedosos proyectos periodísticos como *BeniciaNews* (California), *FultonDailyNews* (Nueva Cork) o *New Tecumseth Free Press Online* (Canadá), según un análisis de tendencias elaborado por *Mediabriefing* en 2003. Todas estas iniciativas cuentan con los foros de Internet como una herramienta indispensable para recoger la voz de los ciudadanos, que exponen “cuestiones locales aparentemente insignificantes pero periodísticamente ricas y valiosas”, en palabras de Ed Schlenker, editor de *GetLocalNews*, recogidas por *Mediabriefing*.

Estas iniciativas periodísticas tienen para la idea del periodismo como foro público importantísimas implicaciones éticas, filosóficas y prácticas que serán analizadas en el siguiente capítulo.

---

<sup>40</sup> Conferencia en el I Congreso Internacional de Nuevo Periodismo celebrado en Valencia en octubre de 2006.

## CAPÍTULO 4. EL DESAFÍO DEL CIUDADANO EN EL DEBATE PERIODÍSTICO

*“Tenemos mucha prisa en construir un telégrafo magnético entre Maine y Texas; aunque puede darse que Maine y Texas no tengan nada que comunicarse.” [Henry David Thoreau]*

### INTRODUCCIÓN

La principal consecuencia que ha traído internet al mundo de los medios de comunicación es la formación de un poderoso sistema de feedback o de interactividad informativa. El periodismo ha perdido el monopolio de la entrega de las noticias y el público dispone de herramientas tecnológicas para producir información e intervenir en todo el proceso informativo. La revolución tecnológica, que ha cambiado la estructura del tejido social, los contenidos culturales y las formas de transmisión, obliga a repensar el paradigma en la ciencia de la comunicación, pues el clásico modelo unidireccional formulado por Laswell en 1948<sup>41</sup> se ha quedado insuficiente. Ni el conocimiento ni la comunicación pueden entenderse ya con un carácter lineal sino como una gran red de relaciones infinitas en cuyo centro está el mensaje (Casals Carro, 2005).

El nuevo poder del público es el factor más renovador del contexto periodístico. El público interviene en la elaboración de la agenda mediática a través de los medios sociales, entre los que el blog es el más importante. La relación con un público más activo es uno de los grandes desafíos del periodismo. Así lo entendió la revista *Time* cuando, al elegir al lector como ‘Persona del Año 2006’, colocó un espejo en su portada con la palabra ‘You’<sup>42</sup>. Esta decisión se puede interpretar como la aceptación del desafío por parte del periodismo y de los medios de comunicación tradicionales, a la vez que como un rasgo del nuevo

---

<sup>41</sup> Laswell, H. (1948). “The structure and function of communication in society”. En Bryson, L. (comp.). *The communication of ideas*. Harper and Brothers. New York.

<sup>42</sup> Pardo, P. “Tú, Personaje del Año para Time”. *El Mundo*, lunes 18 de diciembre de 2006, p.53.

individualismo que insta la posmodernidad y que, a mi juicio, tan certeramente diagnostica Lipovetsky, como se vio en el capítulo 3. El semanario basa su elección en el enorme crecimiento e influencia de los contenidos 'on line' generados por los usuarios, que con ello están transformando la era de la información y obligando al periodismo a renovarse y abrirse al ciudadano<sup>43</sup>.

El potencial comunicativo de internet reúne una serie de características que lo convierten en dinamizador del periodismo y de la esfera pública, y que se pueden resumir en su interacción, pluralidad y conexión con la ciudadanía. De ahí que a menudo se vea a la red como una puerta a un deseado nuevo espacio de autonomía, un renovado ecosistema comunicativo que puede enriquecer el periodismo y democratizar el debate público.

En este capítulo se reflexiona sobre la influencia de internet en la evolución del espacio público creado por el periodismo. Analizo el desafío que supone esta nueva forma de comunicación para el periodismo en su responsabilidad democrática de impulsar debates que ayuden a clarificar los problemas de la actualidad. Mi hipótesis es que la red puede reforzar una esfera pública libre de interferencias que acoja una opinión pública crítica y que será clave para el buen funcionamiento de una democracia deliberativa. Como hipótesis sostengo que internet facilita la intervención del ciudadano en la vida pública y, al facilitar el acceso al espacio público, democratiza el debate, lo que permite un acercamiento al ideal de una opinión pública formada con la participación de todos los ciudadanos. Defiendo, pues, que en este contexto la democracia deliberativa cumple mejor el ideal democrático que la sola democracia representativa. En relación con la responsabilidad de la prensa de acoger el debate intelectual que toda sociedad democrática necesita, internet ofrece al periodismo una conexión con ese mundo de la vida cotidiana independiente del poder económico y político que reclama Habermas como esencia del espacio público. Su importancia se basa en la capacidad para extender las fronteras de la realidad mediática y enriquecer

---

<sup>43</sup> Edición de *Time* del 13 de diciembre de 2006. Versión en línea consultada en enero de 2007: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.html>

el debate sobre lo que interesa al ciudadano desde perspectivas individuales y no elitistas.

Tras examinar la cuestión de las relaciones entre internet y el espacio público generado por los medios de comunicación, centraré mi reflexión en la influencia (sus beneficios y sus riesgos) de los nuevos medios en el periodismo desde la vertiente de su función de crear foros de discusión y, finalmente, en el papel que desempeña en ese nuevo universo mediático el periodista una vez que los ciudadanos han irrumpido en el escenario mediático como actores decisivos a quienes ya no se puede dar la espalda.

Este análisis pondrá el énfasis en la forma en que el periodista responde al desafío del aumento de la participación de los ciudadanos gracias a las nuevas tecnologías. A partir de la función del periodismo de crear foros de debate y de su responsabilidad en la tarea de conectar al ciudadano con los gobernantes, las nuevas formas de comunicación en el espacio digital, principalmente los blogs, ofrecen la posibilidad de aumentar y mejorar la participación en los debates creando un nuevo contexto comunicativo que obliga a repensar el papel que le corresponde al periodista. Desde una perspectiva normativa, mi hipótesis apunta a que la explosión de interpretaciones individuales que supone internet hace más necesaria que nunca la figura del periodista como mediador que jerarquice las diferentes opiniones y ayude al ciudadano en la difícil tarea de convertir la información en conocimiento, lo que, en la línea de la hipótesis general de mi reflexión, supone un impulso a la vertiente intelectual del periodismo.

#### 4.1. REVITALIZACIÓN DE UN ESPACIO PÚBLICO EN CRISIS

##### 4.1.1. La despolitización del público

En los capítulos 2 y 3 he analizado la crisis del ideal de esfera pública racional que comienza en el siglo XIX y alcanza su apogeo a lo largo del siglo XX. Se apuntó que la causa de la crisis era el deficiente funcionamiento de la opinión pública, sobre todo por la falta de acceso universal y por su irracionalidad y mediocridad. Por un lado, como advirtieron Tocqueville y Mill, las voces discrepantes tienden a quedar aisladas por la fuerza de las mayorías. Por otro lado, la influencia del Estado y las relaciones públicas junto a la mercantilización

de las empresas periodísticas convierten la comunicación en un producto para el consumo o para la propaganda (De Fleur y Ball-Rockeach, 1993). A la vez que aumenta el peso de la opinión pública, paradójicamente, su escasa apertura y racionalidad ha provocado que el ciudadano se aleje cada vez más de la vida pública. El ideal de la opinión ilustrada formada con el debate libre y racional se percibe en la realidad como un simple choque de opiniones poco argumentadas debido sobre todo a la escasa formación cultural de un público masivo y atomizado. El divorcio entre opinión y razón se convierte, según Ferry (1995), en el principal criterio para la crítica de la democracia parlamentaria al considerarse una irresponsabilidad dar el poder a una masa incapaz de actuar racionalmente. Desde el desencanto de la política se denuncia como una ficción el ideal de la democracia y se acepta como inevitable la irracionalidad del espacio público. El resultado será la despolitización del público, el desinterés por la política y el vaciamiento de contenido del concepto de ciudadanía.

El ideal ilustrado de opinión pública discursiva, entendido como un proceso libre y abierto en el que el público es un colectivo de individuos que deliberan entre sí, degenera a lo largo del siglo XX en una opinión agregada, construida sólo con votaciones y sondeos, donde lo que importa es el resultado (la mayoría) y no la argumentación de las diferentes posiciones (Sampedro, 2000). La opinión pública se configura en las esferas de poder, al margen de los ciudadanos, cuya capacidad de decisión queda reducida al respaldo de unas opiniones u otras o a la elección de unos medios u otros, que son los que tienen el poder para dar visibilidad a determinados asuntos y para ignorar otros.

Una de las consecuencias de lo anterior es que aunque promover la participación política es una de las funciones de los medios de comunicación, a menudo estos han provocado el efecto contrario: la narcotización del público (Moragas, 1982). La despreocupación por el público ha sido uno de los efectos de un sistema mediático que no ha fomentado el debate y la búsqueda solidaria de soluciones a los problemas compartidos (Sánchez Noriega, 1997). La disfunción narcotizante consistiría en "la posibilidad de que este vasto aprovisionamiento de comunicación no suscite sino una preocupación superficial sobre los problemas

de la sociedad, y de que tras esta superficialidad se oculte con frecuencia una apatía de masas” (Lazarsfeld y Merton, 1977<sup>44</sup>). Un problema al que no es ajena la élite periodística, conformista con las premisas del sistema establecido, que ha excluido de la realidad mediática los problemas de las minorías y ha tratado al ciudadano como un consumidor y no como un cooperador. Incluso el progresivo aumento de la cantidad de información disponible no ha funcionado como un revulsivo para la participación ciudadana porque la tendencia general del periodismo ha sido fragmentar y aligerar sus contenidos dificultando el acceso a un auténtico conocimiento. Son numerosos los autores que, desde esta perspectiva crítica, han analizado con pesimismo la posibilidad de una auténtica deliberación racional en una democracia dominada por unos medios rendidos a la lógica mercantil (Sartori, 1998; Postman, 2001) y controlados por una elite de poder que ha dado la espalda al público. Según la visión más negativa del estado de la comunicación en el mundo en la era de los medios de masas, “nunca tantos han sido tan incomunicados por tan pocos” (Galeano, citado en Ramonet, 1998: 216). Sólo una élite ajerce el derecho (o más bien privilegio) de expresarse, mientras el ciudadano aparece mudo y sometido a la dictadura del pensamiento único impuesto desde las esferas de poder.

#### **4.1.2. La irrupción del ciudadano en el debate periodístico**

En las últimas décadas del siglo XX la tecnología abre nuevos ámbitos en la vida social que transforman el espacio público dando al ciudadano más capacidad de participación en los debates de los medios de comunicación. La oportunidad que da internet a la comunicación horizontal entre ciudadanos ha sido ampliamente estudiada desde los años 90. Algunos de esos estudios han señalado que en el proceso de redefinición del espacio público impulsado por las

---

<sup>44</sup> Lazarsfeld, P. F. & Merton, R. K. (1977). “Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada”. En MURARO, H. (comp.). *La comunicación de masas*. Centro Editor de América Latina. Buenos Aires. [http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lazarsfeld\\_merton.pdf](http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lazarsfeld_merton.pdf) [consultado en enero de 2007]

nuevas tecnologías destaca un aspecto positivo: el ascenso del público, al menos en el sentido de que la mejora de la información, en cantidad y calidad, da más poder y autonomía al ciudadano (Terceiro, 1996). Los ciudadanos forman sus propias constelaciones políticas e ideológicas al margen de las estructuras políticas establecidas, sorteando el control de los medios. Internet puede contribuir a aumentar la autonomía de los ciudadanos para organizarse y movilizarse en torno a asuntos que son de su interés pero que son ignorados por el sistema institucional (Castells, 2003). Se produce una redistribución del poder de la información, que deja de estar concentrado en las empresas mediáticas para difundirse en redes globales cuyos protagonistas son los individuos y los movimientos sociales. El espacio físico se diluye y la estructura social se organiza alrededor de flujos de mensajes (Castells, 2001). Al espacio político territorializado propio de la modernidad se agrega la sociedad red (Cairo, 2002). La hegemonía de la vida pública demarcada por espacios físicos y medios de comunicación cede ante una multiplicidad de espacios de comunicación en red que fragmentan “lo que antes parecía una esfera pública única espacialmente integrada” (García Jiménez, 2007: 103). Ambos espacios coexisten. Los medios y otros servicios actúan interconectados como nodos formando una red en la que se genera información y donde cada módulo tiene un nivel diferente de influencia (Terceiro y Matías, 2001).

El cambio al que ahora debe hacer frente el periodismo es esa irrupción del ciudadano en la escena mediática provocada principalmente por una expansión de medios de comunicación sin precedentes en un nuevo ecosistema caracterizado por la omnipresencia, accesibilidad y facilidad de uso de internet. Esta creciente importancia del público en el sistema periodístico ha sido estudiada a fondo por Bowman y Willis (2003) y Gillmor (2004), autores que coinciden en que los usuarios son nuevos actores de la sociedad de la información.

Castells (2001) prefiere hablar de informacionalismo para definir el nuevo modo de desarrollo que reestructura el modo capitalista a finales del siglo XX y que contribuye al surgimiento de una nueva estructura social. La sociedad informacional quiere decir no sólo que la información tiene un papel central en la sociedad sino que se refiere a una forma específica de organización social en la que el procesamiento de información es fuente fundamental de productividad y poder debido a las nuevas condiciones tecnológicas (Castells, 2001).

Según este autor, estamos en un momento histórico en el que un nuevo paradigma tecnológico está transformando nuestra cultura y cuya revolución afecta a las tecnologías del procesamiento de la información y de la comunicación (Castells, 2001; Negroponte, 1995). Esta revolución tecnológica incide en la forma de aplicar el conocimiento y la información a aparatos de procesamiento de información; es decir, las nuevas tecnologías no son sólo herramientas sino procesos, lo que convierte a los usuarios en creadores (Castells, 2001: 62).

Internet, el sistema de publicación más grande jamás conocido, crece día a día en un proceso emergente, de las bases hacia arriba, con libre colaboración, desarrollando interacciones sociales sin planificación centralizada ni regulación gubernamental. Amplía las redes sociales de los individuos al facilitar la conexión entre personas con intereses comunes y al derribar las barreras económicas y culturales del diálogo público, lo que contribuye a aumentar la pluralidad de voces destinadas a la generación de interpretaciones de la realidad. En este sentido, la tecnología digital es un paso más en la disminución del control de la opinión pública. Ha propiciado una explosión de medios participativos y, al involucrar al público en el flujo informativo, modifica las diferentes formas de relación social que tienen que ver con el periodismo (Bowman y Willis, 2003). En definitiva, internet está colocando al ciudadano en el centro de la escena mediática.

Lo más revolucionario de internet, a decir de Graham (2001: 46), es su capacidad para cubrir las necesidades humanas y para aumentar el poder de elección. A diferencia del carácter pasivo de la televisión, que aumentó el poder de quien ya lo tenía, el carácter interactivo de internet ofrece a los ciudadanos la posibilidad de ejercer influencia en los acontecimientos políticos y sociales, lo que se traduce en un incremento de su autonomía, con el factor añadido de que su ámbito de acción traspasa las fronteras y escapa al control de los estados nacionales. "La integración potencial de texto, imagen y sonido en el mismo sistema, interactuando desde puntos múltiples, en un tiempo elegido (real o demorado) a lo largo de una red global, con un acceso abierto y asequible, cambia de forma fundamental el carácter de la comunicación" (Castells, 2001: 400).

La fuerza social de esta nueva tecnología ha llevado a los investigadores a hablar de la imprenta del siglo XXI y del surgimiento de un nuevo poder ciudadano capaz de desafiar al poder establecido y revolucionar las formas

tradicionales de la comunicación. La información se socializa desde el momento en que se encuentran nuevos modos de participación ciudadana y la voz del ciudadano descubre en las nuevas tecnologías canales para participar activamente en la configuración de la opinión pública. El ciudadano gana influencia al disponer de medios que le permiten unir su voz a redes sociales con presencia en el espacio público. De hecho, la red está creando una nueva forma de activismo ciudadano con nuevos instrumentos de información, opinión y movilización social a partir de iniciativas difundidas en Internet fuera del control de los partidos políticos y las grandes empresas de comunicación. La interactividad y la facilidad de acceso a la información por parte del público son dos destacadas características de un nuevo contexto periodístico en el que tanto la fuente como el usuario cobran protagonismo.

La principal ventaja de internet es que se desarrolla en la sociedad civil y está al alcance de cualquier persona, lo que le da una energía poderosa para reflejar las inquietudes verdaderas de los ciudadanos. La fuerza de herramientas como el weblog reside en su independencia del poder económico y político ya que surge de iniciativas individuales. Mientras que su importancia dentro del espacio público dependerá de su pluralidad y visibilidad: su capacidad para reforzar, diversificar y enriquecer la fabricación simbólica de la vida diaria. “Los discursos alternativos de la blogosfera consiguen penetrar en la agenda de los medios e incluso intervenir en la orientación de determinados debates políticos y sociales” (García de Madariaga, 2006). No cabe duda de que la proliferación de blogs aumenta el número de personas que participan en el debate sobre los contenidos mediáticos y expande la interpretación que se hace de ellos.

Internet modela así el espacio público al reforzar el peso del público, aumentar el número de participantes, multiplicar los puntos de vista y favorecer el intercambio crítico de comentarios. Por ello una de las consecuencias positivas de la popularización de herramientas de comunicación como el blog es el impulso que recibe la implicación de los individuos en el proceso de construcción del sentido de la realidad. Internet facilita la participación de los ciudadanos en la discusión pública y da voz a aquellos sectores minoritarios de la población que estaban excluidos del debate.

Las nuevas tecnologías crean un nuevo escenario técnico que facilita el flujo de información y contenido simbólico. Su valor es que ayuda a poner en

circulación nuestras interpretaciones del mundo. Si en la era de la información el poder simbólico de los medios de comunicación, la capacidad de influir en la opinión pública, es la principal fuente de poder, con la reordenación de los roles de los diferentes actores del espacio público, los ciudadanos tienen la posibilidad de cobrar más protagonismo dentro del modelo interactivo al que nos acercan las nuevas tecnologías.

En resumen, la rebelión de la audiencia se manifiesta en cuatro aspectos: control, creación, cooperación y distribución-universalización. Con internet, el ciudadano crea un cadena de ideas formando un “ecosistema propio de información donde el intercambio es creativo y acaba produciendo un mayor conocimiento” (Varela, 2005: 138). En el nuevo escenario comunicativo la saturación, simultaneidad y sustitución de medios causan una pérdida de influencia de los medios tradicionales, una personalización de los medios y sus contenidos y un aumento de la influencia de la comunicación personal. En este contexto superador de la comunicación de masas el periodismo entra en una nueva etapa.

#### **4.1.3. Desmasificación y posperiodismo**

Las nuevas tecnologías tienen un efecto desmasificador potenciado por la posibilidad de ofrecer información a la carta, por el papel de productores que pueden asumir los consumidores, por el fraccionamiento de las audiencias y por la conversión de los públicos en actores comunicadores al margen de los medios industrializados, con intereses diferentes a los periodísticos, etc. El nuevo contexto digital contribuye a que los medios dejen de ver al público como una masa para tratarlo como un grupo disperso con capacidad de participación en el proceso comunicativo. La abundancia de información y las nuevas posibilidades que ofrece la tecnología individualizan al público y lo fragmentan. Los nuevos medios segmentan y diversifican la audiencia, que ya sólo es masiva por su número pero no por la simultaneidad y la uniformidad del mensaje que recibe. La multiplicidad de fuentes y mensajes constituye un público heterogéneo, selectivo y segmentado, con una mejora de la relación individual emisor-receptor. En el periodismo digital, el público ya no es pasivo sino que busca información y su interés particular tiene mayor influencia en el proceso de selección de las noticias. La información pierde parte de su carácter unidireccional para integrarse en un

circuito que pasa por los diferentes grupos sociales y por receptores que a su vez pueden emitir mensajes, de modo que queda crecientemente en manos de los usuarios con ámbitos alternativos a los medios institucionalizados (Lozano Bartolozzi, 2006; Alonso y Martínez, 2003).

Se abre una nueva etapa en la evolución de la prensa, que Lozano Bartolozzi ha llamado *posperiodismo*, provocada por la “irrupción de un número prácticamente inconmensurable de actores comunicativos conectados gracias a una estructura red, que pueden remitirse mensajes no periodísticos, pero sí informativos” (Lozano Bartolozzi, 2006: 73). Según este autor, toda la sociedad es un ecosistema informativo inserto en un nuevo panorama mediático caracterizado por la convergencia de medios industriales y medios autónomos sin vinculaciones con el mercado, lo que introduce cambios en el proceso comunicativo (tanto en la elaboración de los mensajes como en la formación de la agenda pública): los medios convencionales pierden su anterior hegemonía como ejes de la información y como escenario del diálogo social y ahora tienen que competir o complementarse con las intervenciones de actores que, conectados en red, emiten mensajes informativos, aunque no necesariamente periodísticos. Esa convergencia da al ecosistema informativo una estructura más heterogénea, polifónica, desintegrada, desequilibrada, desjerarquizada y desorganizada (Lozano Bartolozzi, 2006). El poder de influencia se diluye. Los medios tradicionales se ven obligados a compartir con nuevos actores sociales el protagonismo en la función de generación de opinión pública.

Ante el potencial de los discursos ciudadanos expandidos desde la red, como nuevo factor configurador de opinión pública, los medios ven amenazada su hegemonía como porteros de las noticias. “Ya no pueden actuar como gatekeepers privilegiados de la información, sino que tienen que asumir que los ciudadanos disponen de medios con los que acceder a las fuentes y participar en los procesos de comunicación” (Lara, 2004). Disminuye el poder de las instituciones para controlar la agenda mediática. La capacidad de ejercer influencia se extiende con fenómenos comunicativos como el periodismo participativo, concebido como el resultado de “muchas conversaciones simultáneas y distribuidas que florecen o se atrofian rápidamente en la red social de la web” en un proceso de abajo hacia arriba en el cual “poca o ninguna supervisión editorial u organización formal del trabajo periodístico determina las

decisiones” y “el acto de un ciudadano o de un grupo de ciudadanos, al desempeñar un papel en el proceso de recolectar, reportar, analizar y diseminar noticias e información rivaliza con las instituciones editoriales y con los periodistas que trabajan para ellas” (Peskin y Nachison, 2006).

La capacidad que tiene ahora el individuo para ver, oír y juzgar a los políticos de forma simultánea e instantánea convierte al público en un nuevo actor con peso en el espacio público, ya no solo a través de su poder como número o por su capacidad de movilización sino con el valor de sus intervenciones individuales.

#### **4.1.4. El nuevo espacio público**

La liberalización del intercambio de informaciones y opiniones, con el consiguiente enriquecimiento del debate, y una cierta autonomía para actuar al margen de la dinámica establecida por la agenda política y mediática del momento, son algunas características señaladas en las investigaciones sobre el espacio público de internet (Pérez Martínez, 2006).

Frente al escenario de la sociedad de masas, donde el público tenía una posición marginal en los procesos de discusión y toma de decisiones políticas, internet ha creado nuevos lugares públicos en donde el ciudadano puede actuar en los asuntos de interés común con opiniones, comentarios, noticias, ideas, o con cualquier otro tipo de acciones. Un nuevo espacio que por sus características novedosas reúne un potencial transformador de todas las formas de comunicación pública. Las claves del nuevo escenario son el protagonismo del público y la posibilidad de crear espacios alternativos de acción política entre los ciudadanos, aspectos ambos que introducen importantes modificaciones en el debate político desarrollado en los medios y en la participación de los ciudadanos en ese debate.

Según la terminología de Habermas, la promesa democratizadora de internet se centra en la posibilidad de crear ámbitos de discusión no formalizados, fuera del espacio público institucional, protagonizados por el ciudadano y en la que se desarrolle una acción comunicativa orientada a la búsqueda de consensos para la toma de decisiones políticas sobre temas de interés colectivo. Algunos autores ven en la nueva realidad tecnológica no sólo un nuevo ecosistema

mediático sino incluso un cambio de paradigma que afecta a la configuración de la esfera pública. Así lo explican Boix Palop y López García en esta larga cita: “Las facilidades de acceso a la información por parte del público, la multiplicación de fuentes informativas, (...) el hecho de que la creación y desarrollo de medios de comunicación social ya no tenga por qué implicar, necesariamente, una inversión económica considerable, y sobre todo no tenga por qué configurarse siguiendo los criterios periodísticos y empresariales propios de los grandes medios tradicionales, permiten atisbar un escenario singularmente diferenciado del anterior, en el que es el público, además, el que experimenta una evolución más significativa” (Boix y López, 2005: 88).

Entre las peculiaridades de este nuevo espacio público destaca que el flujo discursivo que alimenta la opinión pública es más plural y multidireccional, con variados emisores de información y participantes en el debate; descentralizado, con escenarios públicos periféricos en los que los ciudadanos, convertidos en público activo organizado en redes sociales, ya pueden elaborar sus propios mensajes, interactuar entre ellos y desafiar al poder (Rheingold, 2004).

“Los grandes medios todavía tienen la exclusiva de una gran cantidad de información, pero cada vez son más los organismos, instituciones y el propio público el que se lanza a reportear y distribuir noticias y contenidos informativos y de opinión” (Varela, 2006). La capacidad de los lectores de crear contenidos a través de las herramientas digitales cambia la forma de procesar y consumir la información y, por lo tanto, está empujando al periodismo hacia una nueva etapa, tanto en sus modelos de negocio como en su función social. Esta nueva etapa se caracteriza por la saturación de información, el reparto del poder de informar entre distintos actores sociales y un proceso comunicativo descentralizado. Algunos autores hablan de un nuevo paradigma comunicativo (Varela, 2006) en el que la comunicación deja de descender de las élites a la masa para fluir en un sistema de redes en el que muchos comunican a muchos de forma más personalizada. La capacidad del público de interactuar con los medios y con las fuentes y de producir contenidos cambia todo el proceso de la información.

Internet se presenta así como un instrumento idóneo para hacer frente a los tres peligros de la comunicación pública que identifica Wolton (2006: 102) y que se señalan como características de la crisis del espacio público: el repliegue de los medios sobre sí mismos, entre el circo mediático y el control de las élites; la tiranía

de las encuestas, como un pseudoconocimiento de la opinión del público, y el estrechamiento de la comunicación política reducida a la relación entre políticos, periodistas y sondeos, con exclusión de temas minoritarios y de interés para la ciudadanía.

#### **4.1.5. Un debate público más democrático**

Las nuevas tecnologías reavivan viejos temas de la teoría de la democracia, que no ha dejado de preguntarse sobre la participación del ciudadano en la toma de decisiones en el marco de la democracia representativa.

El ciudadano como sujeto político es un potencial beneficiario de las posibilidades comunicativas de la red, que abre nuevas vías de participación en la política. La introducción de nuevas tecnologías en el campo de la comunicación y de la información provoca cambios en el universo político, que no en vano está basado en la comunicación. El uso de internet plantea nuevos modos de concebir la política y participar en ella: se multiplican las formas de debate y la balanza de poder se altera en favor del ciudadano.

Han sido numerosos los autores que han destacado el carácter democratizador de las nuevas tecnologías: Toffler (1982) ve en el horizonte una sociedad más sana, razonable, decente y democrática. Naisbitt (1983) destaca la nueva capacidad de actuar de abajo arriba, abandonando las dependencias jerárquicas en favor de redes informales, en una sociedad de opciones múltiples. Levy (1995) habla de un ágora virtual que acogerá una inteligencia colectiva. Para los autores más optimistas, internet nos acerca al ideal democrático: libertad individual, pluralismo, diversidad y comunidad. El patrón de comportamiento de los ciudadanos cambiará hacia la autorrealización a través del uso de la información y la participación en la toma de decisiones. Utilizando internet, una ciudadanía educada podrá por primera vez en la historia participar en la toma de decisiones políticas. La redistribución del poder y el mayor peso de las minorías completarían el eje de la renovación de la democracia en la nueva política del futuro.

Martín Cubas (2001: 50-51) ha analizado los argumentos a favor de una posible democratización de la vida pública gracias a internet y ha destacado los siguientes: facilidad para expresar preferencias políticas y, por lo tanto, para la

participación directa de los ciudadanos; intervención directa en tiempo real y sin interferencias en la toma de decisiones; acceso a más información y de forma más rápida, lo que puede contribuir a una mejora del nivel cultural de la ciudadanía; aumento de la pluralidad y la multidireccionalidad de la información al convertirse el ciudadano en un receptor-emisor; revitalización del debate político e ideológico con una mayor participación en la formación de la opinión pública.

Si, como hemos visto, una de las causas del alejamiento de la comunicación periodística de los intereses de los ciudadanos ha sido la comercialización de las industrias mediáticas, puesto que el mercado acaba por presentar como incompatibles la calidad y la lógica del beneficio, un espacio público más abierto y accesible puede fortalecer una vida pública menos controlada por el poder. El espacio público de internet constituye un nuevo foro donde se desarrollan nuevas formas de participación con grandes potencialidades para el libre desarrollo de la ciudadanía. Como señala García Agustín (2006), la proliferación de medios de comunicación alternativos, blogs y foros de discusión aporta fuentes de información alternativas, abre nuevas posibilidades para debatir y desarrolla la razón dialógica. En un estudio del espacio público político en internet a partir del concepto de 'enclave deliberativo' de Sustain, García Agustín (2006) concluye que además de la expansión de la información los medios digitales tienen un enorme potencial de socialización al incorporar un público participativo amplio, abrir los contextos de las discusiones y generar nuevos tipos de discursos con nuevos argumentos y perspectivas.

Thompson (1998) aporta su teoría de la visibilidad: hay que olvidar la idea de que el debate se celebra en un lugar común donde la gente está presente y superar la concepción de la propiedad pública en términos espaciales y dialógicos. Porque el desarrollo de los medios nos alejan de este modelo. El espacio público mediático ya no está localizado ni en el espacio ni en el tiempo. Vemos las acciones pero no compartimos un lugar común. El espacio público mediático es el espacio de lo visible, con múltiples formas simbólicas de un 'otro' plural y no presencial. El espacio público desde este enfoque es un espacio abierto con dimensiones globales y no localizado. Un espacio indeterminado, creativo e incontrolado, en un proceso imprevisible y vivo. La lucha por hacerse visibles es la característica central del proceso comunicativo actual.

Como aspectos innegablemente positivos para el debate democrático destacan el aumento del pluralismo y de la participación activa de un público organizado en redes sociales diversas surgidas de la sociedad civil. Hasta los autores más escépticos acerca de los efectos democratizadores de internet admiten que, aunque los ciudadanos que se impliquen en el debate público sigan siendo una minoría y pese a la capacidad de los poderes de absorber las nuevas vías de interacción social, la mecánica de la comunicación política cambiará por la presión, fuerte o débil, del nuevo poder de los ciudadanos. Con este punto de partida Dader ha reflexionado a partir de un modelo teórico realista, sin utopías ni pesimismo, sobre “la posibilidad de una ciberdemocracia” entendida como un “perfeccionamiento deseable y factible que (...) produzca realmente un nuevo estadio avanzado de las democracias liberales” (Dader, 1999).

Siguiendo a Rodota, y con Margolis como antecedente de la idea de que la renovación del espacio público pasa por la redistribución de la información<sup>45</sup>, Dader (1999, 2003) señala como primera condición para una auténtica mejora del debate público el paso de un modelo de comunicación vertical y de separación de los procesos de decisión, deliberación y votación a un modelo de acceso libre del

---

<sup>45</sup> Desde una posición prudente y crítica con las utopías del ciberespacio, y desde el convencimiento de que democracia equivale a deliberación, Rodota apunta, según explica Dader (2003), que la tecnología permite superar la participación intermitente del ciudadano en la democracia representativa para dar paso a una democracia continua, donde se escucha la voz de los ciudadanos, que participan en la vida política como un actor más. “El concepto de *democracia continua*, propuesto por Rodòta (1997) y en cierta medida anticipado como *viable democracy* por Margolis (1979), plantea, sin embargo, un cambio real de paradigma. Frente a la tradicional democracia delegada y con protagonismo casi exclusivo de las élites y las instituciones, el concepto de *democracia continua* apela a la superación de un sistema de comunicación *vertical* y una interacción política *intermitente* entre ciudadanos y élites políticas. Este otro tipo de democracia requeriría la ampliación de las hasta ahora escasas y encorsetadas vías de relación directa entre gobernados y gobernantes” (Dader, 2003). Las referencias son las siguientes: Margolis, M. (1979). *Viable Democracy*. Penguin, London; Rodota, S. (1997). *Tecnopolítica. La democrazia e le nuove tecnologia della comunicazione*, Roma, Laterza.

ciudadano a la información y de conexión entre ciudadanos y políticos con páginas de debate. Es decir, la tecnología permite a los ciudadanos criticar a los políticos e intervenir en la toma de decisiones. Este nuevo enlace entre el poder y los ciudadanos surgido en la red complementará la función mediadora que tradicionalmente tenían encomendada los medios de comunicación, pero que, como hemos visto, no cumplían de forma satisfactoria. Por lo tanto, en este sentido se puede decir que hay un ensanche del espacio público merced a lo que Rodota, en su modelo de democracia continua, plantea como aportación de internet: “un permanente y variado juego de tribunas, plataformas de diálogo o mesas de negociación transversal y múltiple” (Dader, 1999). Lo novedoso de esta intervención en el espacio público es que se abre a ciudadanos que no están organizados en grupos de presión o de élite (sindicatos, agrupaciones de consumidores, etc), que eran los que tradicionalmente ocupaban el espacio público con variadas manifestaciones, y que además pueden hacer oír su voz sin pasar por el peaje de la agenda selectiva de los medios de comunicación, un peaje que a menudo obligaba a los actores a sobreactuar y provocar conflictos artificiales para asegurarse su inclusión en la agenda mediática.

Así pues, internet ofrece ya las condiciones materiales para el aumento de la participación ciudadana en el debate público. Pero, como señala Dader, la clave sigue estando en el control del flujo de información. Si las élites son capaces de ocupar los nuevos canales comunicativos seguirán siendo ellas quienes fijen los temas del debate público. Por lo tanto, la segunda condición para el perfeccionamiento de la democracia es que se mantenga la pluralidad en la red. Según el análisis de Dader, sólo cuando la elaboración de la agenda temática que domina la vida pública deje de ser privilegio de los medios de comunicación y de la clase política, del poder político y económico, y pase a ser una tarea conjunta con intervención real de la ciudadanía, y no sólo de una minoría activa, podremos empezar a hablar de una vía auténtica de perfeccionamiento de la democracia y de mejora de la vida política. La tercera condición es la existencia de una cultura política que amplíe el número de ciudadanos activos e implicados en el debate y la crítica. Es decir, las tesis de la democratización gracias a internet dan por supuesto la racionalidad del ser humano, pero Dader (1999) recuerda que un debate racional pasa por la mejora de las cualidades de los participantes. Como advierte Sartori (1998), a cada incremento del demo-poder debería corresponderle

un incremento del demo-saber. ¿Pero fomenta internet un auténtico diálogo racional? ¿Aumenta internet la racionalidad del debate público?

Para Habermas (1992) el diálogo construye la razón al someter nuestros argumentos a la prueba de la resolución discursiva. La situación ideal de diálogo exige que el participante pueda actuar en igualdad de condiciones en la discusión con intervenciones, réplicas, preguntas, etc, de forma que ninguna opinión haya dejado de ser tenida en cuenta y sometida a la crítica. En una democracia deliberativa se conectan discursos diversos para que surjan resultados racionales y justos. Aunque estas condiciones estén lejos de cumplirse de forma completa, las realidades comunicativas de internet han cambiado ya, de hecho, el escenario y el paisaje del debate mediático e incluso los criterios con los que se organiza, dando lugar a lo que Dader (1999) denomina la democracia replicante o interpelativa, aquella en la que el espacio público se ha abierto, es más transparente, dialogante, crítico y cooperativo, y el ciudadano tiene la fuerza suficiente para hacer contrapeso a las élites políticas y mediáticas. Ya contamos con abundantes muestras de la exitosa presión de la ciudadanía sobre los poderes, lo que supone una ampliación del espacio de debate democrático que a su vez contribuye a cambiar la cultura política y la percepción sociocultural sobre los beneficios de la democracia, un factor sociocultural tan decisivo como el factor tecnológico para avanzar hacia la transformación del espacio público.

La contribución de las nuevas tecnologías a esta democratización sería la apertura de más ámbitos de deliberación para la toma de decisiones, es decir, espacios que propicien la reflexión y que además tengan el peso suficiente para que las opiniones sean tenidas en cuenta por el poder. Se trata de un horizonte democrático que eludiría tanto los inconvenientes de la democracia directa, un modelo que puede conducir a la tiranía de las mayorías, como los de la democracia representativa, que tiende a generar una élite de poder que gobierna en función de sus propios intereses limitándose a legitimar sus decisiones con las votaciones de los ciudadanos.

En la teoría de la democracia deliberativa el ciudadano opina y argumenta, es escuchado, tiene acceso a la información, pregunta a los políticos y expertos, en fin, participa en el debate de la arena política. Con esta idea de democracia, que tiene una alta exigencia de participación y que por lo tanto sólo puede llevarse a cabo si es capaz de generar ámbitos para el debate entre individuos y grupos,

diversos y plurales, en los que se acepta como natural, deseable e inevitable la confrontación de ideas, pero que aspira a una convivencia en la irreductible singularidad del otro, las nuevas tecnologías “pueden jugar un papel fundamental, ya que permiten la creación de múltiples espacios públicos para la manifestación de la diversidad y el encuentro entre singularidades irreductibles” (Contreras y Cadahia, 2006).

En conclusión, Internet abre el diálogo porque facilita la participación, aumenta la transparencia y el control de las instituciones con poder y fomenta la confrontación de los diferentes discursos.

Veremos a continuación más detenidamente cuáles son las consecuencias que este nuevo paradigma tiene en el papel social que desempeña el periodismo como escenario del debate político y promotor de la participación ciudadana en la discusión.

#### 4.2. LA INFLUENCIA DE INTERNET EN EL DEBATE PERIODÍSTICO

El nuevo espacio público que está generando Internet, con su carácter abierto, horizontal e interactivo, tiene importantes consecuencias en la actividad periodística relacionada con su función de promoción de debates. Lo más importante es que Internet facilita la participación del público, amplía el foro periodístico, fomenta el diálogo y aumenta la pluralidad de las opiniones. Las versiones de los hechos se multiplican con nuevas fuentes, lo que si bien puede aumentar la confusión informativa también permitirá que haya más posibilidades de que se alcance la mejor versión posible, aunque sólo sea por la mera acumulación de datos. Al abrirse a una mayor participación del público, el debate periodístico tiene la oportunidad de mejorar en pluralidad y transparencia, y, por lo tanto, volverse más democrático si aprovecha las nuevas herramientas de comunicación que ofrece internet. Esta es la hipótesis que intentaré argumentar en las líneas que siguen.

De las nuevas herramientas que internet ofrece al ciudadano, son los blogs las que más han impulsado la participación del ciudadano en el debate periodístico. Frente a la unidireccionalidad del mensaje periodístico tradicional, el blog entrega el protagonismo al público, “que se convierte en el eje del proceso comunicativo” (Orihuela, 2006: 67). El fenómeno de los blogs, la punta de lanza

de los llamados medios sociales porque están en manos del público<sup>46</sup>, está ejerciendo una profunda influencia en el periodismo en su función de promotor del debate público y en la actuación de los diferentes actores en el escenario de la discusión política, principalmente políticos y periodistas. Los weblogs (páginas personales online que contienen reflexiones, comentarios y vínculos con otros sitios digitales) estimulan el intercambio de ideas mediante la retroalimentación y los enlaces. Hay autores que han defendido el blog como la próxima generación de las páginas de opinión de los periódicos porque incluyen análisis más que hechos, opiniones más que noticias. Así, Alonso y Martínez (2003: 296) destacan como características principales las siguientes: “Es un espacio de comunicación personal, sus contenidos abarcan cualquier tipología, los contenidos presentan una marcada estructura cronológica, el sujeto que los elabora suele adjuntar enlaces a sitios web que tienen relación con los contenidos que se desarrollan y la interactividad aporta un alto valor añadido como elemento dinamizador en el proceso de comunicación”.

El blog, considerado primer medio originario de la red (Orihuela, 2005), es importante también para el periodismo porque derriba los obstáculos técnicos que impedían al usuario publicar contenidos en internet. Con esta herramienta, escribir en la red se hizo tan sencillo como utilizar el correo electrónico. Millones de ciudadanos tienen la oportunidad de hacer públicas sus opiniones, que van formando una densa red de alcance mundial. Los ciudadanos pueden encontrar en ellos información originada y tratada al margen de los grandes medios de comunicación. Su rápida popularización ha supuesto un factor de renovación del ecosistema comunicativo porque, al extender las fronteras de la realidad mediática, ha arrebatado a los grandes medios la exclusividad del control de la

---

<sup>46</sup> Según Varela (2005), internet y los medios sociales rompen las dos grandes estructuras históricas de la comunicación, que siempre había sido de uno a muchos (medios de masas, jerarquización, poca interactividad) y de uno a uno (comunicación interpersonal); permitiéndose ahora la comunicación de muchos a muchos y de pocos a pocos en espacios nuevos de conversación entre grupos y públicos con influencia en la vida social y política. Los medios sociales devuelven el control de la información a los ciudadanos.

agenda pública, uno de los requisitos que Dader (1999) mencionaba como imprescindibles para la democratización del espacio público.

Al posibilitar una infinita acumulación de información y su recuperación, internet modifica profundamente el consumo de noticias multiplicando los ojos y los oídos del lector y promoviendo su intervención en el proceso informativo con datos propios y comentarios e interpelaciones a los difusores de información. La mejora de la interactividad, que siempre ha estado en la esencia del periodismo, potencia la participación del ciudadano en la formación de la opinión pública.

Son ya muchos los casos que han dado muestras de la creciente influencia que los medios creados en internet por ciudadanos están teniendo en los diferentes debates y procesos políticos que configuran la opinión pública. También abundan los ejemplos concretos de una influencia directa sobre los contenidos de los medios por la acción de páginas digitales impulsadas por ciudadanos, como difusores de información, análisis, conocimientos, reacciones a las noticias o como termómetro de la opinión pública. Un caso general ya ampliamente estudiado es el de las repercusiones del atentado del 11 de marzo de 2003 en España, cuando la red demostró su capacidad movilizadora. Junto al 11-M, la invasión de Irak en 2003 y la campaña electoral de Estados Unidos en 2004 son considerados hitos de la emergencia pública de los medios sociales (García de Madariaga, 2006).

A regañadientes, con miedo a perder privilegios, obligados por el mercado publicitario, con verdadera fe en el nuevo juego comunicativo, por diversas motivaciones que no es el lugar aquí de valorar, los medios periodísticos tradicionales han abierto sus puertas al ciudadano. De qué forma lo han hecho y con qué consecuencias son algunas de las cuestiones que se analizan seguidamente.

En resumen, las características que potencia internet en el proceso informativo son la interactividad, la transparencia, la conexión con la ciudadanía, el valor de la voz individual y la cooperación a través de la conversación. Cada una de estas características supone un desafío para el funcionamiento de los medios tradicionales y para el trabajo del periodista. Veremos a continuación cuál es la incidencia en el desarrollo del debate periodístico que pueden tener cada una de las potencialidades comunicativas de internet que he mencionado:

participación, interactividad, transparencia, conexión con la ciudadanía (autonomía), comunicación personal y diálogo y cooperación. Valores todos ellos que han formado parte de la tradición del periodismo y que, tras haber sido debilitados, traicionados u olvidados, tienen ahora con internet la oportunidad de volver a brillar.

#### **4.2.1. Participación**

El entorno mediático surgido con las nuevas tecnologías potencia la participación del público en el debate periodístico porque ahora la capacidad de producir contenidos en la red está al alcance de cualquiera. Este poder creciente del ciudadano contribuye a cambiar las diferentes formas sociales, entre ellas el periodismo y la política, y las organizaciones humanas que las sustentan. La facilidad de acceso y de utilización y las posibilidades comunicativas de la red son los factores que influyen en la evolución del debate periodístico.

Aunque los periodistas siguen desempeñando un papel protagonista, el público dispone de herramientas para participar de forma más activa en el proceso informativo. “El modelo tradicional de industria cultural ha de convivir necesariamente con un público activo, policonsumidor de medios y que crea incesantemente nuevos espacios de generación de informaciones y opiniones la mayor parte de las veces ajenos al flujo de la comunicación de masas” (Boix Palop, López García, 2005: 89-90).

Según la teoría normativa de Habermas (2005) que estoy siguiendo en esta reflexión sobre el concepto de espacio público, el poder político sólo se legitima en la discusión libre, pública y racional que se desarrolla en la esfera pública, que no es una institución sino el conjunto de foros en los que el ciudadano discute como público. La concepción de Habermas de la democracia tiene en el ideal participativo su principal característica: la democracia es un modelo político en el que la legitimación de las decisiones surge de la participación de todos. En este sentido, la influencia de internet, al facilitar la intervención del ciudadano en los debates periodísticos, puede ser beneficiosa para el espacio público al dificultar que sea controlado por los medios: “Ahora el primer borrador de la historia lo escribe la antigua audiencia” (Gillmor, 2004). El público dispone de herramientas de edición muy fáciles de utilizar que le dan un mayor protagonismo en el

proceso informativo, lo que supone un desafío para el periodista, que ve amenazada su hegemonía como intermediario privilegiado o guardián de las noticias. “Cada vez más, las audiencias llegan a ser parte interesada en el proceso noticioso. En lugar de aceptar pasivamente la cobertura noticiosa decidida por un puñado de editores, disparan correos electrónicos, publican en weblogs y foros sus críticas sobre las deficiencias editoriales que perciben y apoyan o financian empresas editoriales independientes” (Bowman y Willis, 2003). Los medios ya no pueden actuar más de espaldas a los ciudadanos. Enredados en internet han perdido el poder que tenían para controlar el flujo de noticias. Como advierte Arcadi Espada: “Hasta el momento, el periodismo era el único lugar donde la democracia discutía, era el foro de debate. Esto se ha acabado. El periodismo ya no es el único lugar donde la democracia se expresa y se debate a sí misma. A partir de ahora el periodismo comparte con Internet esa imprescindible labor de foro<sup>47</sup>.”

Tanto el debate como la intervención en la elaboración de la agenda pública serán más plurales. Thompson (1998) destaca que la recepción de los productos de los medios es un proceso de interpretación a través del cual se construye gradualmente su sentido con las diferentes aportaciones de todos los participantes. Destaca este autor que se trata de un proceso activo y creativo: “Los mensajes mediáticos pueden repetirse más allá del contexto inicial y la actividad de la recepción y transformarse a través de un proceso continuo de narración y repetición de la narración, interpretación y reinterpretación, comentario, descrédito y crítica” (Thompson, 1998: 67). Esta perspectiva de la recepción de los mensajes mediáticos se enriquece con internet, que aumenta el número de participantes, multiplica los puntos de vista y favorece el intercambio crítico de comentarios. Internet contribuye a la creación de una comunidad mundial intelectual que nos acerca al ideal de participación de todos en la discusión de las ideas.

En oposición a la idea de fragmentación de la realidad y disolución del yo en un mundo mediático expuesta por los autores que han analizado la cultura de

---

<sup>47</sup> Arcadi Espada, en una entrevista en *Periodistadigital.com*, el 16 de diciembre de 2004.

la posmodernidad, Thompson defiende que lo único que ha ocurrido es que han sido alteradas las condiciones de formación del yo. Thompson ve la realidad mediática con más optimismo y sostiene que el resultado de esta saturación de símbolos no es la disolución del yo sino su enriquecimiento con un “continuo entrelazamiento de diferentes formas de experiencia” (Thompson, 1998: 299).

#### **4.2.2. Interactividad**

La interactividad es el concepto clave de la era digital (Negroponte, 1995). La democratización de la información que promete internet pasa por la implicación del ciudadano en la creación de los contenidos no sólo como usuario pasivo sino como participante activo en el proceso de selección de noticias, consulta de fuentes e intervención a través de comentarios y críticas con las múltiples opciones de feedback que se le ofrecen (foros, encuestas, calificaciones de noticias, posts, comentarios, blogs). La interactividad (entre usuarios y con los medios) es la capacidad o posibilidad de participación del usuario en la elaboración de contenidos de los medios y en el diálogo con otros usuarios en un proceso continuo de acción y reacción. Al ser una actividad que se ejerce de forma recíproca, la interactividad implica coparticipación o colaboración entre los participantes, no sólo una simple reacción ante los mensajes de los medios, sino un auténtico diálogo. Por lo tanto, interactividad no puede limitarse a la selección de los contenidos o a la elección de itinerarios, ritmo o intensidad de lectura, ni siquiera a la personalización de los contenidos, sino que en su forma más evolucionada abarca las capacidades creativas del participante (Martínez, 2005), que implica la posibilidad de que los distintos actores de la comunicación puedan intercambiar los roles en un discurso mutuo y alterar tanto el contenido como el contexto de la información (Orihuela, 2003).

De esta forma, además de una plataforma para la difusión de mensajes, internet es un espacio para la comunicación con unas formas de interactividad tan avanzadas que están poniendo en entredicho el paradigma tradicional de la comunicación de masas, jerarquizado, unidireccional y al mismo tiempo concentrado (en un número reducido de grandes medios de comunicación) y disperso hacia una audiencia heterogénea (Boix y López, 2005).

La interacción en el ámbito periodístico tiene dos dimensiones fundamentales: interacción con el medio (medio-fuente, medio-lector, lector-lector) y con la información (el usuario interviene en el proceso de difusión, redacción, selección y estructura de las noticias) (Pérez y Perea, 1998). Internet modifica la relación entre el emisor y el receptor de los mensajes periodísticos. Así, el blog viene a potenciar (que no inventar) la interacción que ya se da en el periódico. Porque leer un periódico siempre ha sido una actividad interactiva en la que el objetivo del medio es crear “cierto tipo de situación social en la que los individuos se conectan unos con otros en un proceso de comunicación e intercambio simbólico” (Thompson, 1998: 119). McLuhan (1996) destacó que el periódico, como sucesor del libro en forma de “mosaico de interés humano”, es esencialmente interactivo y participativo porque muestra la “variedad e incongruencia” de la vida diaria en una “elaboración cotidiana de casi todo lo que sucede en la comunidad” (McLuhan, 1996: 221). Pero es indudable que internet ha venido a recordar a los periodistas que su trabajo no tiene sentido sin conexión con el público a lo largo de todo el proceso informativo. Es decir, interactividad no significa sólo captar las aspiraciones y preocupaciones de una sociedad o servirle de referencia intelectual, sino que implica, en palabras de Javier Moreno, director de *El País*, que el periodismo es “una mirada compartida con sus lectores”<sup>48</sup>.

Los niveles de interactividad son muchos, desde el más básico como la respuesta a una encuesta o la personalización de los contenidos hasta los más avanzados como el foro o el blog. Una vez alcanzadas las posibilidades tecnológicas, el paso a un mayor grado de interactividad dependerá de la predisposición de los actores implicados. Cualquier forma de interactividad supone un enriquecimiento del debate, pero la forma más evolucionada concibe la comunicación como un diálogo en el que los participantes intercambian pareceres dando forma a los contenidos de la comunicación. Martínez (2005) lo

---

<sup>48</sup> Moreno, J. “De cómo y para qué se ejerce el periodismo”. En *El País*, el domingo 14-X-2007

[http://www.elpais.com/articulo/portada/periodico/global/espanol/elpepusocdmg/20071014elpdmgpor\\_2/Tes/](http://www.elpais.com/articulo/portada/periodico/global/espanol/elpepusocdmg/20071014elpdmgpor_2/Tes/)

llama interactividad dialógica, una auténtica conversación en la que se da una propuesta, una respuesta y un diálogo abierto con intercambio de papeles entre emisores y receptores.

En este nivel, el desarrollo tecnológico transforma la interactividad en intercreatividad, la capacidad de crear con otras personas (Berners-Lee, 2000). El consumidor se convierte en productor (Deuze, 2005) y ya no puede ser tratado sólo como audiencia, sino también como productor de contenidos. Puede dialogar con el periodista y crear él sus propios textos, emitir contenidos, ampliar o criticar los textos del periodista, aportar nuevos datos o enfoques tras contactar directamente con las fuentes. Los estudios y encuestas realizados muestran que el porcentaje de usuarios-productores aumentan día a día y la expansión creadora de la red está en constante crecimiento. El centro de la cultura pasa a ser el espectador y la cultura se construye de forma colectiva. El trabajo del artista, dice Casacuberta (2003), y podemos añadir, quizá, del periodista, más que producir o crear es ofrecer un medio y una herramienta para que el espectador sea el que se exprese, poner al alcance de todos la capacidad de contribuir al desarrollo integral de la sociedad de la información.

Su capacidad de interactividad hace del blog un medio que invita a la conversación (Efimova y De Moor, 2005; Wrede, 2003). El autor recibe las aportaciones o reacciones de otros participantes en el debate y a través de las referencias con los 'trackbacks' se puede seguir la evolución del debate. Esta estructura ayuda a intercambiar los papeles de emisor y receptor. Por las respuestas que genera su blog, el periodista pasa a ser uno más entre los lectores de la red. "Esto da una imagen de cercanía y debate entre iguales que rompe con la verticalidad clásica emisor-receptor de un autor que escribe y una audiencia que comenta sobre lo escrito" (Lara, 2005).

#### **4.2.3. Perspectivas individuales**

El enriquecimiento del debate periodístico desde perspectivas individuales es una de las potencialidades de internet. Una de las consecuencias positivas de la popularización de la blogosfera es el impulso que recibe la implicación de los individuos en el proceso de construcción del sentido de la realidad. La fuerza principal de los blogs es su capacidad para abrir al mundo los espacios cerrados

individuales, con ventanas a través de las cuales podemos ver los lugares de encuentro social y con puertas que invitan a la participación. “El weblog es una genuina expresión de las tecnologías del yo, en las que el autor, sin ningún tipo de intermediación editorial y gracias a un sistema muy eficiente de gestión de contenidos, se convierte en un global publisher: una voz personal que puede hablarle a todo el mundo” (Orihuela, 2006: 39).

La explosión de interpretaciones individuales que supone internet se presenta como una respuesta más a la demanda de una mayor participación ciudadana en la tarea de reflexionar sobre los asuntos de interés general. En un famoso prólogo a su novela *Retrato de una dama*, Henry James escribió que la casa de la narrativa tiene infinitas ventanas y que continúan abriéndose nuevas “por la necesidad de la visión individual” y el resultado es un panorama que incluye “todas las diferencias de la relación individual con la generalidad de un asunto, todas las variedades de la actitud hacia la vida”. Cada ventana es distinta, pero todas están abiertas sobre el panorama humano. Esta metáfora y este enfoque sobre la construcción de sentido de la realidad desde la literatura, me sirve para destacar cómo es el valor de la visión individual lo que puede aportar el fenómeno blog a la dimensión intelectual del periodismo como interpretación de la realidad y búsqueda de sentido de la actualidad del mundo en que vivimos. Además, este tratamiento más personal de la información es una de las claves de su éxito entre un público que desconfía de unos medios de comunicación en crisis.

El auge del valor del punto de vista individual tiene relación con la crisis del concepto de objetividad como valor sagrado en el periodismo. Así, el formato blog propicia un tono más íntimo, conversacional, subjetivo e incluso apasionado frente a la tradicional aspiración a la objetividad del periodismo, que a menudo se ha confundido con asepsia, distanciamiento o frialdad, rasgos de un estilo que se suele incluir entre las causas de la pérdida de lectores. “El periodismo participativo en línea es alimentado por gente que sigue y discute apasionadamente sus temas favoritos. Sus weblogs y comunidades en línea, aunque quizás no son producidas tan profesionalmente, son un choque completo de estilo, voz y actitud. La pasión hace la experiencia no solo convincente y memorable sino también creíble” (Bowman y Willis, 2003). “La voz humana, su tono y su sinceridad se imponen a la autoridad jerárquica e institucional de los

grandes medios" (Varela, 2005: 133). Berrios (2005) cita a Brian Fitzgerald, editor jefe de la web de Greenpeace, que piensa que son "las palabras más personales las que aportan valor a las bitácoras: en un clima en el que voces corporativas e institucionales están llegando a ser cada vez menos fidedignas, las voces y opiniones personales son las más valiosas orientaciones hacia la verdad. Puedes confiar en un crítico de Amazon, por ejemplo, de una manera en la que no confías en la reseña que un publicista realiza de un libro. El crítico dice lo que dice porque lo cree, no porque le paguen por decirlo".

Pero esta libertad para abrir ventanas con enfoques personales y formas variadas son aperturas al vacío sin un autor con pensamiento crítico y un público activo que sepan afrontar el desafío de esa libertad ilimitada constituyéndose en una referencia moral que, desde la responsabilidad, sea útil para el conjunto de la sociedad. En los blogs la información se perfecciona (se verifica), se acerca a la verdad práctica, no con la investigación del periodista y la supervisión de su organización profesional (la objetividad como método de verificación, rigor y honestidad) sino en la interpretación, en el uso que hace la audiencia, que corrige, aumenta o desecha los mensajes. El mensaje es dinámico y sólo en la interacción con otros ciudadanos se verifica (Varela, 2005: 123).

#### **4.2.4. Más crítica**

En un contexto de abundancia de información (Gitlin, 2005), nuestras interpretaciones del mundo ya no dependen de un acceso mayor o menor a la información sino de las relaciones que somos capaces de entablar entre las informaciones que recibimos. Más que la capacidad de informar, lo que definirá al periodismo será su capacidad para poner en relación a personas interesadas en un aspecto de la realidad, en el intercambio de información. Innerarity (2004) habla de una sociedad invisible ante la que el ciudadano se siente excluido del lugar donde se toman las decisiones sobre los asuntos públicos, mero espectador pasivo en una función en la que le han robado el papel protagonista. En un mundo complejo que aparenta visibilidad, las cosas, sin embargo, no se agotan en su primera interpretación. Todo necesita una segunda mirada. El mundo de lo visible debe ser interrogado en una tarea conjunta de vigilancia que persiga la revelación de lo que se esconde tras los signos y las representaciones. Porque

cuando un dedo señala al cielo, dice Daniel Innerarity (2004) invirtiendo el aforismo, el imbécil mira el cielo.

Ante esta explosión de mensajes se hacen más necesarios aquellos mecanismos de vigilancia y crítica que ya reclamaba Robert E. Park a principios de siglo XX (capítulo 2) para sortear los peligros contenidos en el sistema mediático cuando se convierte en un poder (Berganza, 2000). Para corregir la situación vulnerable en la que se encuentran los individuos en la sociedad de masas, a merced de la manipulación de las élites que controlan los medios, la Escuela de Chicago abogaba por la formación desde la prensa de públicos organizados que puedan intercambiar puntos de vista sobre los asuntos que les interesan. Organizadas de esta manera y disponiendo de un lugar en el que son tenidas en cuenta las opiniones de los ciudadanos, se dificultaría la manipulación de las masas. Actualmente, desde la Red han surgido instancias defensoras de los intereses de los consumidores culturales que propician actitudes críticas en la audiencia y contribuyen a aumentar la transparencia de los medios<sup>49</sup>. Una de las funciones más impulsadas desde la blogosfera es la de actuar como observatorio crítico de los medios de comunicación. Esta función, conocida como 'watchblog', puede mejorar la práctica periodística, impulsar la transparencia de los medios y contribuir a la elevación de la cultura crítica de los lectores en el consumo de información. En definitiva una fórmula más que persigue el objetivo de aumentar y mejorar la participación ciudadana en el debate público.

Aunque para algunos autores la amplitud del foro y el aumento de la pluralidad que provocan las nuevas tecnologías sea más aparente que real, y aunque difícilmente internet vaya a cambiar la organización económica de la sociedad y de los medios, o precisamente por ello, sí proporcionan más herramientas para la fiscalización de los poderes públicos y privados y dan

---

<sup>49</sup> El blog *Public Eye* de la CBS realiza un escrutinio de las noticias difundidas por la propia cadena. En España, el periódico *El Mundo* incluye en su edición digital el blog de uno de sus columnistas, Arcadi Espada, dedicado a analizar los textos del propio medio: *El Mundo Desde Dentro*.

visibilidad a voces independientes que ejercen la crítica de los medios y a lugares autónomos que vigilan a los vigilantes.

#### **4.2.5. Cooperación**

El blog es una forma de comunicación en la que prima la interacción entre el autor y los lectores. Se presenta como una puerta abierta a un recorrido virtual de interconexiones entre diferentes páginas de internet, siempre abierto al enriquecimiento o a la revisión con nuevas propuestas y rectificaciones. Desde sus orígenes está en la filosofía de los blogs la finalidad de compartir con la comunidad los enlaces más útiles que el autor encuentra en la red. Como juego de hipertextualidad e interactividad, el blog complementa su vocación de individuación con una apertura hacia el exterior como ofrecimiento a la sociedad. “Es una individualidad que exige sociedad, que necesita de ella o, por lo menos, aunque cuando se escriba no se piensa en ella, aparece el otro figurado o imaginado: el otro virtual. Por ello el blog no deja de ser una casa abierta a todo intruso” (Morales Martín, 2006). La tecnología abierta, web 2.0, enfatiza la socialización de la red. El carácter participativo de la red conecta a individuos en el seno de mentes colectivas (De Verckhove, 1999). Cada individuo es un vínculo más dentro de una multitud inteligente, según la terminología de Rheingold (2004), que hizo una apología de internet como medio de comunicación entre personas que refuerza los lazos sociales y vínculos emotivos a partir de valores importados del mundo real, pero con el importante matiz de la incorporeidad de los participantes que así están sólo mediatizados por el contenido de los mensajes.

Lo revolucionario de la tecnología digital es su conectividad: millones de usuarios pueden operar de manera autónoma con otros usuarios, no de uno a uno ni de uno a muchos, sino de todos a todos, de forma que “todos y cada uno de los usuarios poseerían la capacidad de constituirse en el centro o en un nodo de una o varias de las redes sociales que se forman, copiosas y casi intangibles, en la infociedad, con un dinamismo y una densidad progresivamente crecientes gracias al desarrollo de un variado abanico de tecnologías de cooperación” (Sáez Vacas, 2005). La tecnología altera las redes sociales existentes para formar nuevos tipos de redes, pues toda herramienta tecnológica forma parte de una compleja red social, a la que modifica.

#### 4.2.6. Conexión con la ciudadanía

Ramonet (2003) advierte que el periodismo sólo podrá desempeñar su labor de búsqueda de la verdad desde criterios éticos si es capaz de encontrar un espacio de autonomía con respecto a las grandes empresas de comunicación: “Es urgente desarrollar una reflexión sobre la manera en que los ciudadanos pueden exigir a los grandes medios de comunicación mayor ética, verdad, respeto a una deontología que permita a los periodistas actuar en función de su conciencia y no en función de los intereses de los grupos, las empresas y los patrones que los emplean”. La tecnología digital ha facilitado que la voz del ciudadano, como expresión cultural del individuo, se haga oír por el entramado de los medios de comunicación institucionalizados. En los blogs, es la audiencia quien crea los contenidos, que por lo tanto serán cercanos a sus intereses.

Internet, aunque reproduzca la escala de valores del sistema capitalista y de la sociedad de consumo<sup>50</sup>, coloca el conocimiento fuera del control de la élite y lo pone al alcance de la comunidad. Las nuevas tecnologías brindan “una oportunidad de expresión real del sujeto popular, pues comparten una característica fundamental: no reconocen que una élite tenga el monopolio del conocimiento” (Peña Ochoa, 2006).

Tanto el hipertexto como la hipermedia son factores que permiten la apertura del acceso al saber o, al menos, de su interpretación y uso, al modificar la relación entre el autor, el texto y el lector, establecer una conexión directa entre informaciones diversas y permitir la continua reelaboración y actualización de los mensajes por parte del lector. Peña Ochoa (2006) destaca que el hipertexto encarna una verdadera insurrección del conocimiento al privilegiar al lector por

---

<sup>50</sup> “La globalización económica hegemónica se está incorporando al ciberespacio bajo el discurso de la participación y socialización de la red. La Web 2.0 no oculta más que la lógica consumista y tecnocapitalista instalada en el ciberespacio en aras de encontrar nuevos consumidores de tecnologías y de usuarios que estén a la última, revelando que esta nueva cultura objetiva tecnológica no significa debate crítico ni mejora sustancial para el ser humano, sino, principalmente, publicidad, escaparates... lo dicho, consumo” (Morales Martín, 2006).

delante del autor y por delante del texto. El conocimiento deja de estar en manos de una élite para ser accesible a una comunidad entera que contribuye a su crecimiento gracias a la tecnología basada en la colaboración social, con productos o programas como los blogs o los wikis.

Hasta aquí la visión más optimista sobre las posibilidades que ofrece Internet a la función democratizadora de los medios de comunicación social y que puede resumirse en la siguiente conclusión de Sunstein (2003: 186): “Creo que, en general, Internet es bueno para la democracia, y que las nuevas tecnologías de la comunicación hacen más que las cosas sean mejores”. Este autor, defensor de la idea de la democracia deliberativa, sin embargo plantea una serie de dudas que pueden poner en peligro esas grandes posibilidades democratizadoras y que a continuación desarrollamos en el siguiente epígrafe.

#### 4.3. LAS DEFICIENCIAS DEL NUEVO ESPACIO PÚBLICO

Las nuevas tecnologías ofrecen grandes posibilidades de comunicación, pero presentan también algunos peligros como la disminución de la interacción personal y casual con los demás, la pérdida de peso de los intermediarios, el apogeo de la expresión en detrimento de la opinión razonada, la saturación de información y la fragmentación de los mensajes con la consiguiente pérdida de referentes comunes.

##### 4.3.1. La disminución de la interacción casual

Entre las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías al periodismo está la comunicación a la carta, según la cual los medios permiten al usuario organizar su menú de noticias. Él decide qué ve o lee, cuándo y cómo. Sunstein (2003) apunta con acierto que esto puede poner en peligro algunos aspectos positivos del sistema periodístico tradicional: cuando una persona encendía la televisión o abría un periódico encontraba opiniones que no buscaba y realidades no previstas o que a priori no le interesaban, lo que le suponía una apertura de nuevos horizontes o, simplemente, la posibilidad de confrontar sus ideas. El director del *World*, propiedad de Pulitzer, en los años 20, Herbert Bayard Swope, solía decir que su fórmula para llevar un periódico era sencilla: “Lo que intento hacer en mi periódico es darle al lector una ración de lo que pide y una ración de

lo que debe leer, tanto si le gusta como si no" (Steel, 2007: 218). Si el público pedía columnas de cotilleos y sucesos, el *World* se encargaba de darle también, por el mismo precio, noticias serias y editoriales profundos.

Los periódicos dan a los ciudadanos la oportunidad de escuchar opiniones y puntos de vista diferentes. Y la exposición a esta variedad de aportaciones se supone que ensancha la libertad del ciudadano. "Fomentan las experiencias compartidas; exponen a los individuos a la información y las opiniones que no habrían sido seleccionadas de antemano" (Sunstein, 2003: 45). El periodismo expone temas de discusión, recoge opiniones variadas, expone al ciudadano a interpretaciones que no buscaba y a ideas que no comparte, y garantiza unas experiencias comunes en una sociedad compleja y fragmentada, ofreciendo un marco de referencia compartido que funciona como un factor de cohesión social.

En contraposición con la voz individual que ofrecía el libro -decía McLuhan-, el periódico es un mosaico de interés humano que muestra la caótica variedad de la vida diaria: "Es la exposición comunal diaria de múltiples artículos en yuxtaposición la que confiere a la prensa su compleja dimensión de interés humano" (McLuhan, 1996: 214). Y añadía que presentar un punto de vista fijo y único va en contra de la esencia del periódico: "Es como si el público pidiera que los grandes almacenes sólo tuvieran una única sección" (McLuhan, 1996: 217).

¿Satisfacen las nuevas tecnologías estos aspectos? ¿Se parecen los medios digitales a unos grandes almacenes de la información o se asemejan más a pequeñas tiendas personales y especializadas? ¿Es internet el sucesor personalizado de la forma mosaica de la prensa, como ésta lo fue del libro, según la visión de McLuhan? Si esto es así ¿estaría en peligro una forma de informar, la prensa, que fomenta la "diversificación de la perspectiva particular" (McLuhan, 1996: 224)? ¿Refuerza o debilita internet una auténtica pluralidad y un espíritu crítico?

Según el análisis de Sunstein, internet garantizará el mantenimiento de los objetivos democráticos si favorece que el ciudadano, además de conseguir fácilmente lo que busca, siga sometido al encuentro casual con informaciones no elegidas y con experiencias compartidas. Este autor alerta sobre las consecuencias de un mercado de comunicaciones fragmentado, la más peligrosa de las cuales es la pérdida de un marco común para las experiencias sociales. Advierte que con la

desaparición de los intermediarios en una era digital en la que es el individuo quien busca lo que le interesa se corre el riesgo de reducir la pluralidad y fragmentar la sociedad con la progresiva disminución de acuerdos básicos que hagan posible la deliberación. El consumidor se alimenta sólo de voces similares a la suya con el consiguiente “riesgo cada vez más evidente de que el debate entre individuos de ideas afines llevará a la confianza excesiva, al extremismo, al desprecio por los demás y, en ocasiones, incluso a la violencia” (Sunstein, 2003: 24). Este autor llega incluso a afirmar que la noción de soberanía del consumidor, con el ideal del periódico personalizado, el ‘Daily Me’, el ciudadano que se crea su propio periódico según sus necesidades, intereses y gustos gracias a las nuevas tecnologías, va en contra de la aspiración de aumentar el carácter deliberativo de la democracia. “El riesgo de la personalización de los medios, que algunos defienden como un mérito de Internet, podría dar lugar, en caso de generalizarse, a una atomización de la sociedad, en la medida en que esos medios tenderían a informar sólo de los temas que interesan y no del conjunto de los hechos” (Bullón, 1999). La personalización de la información, que da a la gente lo que quiere, reforzando sus opiniones en lugar de desafiando sus perspectivas, puede dar lugar a que sólo se escuchen las voces que refuerzan los propios estereotipos, con lo que se reduciría la imparcialidad y el equilibrio de la información. Encerrarse en el círculo de nuestros intereses supone reducir el foco de atención, con lo que se pierde una visión amplia de la realidad. Lo que se puede perder con el ideal del ‘Daily Me’ es una de las características de un periódico de calidad: su pluralismo interno. Es decir, el que permite al lector encontrar variedad de opiniones no sólo en el kiosco sino en el interior de cada periódico, que debe ofrecer todo tipo de perspectivas y no sólo las que comparte su público. Escuchar al público no implica que el periodismo deje de preguntarse si le ofrece lo que le gusta o aquello que considera que debe conocer. El ‘Daily Me’, dice Fuller (1996), priva al lector del enriquecimiento que supone encontrarse con algo no buscado, cosas ofrecidas por periodistas, reporteros o editores, es decir, especialistas dedicados a hacerse preguntas que el lector quizá nunca se haría, pero que al verlas planteadas por los periódicos se sentirá agradecido de que a alguien se le ocurrieran. El periódico sí ofrece ese servicio porque en él hay personas dedicadas a pensar y a hacer cosas que saben que pueden interesar al público, porque lo conocen. Cuando está bien hecho, un periódico es una invitación a la exploración,

la investigación y los descubrimientos inesperados (Bogart, 1996). Contra lo que podría parecer, vista la cuestión de este modo, la personalización de la información que promete Internet puede tener el efecto de empobrecer la interactividad.

#### 4.3.2. La 'balcanización' del debate

¿Refuerza o debilita internet la vocación comunitaria del periodismo, su función de toma de conciencia de la colectividad y de participación? ¿En qué consiste la fragmentación en la comunicación del ciberespacio? Uno de los riesgos de la comunicación en la red es que en vez de consolidarse el discurso político deliberativo, el foro público se 'balcanice'. Hemos visto cómo internet da al usuario la capacidad de modelar la información según sus gustos e intereses. Una de las tendencias que se están analizando es la preferencia de los usuarios por conectarse con personas con las que comparten intereses y por elegir sitios y grupos de discusión que refuerzan sus creencias ideológicas. Internet estaría favoreciendo una navegación entre páginas que confirman las propias opiniones, dificultando el encuentro con lo opuesto o lo desconocido. Precisamente una de las características de las páginas digitales de los periódicos que se han analizado es que rara vez proporcionan enlaces con medios de ideologías opuestas. Es decir, internet facilita el encuentro de individuos con ideas afines, pero fragmenta el discurso, lo que puede dificultar el diálogo para la comprensión de los problemas comunes. "El partidismo más acérrimo y la incapacidad para dialogar con el otro o los otros es uno de los vicios más preocupantes de la ciberpolítica. Abunda la reafirmación de grupo, y en cambio escasea el intercambio y diálogo creativo entre las diferentes tendencias (García Avilés, 2008: 129). El resultado no será el consenso sino la radicalización de los discursos en un diálogo de sordos en el que nadie escucha las opiniones contrarias a las suyas, lo que se denomina polarización de grupos. "Estos grupos integrados por personas de ideologías afines, que se relacionan entre ellas, acabarán pensando igual que antes, pero de un modo más extremista" (Sunstein, 2003: 69). De modo que internet actúa no como un freno de las opiniones políticas irracionales en una democracia sino que puede reforzar la irracionalidad (Graham, 2001).

Este efecto de internet en el debate iría en contra de una de las tradicionales vocaciones del periodismo en su dimensión comunitaria. ¿Qué debe hacer un periódico? ¿Darle a la gente lo que es bueno para ella o sólo lo que ella quiere oír? ¿Debe un periódico ser líder de la gente o simplemente seguir su estela? Como recuerda Fuller (1996), la relación entre periódico y público es en alguna medida conflictiva. El periódico intenta evitar la balcanización del debate no dando al lector sólo lo que éste quiere. Si habla con el lenguaje de la audiencia se construirá un vínculo humano fuerte y necesario para su credibilidad, pero conectar con su sensibilidad no equivale a caer en la adulación con el fin de aumentar la tirada. Debe tener personalidad propia. A veces es también necesario desafiar los valores y prejuicios del público, incitar a pensar de modo crítico, incluso provocarle intelectualmente planteando dudas a sus convicciones más arraigadas. Es decir, el periodismo no sólo sirve a la comunidad, sino que también la crea y la lidera ofreciendo una voz distintiva conectada con la ciudadanía a la que sirve. Para ello se requiere, y así lo demanda Fuller (1996: 95), "heroísmo moral" y un refuerzo del valor de la independencia. Este papel de liderazgo es el que está en entredicho en las características del periodismo en internet que se analizan en este capítulo.

#### **4.3.3. Emoción y velocidad frente a la opinión razonada**

Según las teorías de Habermas que estamos siguiendo, un debate será racional si las deliberaciones son públicas y todo el mundo tiene derecho a comunicar sin coacciones, pero también si se dan las condiciones que permitan que las voces relevantes sean escuchadas y que los mejores argumentos sean los que se hagan valer. En la virtud de internet, la libertad total de acceso, reside también su amenaza. La democratización de las opiniones no garantiza su calidad. Este es el límite que Wolton (1999) ve en la universalización del acceso al debate público. Aunque los blogs pueden ser un indicador de las preocupaciones de los ciudadanos no todo lo que encontraremos en ellos será la expresión de una opinión razonada (en los blogs hay más expresión de opiniones que argumentación), de modo que la democratización de la opinión puede aumentar la desorientación del ciudadano en lugar de servirle de ayuda para comprender la realidad. La ampliación del foro se puede ver, más que como una garantía de variedad del abanico informativo, como un simple aumento de un pluralismo aparente (Reig, 2001).

Que haya más mensajes no supone ni mucho menos que se escuchen más los contenidos relevantes. Es decir, “la tecnología no basta para garantizar el pluralismo” (Almiron, 2006). ¿Por qué darle el mismo valor a la opinión de un ciudadano ignorante o indiferente que a la de un ciudadano competente que ha hecho el esfuerzo de informarse?

Aunque cree que internet puede ayudar a remediar las deficiencias de las democracias provocadas por la apertura del debate a las opiniones irracionales y el sometimiento de las decisiones a la opinión mayoritaria, Graham (2001) advierte también del peligro de que internet aumente la irracionalidad del debate y dificulte el consenso. Un aumento de la participación del público puede ser negativo para la democracia si se da prioridad a la igualdad sobre la racionalidad en la gestión de los asuntos públicos. Y esto es lo que ocurriría, según Graham, si internet fomenta la tendencia a reforzar la regla de la mayoría y a dispersar el poder obstaculizando el consenso. Este autor cree que una democracia cobra vigor cuando se centra en la importancia de la influencia y del poder. Dar acceso a los ciudadanos a la esfera del poder y ampliar el foro tienen la contrapartida de fragmentar el discurso y alejar el consenso. Todo ello, junto a la tendencia a facilitar el refuerzo de las opiniones propias en vez de propiciar un auténtico diálogo, puede llevar a la sociedad a la anarquía moral, la fragmentación y el conflicto.

Además, las nuevas tecnologías vienen a acelerar la comunicación y los procesos informativos. El culto a la velocidad y al valor de lo instantáneo pueden verse como obstáculos para el desarrollo de un debate reflexivo. “La velocidad es tal que posibilita la inmediatez y el tiempo real, y ambas cualidades, en periodismo, son sinónimas de rentabilidad pero también disparan la competitividad. No es exagerado afirmar que en muchos casos la velocidad se acaba convirtiendo en un fin en sí misma. Así, lo urgente puede acabar restando fuerza a lo importante y la prisa por informar o comentar, sustituyendo a la verificación. No son pocos los que piensan que, con frecuencia, la revolución de las comunicaciones afecta más a la mera transmisión que a su recopilación” (Almirón, 2006).

Como dice Virilio (1995), el ciberespacio es una nueva forma de perspectiva, la perspectiva de la velocidad que aniquila el espacio y permite no solo ver a distancia sino tocar a distancia. La consecuencia de la tiranía de lo instantáneo es

el empobrecimiento de la historia y de la cultura y el surgimiento de un nuevo tipo de desinformación provocado por la asfixia del sentido y la pérdida del control de la razón. No obstante, hay que aclarar que el paradigma cultural que sublima la velocidad, el entretenimiento, la superficialidad, la emoción, la dramatización o la imagen y desbanca la reflexión, la razón, la disciplina o la conceptualización –como se analizó en el capítulo 3- no es algo nuevo nacido con la tecnología digital sino que es una forma de percibir la realidad que se ha ido imponiendo en una lenta evolución histórica y que tuvo a la televisión como un definitivo impulsor, tal como han estudiado autores como Sartori (1998) (el homovideos incapaz de reflexión política), Bourdieu (2005) (la televisión como suministradora de comida-basura intelectual) o Postman (2001) (la epistemología del anuncio publicitario). La incógnita es si la tecnología de internet viene a reforzar o a rectificar esa nueva epistemología que instauró la televisión. Lo que parece indudable es que las técnicas de comunicación condicionan las aproximaciones del hombre a la verdad de su tiempo porque marcan la forma y el contenido de la conversación que el ser humano tiene consigo mismo a través de los medios.

Sigue siendo necesaria una reflexión sobre el ritmo con el que procesamos la información porque al fin y al cabo el conocimiento es una cuestión de tiempo. La aceleración que imprime internet quizá no sea la medicina más adecuada para curar los males del periodismo, ya que uno de los cuales lo ha provocado la superficialidad con la que trata los asuntos importantes por la falta de tiempo y de reposo. Por muy importante que sea, un acontecimiento importante no dura más de veinte días en las páginas de los periódicos. Ahora internet ofrece la información al instante. Ya no tenemos que esperar a la edición del día siguiente de los periódicos, ni al telediario de la tarde, ni siquiera al boletín radiofónico de la hora siguiente. Pero ¿qué se gana con esa pasión por la velocidad? ¿No corremos el peligro de convertir el periodismo en un ejercicio de apresuramiento, un loco frenesí en un momento en el que la prisa es justo lo que menos necesitamos? Los periodistas quedan encerrados en un circuito de Fórmula 1 que no lleva a ningún sitio, obsesionados todo el tiempo con el tiempo, atrapados en un torbellino que les obliga a escribir (y a pensar) pronto y rápido. ¿De qué sirve invitar a la participación del público en los debates si los comentarios de un blog se suceden a un ritmo vertiginoso?

Carl Honoré (2005) escribió un libro para poner en tela de juicio la obsesión por hacerlo todo cada vez más rápido, para reflexionar sobre la enfermedad del tiempo que sufre el mundo, con la intuición de que correr no es siempre la mejor manera de actuar. Puede que en periodismo tampoco lo más importante sea la velocidad. Hoy, en la era de Internet, cuando lo urgente ya es instantáneo, ser el primero ya no es lo importante. Cuando todo el mundo lleva una cámara en el bolsillo ya no puedes aspirar a ser el único que capta una imagen.

La rapidez, que siempre ha sido una virtud en el periodismo, también puede restarle valor si impide la precisión, la exactitud, la reflexión y la profundidad. Cuando nos apresuramos, rozamos la superficie y no logramos establecer verdadero contacto con el mundo, dice Honoré (2005). Y precisamente de eso es de lo que se nutre el buen periodismo: del contacto con el mundo.

#### **4.3.4. El exceso de información**

La situación de la prensa es paradójica –escribió Carey (2000)-: hay más buen periodismo que nunca en los medios, pero es difícil de encontrar debido a que está sepultado bajo una montaña de trivialidad. En el mundo de hoy, el exceso de información se convierte a menudo en un obstáculo para la comprensión de la actualidad. La masificación de los datos sin criterios claros de orden y jerarquía junto a la tendencia hacia los enfoques superficiales dificultan el conocimiento: “El mundo rebosa información; una información inútil” (Kapuscinski, 2003: 116).

La vida moderna transcurre entre palabras, imágenes y sonidos en un flujo continuo. Como dice Gitlin, “la plenitud icónica es la condición contemporánea” (Gitlin, 2005: 26). La vida cotidiana está impregnada de mensajes exteriores procedentes de los medios y que reclaman nuestra atención: historias de otros, ofertas de distracción, ocio o conocimiento. Esta condición contemporánea se ha ido extremando con cada avance tecnológico “hasta convertirse en un torrente de inmensa fuerza y constancia, un acompañamiento vital que es ya una experiencia central de la existencia” (Gitlin, 2005: 28). Este flujo, además, es constante, pero efímero por su abundancia. La escasa duración de los mensajes, que rápidamente son sustituidos por otros nuevos, hace que la huella que dejan en la vida cotidiana sea superficial. Debido a la magnitud del flujo, las historias que nos llegan quedan

siempre sin concluir, son fragmentos de relatos inacabados, muchos de ellos falsos de tan incompletos o parciales.

Según Gitlin (2005), vivimos tiempos de saturación mediática tan extendida que se nos ha tornado imperceptible: “Los medios ilimitados surgen de la fusión de la expansión económica y el deseo individual, un proceso que se gestó durante siglos y adquirió su máximo desarrollo en Estados Unidos (2005: 39). Esta fusión hizo posible una sociedad del sentimiento, lo que no significa una sociedad en la que simplemente los sentimientos adquieren el estatuto de lo más relevante. Además de lo anterior, se trata del anhelo y de la búsqueda desenfrenada de determinado tipo de sentimientos: los desechables. “Vivimos tiempos de sensaciones desechables, que nos excitan sin perturbarlos, que nos permiten sentir sin el riesgo de ser afectados en nuestra identidad por lo que sentimos” (Gitlin, 2005: 56 y ss.).

La saturación informativa puede ser tan grave como la escasez. Los estudios sobre los procesos de adopción de decisiones señalan las consecuencias de la sobrecarga de información: demasiada información que llegue demasiado rápido y demasiado en crudo puede inmovilizar a un individuo o a una organización (Gomis, 1991: 35). Necesitamos un equilibrio al procesar la información, opinaba en un reportaje de la revista *Time* (9-12-1996) el psicólogo británico David Lewis: “El conocimiento es poder, pero la información, no. Es como el detrito que un buscador de oro necesita cribar para encontrar las pepitas”.

No obstante, como dice Sampedro (2006), “la sobredosis de información de la que tanto nos quejamos no es un problema nuevo, ni es un problema en absoluto: la realidad es una sobredosis de información permanente, confusa e inútil en su abrumadora mayoría, y nunca hemos tenido el menor problema para filtrarla, ignorar casi todo y quedarnos con un boceto que no pesa nada y lo dice todo: un concepto, o una ecuación (...)El verdadero poder no está en saber lo que hace la gente, sino en saber entenderlo (...)Una red tan amplia como la realidad tiene el mismo problema que la realidad -todo está, nadie sabe dónde”. La sobreabundancia de información puede hacernos olvidar que el fin último que persigue el periodismo no es la información sino el entendimiento. La información no crea ideas, son éstas las que crean conocimiento a partir de la información.

#### 4.3.5. La pérdida de protagonismo de los intermediarios

El aumento del protagonismo del lector en el proceso informativo ha supuesto un desafío para la posición central que ocupa el periodista en el debate público, lo que ha llevado a investigadores y profesionales a reflexionar sobre la influencia de las nuevas tecnologías como un factor clave en el debate sobre la crisis del periodismo y su futuro. Así, una de las repercusiones de internet más analizadas es el de la desaparición de la figura del periodista como intermediario o filtro. Los medios digitales democratizan el acceso a la publicación en red al eliminar la intermediación editorial. Cuando Jay Rosen, teórico del periodismo cívico, creó la página NewAssignment.Net advirtió que el objetivo era darles a “las personas antes conocidas como el público” el poder de asignación de tareas que antes estaba reservado a los editores. Aunque el proyecto de Rosen también advierte que no puede haber antagonismo entre ciudadanos y periodistas sino colaboración y complementariedad. Sería entonces un periodismo sin medios, pero no sin periodistas, aunque su protagonismo estaría compartido con el de los ciudadanos interesados en participar en el proceso informativo (Rosen, 2006).

Si todos los ciudadanos tienen el mismo acceso a la información y capacidad para llegar al público, el periodista como profesional que busca información y la difunde puede parecer innecesario. Internet modifica la función mediadora del periodista al dar más protagonismo al lector gracias a la mayor posibilidad que tiene de interactuar difundiendo noticias y comentarios incluso a través de sus propias páginas digitales. En la red es la interacción de la comunidad de usuarios quien filtra la información una vez publicada, otorgando relevancia o corrigiendo los mensajes. El cambio de paradigma que anuncia la revolución digital debilita el papel del periodista como valedor del derecho de los ciudadanos a la información. ¿Qué necesidad tiene el público de periodistas si ya puede ejercer por sí mismo el derecho a la información?

Si el titular del poder de la información es el ciudadano y el periodista no tiene más derecho a la información que otras personas, y si ahora la tecnología permite al ciudadano ejercer su poder e informarse directamente de las fuentes sin necesidad de intermediarios ¿qué sentido tiene el periodismo como profesión?

El periodismo impulsado por los medios sociales, el periodismo 3.0, promueve la socialización de la información a través de una conversación virtual

en la que los participantes intervienen en el propio mensaje, lo que debilita la función de intermediación de los medios ya que el usuario puede entrar en contacto directamente con las fuentes y con los hechos a través de testimonios directos y documentos. Varela (2005) define el periodismo 3.0 como “la socialización de la información de actualidad por la irrupción de ciudadanos y fuentes en un foro público, donde se comunican directamente empleando medios digitales que generan un criterio social que sobrepasa la objetividad y la mediación de los medios tradicionales”.

La blogosfera actúa como filtro social de opiniones y noticias y se convierte en un lugar privilegiado para tomar el pulso de la opinión pública sobre la actualidad para saber cómo los ciudadanos valoran la agenda temática. En los estudios realizados sobre la utilización de los periódicos digitales se destaca que los usuarios demandan portadas construidas según sus gustos y a partir de informaciones aportadas por ellos mismos. En la nueva modalidad de periodismo que subyace en estas preferencias el papel del periodista se reduce al de un verificador de los datos aportados por los ciudadanos, que se convierten en los auténticos productores de la información. Arrigada (2006) compara internet con las calles céntricas de las grandes ciudades, un espacio donde lo que se desarrolla tiene mucho más de comunicación interpersonal que masiva, lo que supone una renovación del mediatizado mundo periodístico.

Al colocar a los medios periodísticos en el bando de las instituciones, los impulsores más radicales del periodismo 3.0 se plantean prescindir de ellos como aliados en el ejercicio de vigilancia de la política sobrevalorando la fuerza de una ciudadanía a la que creen capaz de contrarrestar el poder en una relación directa entre representantes y representados, sin mediadores. El manifiesto de Ohmynews, el diario digital pionero de lo que se ha dado en llamar periodismo ciudadano, incide en la idea de que el público, ahora que puede, ha decidido tomar las riendas de lo que le pertenece, la información, e intervenir en la elaboración de una agenda pública más próxima a lo que interesa a la ciudadanía. “Pensamos que no sólo un George Bush o un Bill Gates producen noticias sino también – y es lo más importante – personas a quienes se les permite pensar juntas. Las noticias son una forma de pensamiento colectivo. Son las ideas y las mentes de las personas las que cambian el mundo, cuando son escuchadas” (Lemann, 2006). Su redactor jefe de la edición Internacional, Yu-jin Chang, explicó

en el I Congreso Internacional de Nuevo Periodismo celebrado en Valencia en octubre de 2006 que el nuevo concepto intenta redefinir lo que es un periodista y que la premisa es que “cada ciudadano es un reportero potencial” (Espiritusanto, 2007). Añadió que Internet ha producido un cambio de mentalidad en la gente, que ya no necesita a los periodistas profesionales: “Hoy en día, ante cualquier acontecimiento, las personas no esperan a los medios de comunicación para informarse. Creen que ellos mismos son los reporteros”. El papel del periodista se reduce en estos proyectos al de un verificador de datos recogidos de las informaciones aportadas por los ciudadanos.

Los medios tradicionales, que primero reaccionaron ante los medios sociales con ignorancia, desprecio o temor, han terminado por asimilar este fenómeno de democratización de la producción de información. Han creado plataformas permanentes en sus ediciones digitales en la que cualquiera puede colgar sus propias informaciones en forma de fotos, vídeos, audio y relatos escritos. En lugar de negar la evidencia, el periodista empieza a aceptar que el público nunca debió ser una masa abstracta y no puede ser ahora visto como un enemigo, sino como un colaborador. Pero una cosa es considerar al ciudadano colaborador de la investigación de la actualidad y como participante activo del debate público y otra muy distinta es admitir que “todos somos periodistas”, como titulaba *El País* un reportaje sobre la influencia de las nuevas tecnologías en el periodismo<sup>51</sup>.

Como señalan Ortega y Humanes (2000), la decisión sobre lo que consideremos prioritario en la función del periodismo determinará el curso del ejercicio profesional y la percepción de su utilidad social. En sus investigaciones sobre el papel del periodista y la nueva realidad del periodismo de las últimas décadas, estos autores concluyen que ya no se puede entender esta tarea profesional simplemente como el relato de lo que pasa. Y sostienen que mantener este inadecuado esquema para explicar la identidad del periodista es uno de los factores que han contribuido a que se plantee si no será mejor prescindir de estos

---

<sup>51</sup> Celis, B. (2006). “Todos somos periodistas”. *El País.com*. 4 de agosto de 2006. [http://www.elpais.com/articulo/revista/agosto/Todos/somos/periodistas/elpporcul/20060804elpepirdv\\_1/Tes/](http://www.elpais.com/articulo/revista/agosto/Todos/somos/periodistas/elpporcul/20060804elpepirdv_1/Tes/) [consultado en marzo de 2007].

profesionales. En la crisis de esta identidad están muchos de los argumentos utilizados para declarar la inutilidad del periodista como mediador entre la realidad y el ciudadano: el ciudadano, con una cámara de fotos, con un móvil y con una conexión a Internet, contará lo que pasa mejor que ningún intermediario porque él sí está en el lugar de los hechos, como testigo e incluso como protagonista. “Si se democratiza el conocimiento hasta el punto de que todo el saber humano esté al alcance de un click, ¿por qué no tratar a cualquiera como periodista si existen las herramientas para poder ejercer como tal?”, se decía en el reportaje mencionado.

Desde este punto de vista sólo se podrá justificar la necesidad del periodismo si asumimos que es, en su esencia, una tarea intelectual de mediación en la conversación pública. Lo argumentaré en el siguiente capítulo.



## CAPÍTULO 5. LA DIMENSIÓN INTELECTUAL DEL PERIODISMO

*“Lucha por mantenerse libre de dogmas y de compromisos. No representa a ningún país ni a ninguna bandera, trabaja sólo en pos de la verdad.” [Mariane Pearl]*

### INTRODUCCIÓN

Hemos visto la importancia que tiene el debate periodístico en un sistema democrático, concretamente en el ámbito de la comunicación política, donde el periodista desempeña diversos roles: mediador entre gobernantes y gobernados, actor participante en el proceso de selección y tratamiento de la agenda política, etc. Al hablar del debate como un método de socialización, por su dimensión esencialmente interactiva, se llegó a la conclusión de que el protagonismo adquirido por el periodismo en el espacio público de una democracia mediática le confería una posición delicada que le abocaba a ser un escenario no neutral para el diálogo y la creación de valores. Con Habermas y otros autores inicié un recorrido argumental que, con el objetivo de pensar vías de revitalización del espacio público de las democracias en el ámbito de las responsabilidades del periodismo, parte de la confianza en el papel emancipador de los medios de comunicación entendidos como centro de reflexión generadores de diálogo y sentido en la vida cotidiana. Desde esta perspectiva de la responsabilidad de los medios en el fomento de valores cívicos y en la creación de espacios para el pensamiento libre y la discusión que refuercen la conciencia cívica de los ciudadanos surgieron -se vio en el capítulo 3- iniciativas de renovación como el Periodismo Cívico.

También se analizó el desafío de la posmodernidad, que amenaza con reducir el papel del periodismo a mero acompañamiento de los contenidos de entretenimiento o, lo que es peor, que impone la tendencia generalizada hacia la espectacularización del propio tratamiento informativo, expulsando a la razón del espacio público. En el capítulo 4 se vio cómo una de las consecuencias de la implantación de las nuevas tecnologías en la comunicación es la pérdida de peso de los intermediarios en el espacio público, hasta el extremo de que se pueda llegar a considerar al periodista como una figura socialmente innecesaria.

Lo que necesitamos ahora, por lo tanto, es reflexionar sobre la dimensión intelectual de la tarea del periodista porque -es mi hipótesis- sin ella el periodista

no podrá cumplir con eficacia el papel que le estamos exigiendo en una sociedad democrática y, entonces, sí será una figura irrelevante. La dimensión intelectual de su tarea es la única garantía de supervivencia del periodismo, lo único que hará del periodista una figura relevante e insustituible en el espacio público.

El presente capítulo se centra en el papel que cumple el periodista como protagonista de la conversación mediática que colabora en la configuración de la opinión pública. El objetivo es reflexionar sobre cómo se está redefiniendo la figura del periodista para que pueda seguir cumpliendo una misión útil para el ciudadano en la tarea conjunta de comprensión de la realidad. La incógnita principal es si los periódicos pueden todavía ejercer con eficacia de centros de reflexión en un momento de profundos avances tecnológicos que, según coinciden tanto profesionales como académicos, están provocando una transformación radical en los medios de comunicación, en la naturaleza del periodismo y en la forma que tienen los ciudadanos de informarse y expresarse.

Dos modelos me guían en la defensa de la dimensión intelectual del periodismo: uno es Ryszard Kapuscinski, que sabía que el duro esfuerzo que supone recorrer las ciudades sobre las que uno quiere informar, quedará en nada si después se es incapaz de dar sentido a esas realidades a través de la reflexión, el estudio, la lectura de libros y el análisis. Sin todo eso no podría haber dado vida y profundidad a las historias que escribió. El otro modelo es Walter Lippmann, en quien se fusionan la figura del periodista con la del intelectual porque utilizó los periódicos para intentar hacer más comprensible el complejo mundo de la política contando sólo con las modestas herramientas del periodismo y la humildad del periodista, guiado sólo con la razón y la libertad, y con la altura de miras y la ambición que da la conciencia de la importancia de la tarea de aportar algo de sentido al caos de la actualidad. Con estos ejemplos, el modelo de periodista intelectual que se ofrecerá en este capítulo será aquél que escribe con honradez, pegado a los acontecimientos, con el objetivo de darles perspectiva, y con modestia; como decía Lippmann, “sin otra guía mejor que las generalizaciones, improvisadas y precipitadas, de un hombre perplejo” (Stell, 2007: 349).

La situación hegemónica de los medios en la configuración de lo público y el protagonismo de los periodistas en la construcción del marco referencial de la sociedad son indicadores de la importancia que tiene la dimensión intelectual del trabajo del periodista para establecer la calidad del debate periodístico y los

valores que propicia. Por eso me parece importante reflexionar sobre esa dimensión intelectual del periodismo. A ello han dedicado Ortega y Humanes parte de sus investigaciones con el objetivo de fomentar entre el periodismo el reconocimiento de su responsabilidad como difusor de valores y cultura política. De la obra de estos autores como punto de partida es deudor este capítulo.

Así pues, en primer lugar, explicaré por qué la relevancia social del periodismo pasa por reivindicar su carácter intelectual y veremos cómo dar sentido a los hechos, 'empalabrar' la realidad, será el gran desafío intelectual del periodista. Repasaré también los puntos de encuentro de la actividad de los periodistas y de los intelectuales en el espacio político y, más concretamente, en la comunicación política. Finalmente, intentaré apuntar algunas ideas acerca de cómo debe ser el papel que cumplen los periodistas en su intervención en la conversación mediática, dados los nuevos desafíos culturales y tecnológicos a los que se tienen que enfrentar.

## 5.1. EL PERIODISTA COMO INTELECTUAL

### 5.1.1. La relevancia social del trabajo periodístico

El aumento del poder del periodista en la sociedad moderna, sobre todo en capacidad de influencia en el ámbito político, llevaba dentro el proceso de su propio declive. Primero es el periodista quien, confundido por el poder que se le deposita en las manos, cae en una crisis de identidad (Soria, 1987) con la que pierde el sentido de su trabajo. A continuación, era sólo una cuestión de tiempo (o de nuevas posibilidades tecnológicas) que los ciudadanos le dieran la espalda. Los periodistas conocen muy bien a los políticos, pero menos al público al que se dirigen, a quien siguen imaginando como una masa indefinida. Es lógico, pues, que la respuesta del lector de periódicos sea la desconfianza.

Cuando el director de *El País*, Javier Moreno, explicaba las razones de la última renovación de su periódico apuntaba a la necesidad de seguir siendo relevantes en el espacio público donde se conforma la opinión pública de la nación como elemento imprescindible de la democracia. Una tarea que, en su

opinión, pasa por conectar con las nuevas generaciones<sup>52</sup> y adaptarse a las nuevas circunstancias tecnológicas y los nuevos hábitos de consumo de información. Para seguir siendo relevantes, añadía Moreno, el periódico debía reinventarse con “un nuevo discurso narrativo, otra manera de contar lo que sucede, cómo se les ofrece y qué se les ofrece, un nuevo perfil de la modernidad”, pero con el mismo objetivo de siempre: “elegir las informaciones que tienen sentido para los ciudadanos, las informaciones que les ayuden a entender el porqué y el cómo de lo que pasa, las consecuencias para sus vidas, las grandes y pequeñas historias, todo aquello que los poderes no quieren que se sepa”<sup>53</sup>. Es decir, la finalidad sigue siendo “dar claves para comprender”, pero lo que cambia son las circunstancias del flujo de la información y del protagonismo del público, que hacen, incluso, más complicada la tarea del periodista, a quien se le exigirá, si quiere seguir siendo tenido en cuenta, más preparación, más formación y mayor responsabilidad. Una de las características de la “reinención de El País” es el refuerzo de las páginas de opinión, precisamente el género que encuentra su razón de ser en la necesidad de analizar los acontecimientos desde la reflexión, lo que, indudablemente, contribuirá a consolidar la dimensión intelectual de la tarea del periodista. Pero desde esta perspectiva, el nuevo contexto comunicativo reclama también del periodista un cambio de su relación con el público. Estos serán algunos de los criterios sobre los que se trazará el modelo de periodista intelectual que abordaré como conclusión de este capítulo.

En esta tesis se está defendiendo la compatibilidad de una intervención activa del ciudadano interesado en participar en el debate público con la posición todavía central del periodista en el escenario mediático puesto que realiza una tarea intelectual que requiere, además de tiempo y esfuerzo, unas capacidades especiales. Lejos de pensar que ya todos somos periodistas, sostengo con Kapuscinski que “la absorbente empresa de conocer el mundo requiere un esfuerzo gigantesco y una dedicación absoluta. La mayoría de la gente tiende más

---

<sup>52</sup> Moreno, J. (2007). “De cómo y para qué se ejerce el periodismo”. En *El País*, suplemento Domingo, pag.1, 14 de octubre de 2007.

<sup>53</sup> “El País cambia con sus lectores”. *El País*, suplemento Domingo, pp.2-3, 14 de octubre de 2007.

bien a desarrollar habilidades contrarias: mirar para no ver y escuchar para no oír” (Kapuscinski, 2006: 301). Pasión por conocer el mundo, interés por las cosas nuevas que ocurren, necesidad de vivir en el asombro, un cierto desapego para instalarse permanentemente en la actualidad y distanciarse y alejarse para buscar nuevas realidades, inteligencia para hacer las preguntas necesarias y talento para contar después lo que se ha descubierto son facultades que debe atesorar el buen periodista, pero que es absurdo pretender que cualquiera tenga la obligación de poseer. Así explica Lemann (2006) la especialización que exige el periodismo: “El periodismo -es decir, la tradición por la cual un miembro de una determinada categoría profesional cruza los límites usuales de la geografía y la clase, va a donde están ocurriendo cosas importantes, formula a los poderosos preguntas directas e impertinentes e informa, de manera confiable y en lenguaje sencillo, a un público general- (...) es una poderosa herramienta social porque proporciona a los ciudadanos una fuente independiente de información sobre el Estado y otros poseedores de poder. Parece obvio, pero el periodismo requiere de periodistas”.

El argumento más utilizado para defender la profesión periodística ha sido la siguiente: el periodista existe porque el ciudadano corriente no tiene tiempo ni capacidad para desarrollar por sí mismo todo el técnico y complejo proceso informativo. En este sentido se concluye que la plenitud del derecho a la información del público sólo se alcanza por mediación de las organizaciones informativas y los periodistas (Soria, 1988). Además, desde el punto de vista de la comunicación política, Del Rey (1996) alegaba que eliminar al mediador supone dejar a la sociedad en manos de los políticos, que actuarían en el espacio público sin competencia. Por el contrario, el periodista, cuando ejerce bien su papel de mediador, es una figura esencial de la interacción social con la que se forma la opinión pública. Porque hace algo que es demandado por la ciudadanía: ofrecer una guía a la complejidad del mundo, convertir los hechos en narraciones con sentido, interpretar las noticias según valores, sintetizar fragmentos dispersos de la realidad (Fuller, 1996).

Esta argumentación no implica dejar al margen al ciudadano o reducirlo a un papel pasivo de mero receptor de la información. Aunque la base del deber profesional de informar es la concepción del periodismo como delegación para cumplir ese papel de mediador, se trata, como vimos en el capítulo primero, de una delegación tácita y de carácter social. El derecho del informador a investigar

y difundir información “deriva del [derecho] de todos los que forman parte –él incluido- de la comunidad” (Desantes, citado en Soria, 1988). Informar es, por lo tanto, un acto de justicia porque cumple el mandato general y tácito de la comunidad. Es verdad que el público puede y debe participar como ciudadano en la actividad informativa, pero es diferente actuar en el campo informativo como ciudadano que actuar como profesional, con el ejercicio de las facultades de investigar y difundir información a título de experto, con un cierto nivel de competencia e idoneidad. “Constituye, por tanto, un sofisma mantener que, puesto que la información es un derecho humano, atribuido a todos, cualquiera puede ejercer la profesión informativa (...) cuando cualquier profesión adquiere un determinado grado de complejidad, solamente se puede responder de ese servicio profesional con la competencia y la idoneidad que da su preparación. Hace falta desconocer la profesión informativa, pretender confinarla a un permanente subdesarrollo, o tomar como característico de la información sus actividades más fáciles, rutinarias o burocráticas, para no advertir la creciente complejidad intelectual, ética, jurídica y técnica de la información contemporánea” (Soria, 1988: 175).

Por lo tanto, el auténtico valor de la figura del periodista dependerá de la propia concepción que se tenga de la profesión periodística y de la tarea encomendada al periodismo. La identidad del periodista, el modo de ser propio de la profesión informativa, el principio de todas sus operaciones informativas, su razón de ser es, como explica Soria, la realización de la justicia cumpliendo libremente el deber de información. La pregunta que habrá que plantearse entonces es si la desaparición del periodista facilita el cumplimiento del derecho del ciudadano a estar informado.

### **5.1.2. Interpretaciones que dan sentido a los hechos**

Encontrar información, evaluarla y analizarla, y comunicarla al público son las principales destrezas que debe dominar el periodista (Meyer, 1993). Como vio Weber (1992) ya a principios de siglo XX, se trata de un trabajo fundamental en el sistema social, relevante para la vida política, tan exigente como cualquier otra tarea intelectual y sometido a normas éticas con respecto al público al que sirve.

Entre la realidad y el público, el periodista, que a menudo cuenta aquello que el lector no ha presenciado, es un narrador que trata los hechos para convertirlos en noticia. McNair (1998) (citado en Borrat, 2005) define los textos periodísticos como “narrativas de la realidad” con las siguientes características: aportan alguna novedad (en los hechos o en su interpretación); presentan hechos transformados en relatos por un autor, que ha dado a los datos significado y contexto; los relatos están contextualizados en torno a un conjunto de creencias y valores; y no sólo transmiten hechos sino también actitudes, creencias y valores, que expresan una determinada visión del mundo. Por lo tanto el periodismo es un relato ideológico que da sentido a los hechos y permite comprenderlos. Interpreta una realidad en movimiento, narra los acontecimientos en el momento en el que ocurren o cuando acaban de ocurrir. Esta dimensión de interpretación de la realidad emparenta al periodismo con la literatura o la filosofía y el resto de actividades culturales con las que el hombre se aproxima a la realidad para comprenderla. Borrat (2002) ha escrito artículos que resultan muy clarificadores sobre la naturaleza del periodismo a partir de su carácter interactivo y narrativo: “La *narración* es experiencia de todos, *interacción*, manera de conocer, de *comprender interpretativamente* a los otros (asignándoles intenciones, intereses, expectativas, deseos imaginados, sospechados, inferidos) y a nosotros mismos (buceando en nuestra subjetividad) y de *explicar causalmente* (mediante hipótesis nunca verificables acerca de posibles cadenas de causas y efectos) la *interacción social*, núcleo y trama de todo relato mediático. Comprender narrando y explicar narrando son acciones básicas tanto en los relatos de la actualidad como en los relatos de ficción”.

La dificultad de empalabrar la realidad será el gran desafío intelectual del periodista. “Si el periodismo es un ejercicio interpretativo, con todas las consecuencias positivas y negativas, podemos concluir que el periodista es un intelectual. Su trabajo consiste, entonces, en poner la realidad en palabras o imágenes que en los términos descritos por Lluís Duch no sería otra cosa que

empalabrar la vida tal como hacen los poetas, los científicos, los novelistas, los ensayistas, los políticos, los teólogos o los filósofos”<sup>54</sup>(Sáez, 2005: 100).

Como decía Phil Graham, editor de *The Washington Post*, el periodismo asumía la “tarea, inevitablemente imposible, de ofrecer todas las semanas el primer borrador de una historia que nunca va a completarse, sobre un mundo que nunca podremos entender del todo” (citado en Graham, 1999: 273). En eso consiste el principal desafío intelectual del periodista, que “escribe con la historia en vilo, sometido con frecuencia —y con los hechos calientes todavía— a la presión de interpretar la historia cuando la historia aún no se ha decidido” (González Prada, 2005: 27). Por su parte, la tarea esencial del intelectual consiste en construir universos simbólicos que formen el marco cultural que cada sociedad necesita para conocerse y reconocerse como un ente cohesionado. Este marco referencial se construye de forma colectiva, desde diversos ámbitos de la sociedad. Pero, como expuso en 1930 Ortega y Gasset<sup>55</sup>, la prensa irrumpió como un nuevo tipo de foco intelectual y ganó rápidamente una posición predominante por su propia vinculación natural con la actualidad, que también es un elemento esencial de la vida pública.

La fuerza que han ido adquiriendo los medios de comunicación en la sociedad moderna ha supuesto el auge de un modelo de intelectual con características propias y que encajan con las reglas de los medios e incluso ha terminado por fusionar las figuras del intelectual y del periodista. Desde sus orígenes, el periódico rivaliza con el libro como cauce de comunicación escrita con la sociedad. A partir del siglo XVIII, los pensadores que solían publicar ensayos en formato de libro empiezan entonces a publicar sus textos en los periódicos, donde tienen que adaptar su estilo puesto que ya no se dirigen a un público de

---

<sup>54</sup> En catalán en el original: “Si el periodisme és un exercici interpretatiu, amb totes les conseqüències positives i negatives, podem concloure que el periodista és un intel·lectual. La seva feina consisteix, aleshores, a posar la realitat en paraules o imatges que en els termes que descriu Lluís Duch no seria altra cosa que “emparaular” la vida tal com fan els poetes, els científics, els novel·listes, els assagistes, els polítics, el teòlegs o els filòsofs”.

<sup>55</sup> Ortega y Gasset, J. (2007). *Misión de la universidad*. Biblioteca Nueva. Madrid.

especialistas sino a un público general. “La abstracción propia del mensaje filosófico, urdida hasta entonces en la universidad, ha de transformarse, al desembarcar en las páginas de la prensa, en un mensaje concreto y comunicable para un público no especializado” (Blanco, 2005: 106). Pero ¿es el periodista quien ejerce de intelectual o simplemente lo que ha ocurrido es que el intelectual se ha diluido o rebajado a la categoría de periodista? Esta segunda opción es la que denuncian autores como Ortega y Humanes (2000) cuando sostienen que el nuevo intelectual mediático destaca por su ingenio más que por la solidez de sus argumentos, por su puesta en escena más que por su profundidad. Según esa teoría, el periodista suplanta al intelectual, hace su trabajo, adquiere su poder, pero se niega a asumir su responsabilidad.

El punto de vista que aquí quiero desarrollar parte de la idea de que los medios son el escenario en el que diversos actores sociales desempeñan tareas y papeles diferentes. Los intelectuales, personas que quieren, al margen de su profesión habitual, intervenir en la vida pública, sólo pueden hacerlo a través de los medios de comunicación. Cuando la prensa se convierte en escenario central del debate intelectual impone su estilo propio, es decir, fragmentario, accesible, breve, pero sin renunciar al objetivo común del ensayo filosófico de comprender la realidad.

¿Cuál es el papel de los periodistas y de los intelectuales en este contexto? Cumplen dos funciones básicas: en primer lugar, una función cultural como fuente de sentido común de la sociedad actual, al proporcionar significados que forman el marco simbólico de una comunidad, guías de comportamiento, mapas para orientar a los ciudadanos en sus proyectos colectivos y cánones del gusto cultural; y en segundo lugar, una función moral: ese mapa orientador se dibuja desde unos valores y tiene un objetivo de mejora de la vida social. Su creciente capacidad de influencia en las decisiones individuales y en la orientación cultural ha llevado al periodista-intelectual a erigirse en conciencia moral de la sociedad. Los medios organizan el conjunto de valores en torno a los que se articula la confrontación pública sobre los temas de actualidad, “forman parte integrante del conjunto de instituciones que contribuyen a plasmar las opiniones morales de las personas” (Wolf, 1994: 160).

Esta es la tarea intelectual del periodista expuesta por Ortega y Humanes (2000: 199 y ss.) y que respalda pero sin los matices valorativos que llevan a estos

autores a un enfoque muy crítico según el cual el periodista, dueño de la verdad, se expresa como profeta que pontifica desde su púlpito con el objetivo de influir más que de informar apropiándose de la facultad de difundir un canon cultural, que antes estaba en manos de los expertos y especialistas, y lavándose las manos del clima moral y cultural que impera y que han contribuido a construir. En mi opinión, estos autores caen en el error denunciado por Weber (1979) de juzgar a los periodistas “de acuerdo con el comportamiento de sus miembros moralmente peores”. Si lo vemos por el lado positivo, la principal consecuencia del predominio del periodismo en el debate es la democratización de la palabra.

El cultivo del conocimiento, la pretensión de proporcionar desinteresadamente la verdad (información objetiva al servicio del público) y la capacidad de comunicarla son las competencias que emparentan al periodista con el intelectual tradicional. Entre los cometidos intelectuales destacan la representación de las opiniones diversas de la ciudadanía, la legitimación del orden social relacionando e interpretando aspectos determinados y silenciando otros, la difusión de valores morales con el propósito de vigilancia y pedagogía, otorgamiento de notoriedad y prestigio, difusión de modelos sociales, etc (Ortega, 1992).

Así, según el estudio realizado por Weaver en 1998, las principales funciones que el periodista está llamado a desempeñar son las siguientes: ofrecer información rápidamente, investigar al gobierno, analizar e interpretar los problemas complejos, discutir la política, ser adversario de los poderes públicos, desarrollar los intereses intelectuales de la audiencia y ofrecerle la oportunidad de expresar sus opiniones (Ortega y Humanes, 2000: 118). El periodista va asumiendo roles que al responder a un aumento de su influencia y poder lo acercan cada vez más a la figura clásica del intelectual. A la misma vez, es la dimensión intelectual de su trabajo (la producción del conocimiento social) lo que convierte a los periodistas en grupo dirigente. Por eso no parece congruente señalar que los medios se han convertido en la fuente de universos simbólicos más importante de la sociedad actual (Berger, 2002) y a la vez concebir el periodismo como un simple oficio de difundir información. Es una simplificación inadecuada identificar el periodismo con la simple intermediación entre los acontecimientos y el público a través de la noticia entendida en su sentido estricto

(Ortega, 1992). No es casual que el verbo informar, procedente del latín, signifique no sólo publicar hechos sino también formar la mente.

### **5.1.3. El conocimiento en los medios**

Millones de personas dedicaron la fría tarde del sábado 15 de febrero de 2003 a manifestarse en la calle en contra del inminente inicio de la guerra de Irak. No habían viajado nunca a Bagdad ni habían investigado por sí mismos la posibilidad de que Sadam Husein les amenazara con armas nucleares ni habían escuchado personalmente las razones de Bush, pero tenían un juicio lo suficientemente bien formado como para decidir que valía la pena dejar a un lado sus asuntos privados y sus planes de ocio para expresarse públicamente. La mayor parte de los datos, impresiones y argumentos con los que habían formado su opinión les llegaron a través de los medios.

Éste es sólo un ejemplo de la importancia que tiene el sistema mediático en el conocimiento que el individuo tiene de la realidad social y en la formación de sus opiniones sobre los más variados asuntos. Gran parte del conocimiento del mundo lo obtenemos a través de los medios de comunicación, que determinan el modo en que el ciudadano se compromete con la vida pública. “Nuestra percepción del mundo está construida a partir de observaciones y experiencias indirectas y de las que los medios de comunicación nos proporcionan actitudes, interpretaciones y conclusiones previamente organizadas” (Sánchez Noriega, 1997: 21).

El periodismo proporciona un sistema propio de conocimientos y creencias sobre la realidad con cierto contenido moral. Esos conocimientos y creencias se caracterizan por ser efímeros (por la materia prima con la que son elaborados: la actualidad-novedad) y a la vez con un trasfondo cultural estable, un marco general en el que se integran los acontecimientos. Algunas características que Ortega (1992) señala como modos específicos de conocimiento del periodismo, y que hay que tener en cuenta porque matizarán la dimensión intelectual del periodista, son las siguientes:

- El ámbito de competencia del periodista es la realidad, es decir, todo es susceptible de ser abordado informativamente. Como especialista en todo, el periodista aborda problemas que ya de por sí son complejos para los especialistas.

- Su atención prioritaria a la novedad. Excluir lo que no es reciente del campo de interés periodístico deriva en un conocimiento efímero, fragmentario y asistemático. La urgencia de la comunicación periodística limita la necesaria reflexión y profundidad que exige el trabajo intelectual.

- El predominio de la lógica mediática ayuda a conformar una cultura simplificadora sometida al imperio de los titulares y en la que la discusión cultural o política se guía por los mismos criterios del periodismo, de forma que la reflexión intelectual mediática se contamina de tópicos, banalidades reduccionistas y propaganda.

Estas limitaciones condicionan la forma de acercarse a la realidad que tiene el periodista. Pero aun con estos condicionantes, la agenda de los medios proporciona una parte importante del horizonte de referencia cultural de la sociedad. Teorías como la de la dependencia (formulada por Ball Rokeach y De Fleur en 1976), la 'Agenda Setting', la teoría del cultivo (de Gerbner, también en los años 70), la teoría de la construcción social (Berger y Luckmann, 1983) o las teorías del Encuadre o Framing<sup>56</sup> han desarrollado ideas apuntadas por Lippmann en los años 20 y por Lazarsfeld en los 50 sobre la función socializadora de los medios como constructores de imágenes y representaciones mentales de la realidad (Wolf, 1994).

Aunque el principio legitimador al que acuden los medios es su pluralidad y su aspiración a la objetividad al servicio del ciudadano, la descripción de la realidad que ofrecen es problemática. Y lo es, en opinión de Ortega y Humanes (2000), porque su producto cultural más destacado es el mito creado por la personalización de la realidad y que en el ámbito de la comunicación política tiene la consecuencia de sustituir el razonamiento y la reflexión por la emoción, el impacto y la imagen. En esta cultura sin criterio de los medios de masas se corre el peligro de que consigan protagonismo élites sin responsabilidad y sin la

---

<sup>56</sup> El enfoque interpretativo que hace un medio de un acontecimiento es "contenido manifiesto que evoca contenido ausente, y que, al utilizar resonancias culturales, ayuda a hacer más comprensible el mundo social, a la misma vez que implica un juicio sobre el mismo" (Canel y Sanders, 2006: 59).

suficiente capacidad y que acaben imponiendo como dominante una cultura banal en la que hasta el pensamiento acaba reducido a una forma de diversión sin la claridad de conceptos y disciplina mental necesarias para el aprendizaje. El resultado de todo ello es la habituación a una forma de pensamiento “disperso y refractario a las complejidades; a una forma de razonamiento que pone el énfasis no en los argumentos sino en la fuerza dramática y expresiva de quien los emplea” (Ortega-Humanes, 2000: 22). Con razón se quejaba amargamente el presidente francés, Nicolas Sarkozy, de la tendencia de la prensa a relegar las noticias importantes cuando tiene entre manos asuntos secundarios pero con interés humano: “Hace 48 horas, toda la prensa gritaba que la gran huelga masiva era un acontecimiento crucial. Un gran mano a mano decisivo con los sindicatos. Ningún periodista francés me ha preguntado por ese acontecimiento. Y la primera pregunta fue para hablar de mi vida familiar”<sup>57</sup>.

Se suele hablar de los medios como una instancia aislada o independiente que se dedica a difundir una interpretación de la realidad fragmentada, inestable, sospechosa cuando no falsa, con unos valores cambiantes, lo que tendría efectos culturales nocivos. No obstante, para esta investigación sobre el debate político en el periodismo, no es así como quiero enfocar los medios, sino como un lugar en el que la propia sociedad reflexiona sobre sí misma, por lo tanto los medios en este sentido no son agentes que producen una determinada realidad, sino simplemente el campo de juego de los actores sociales que intervienen en la conversación pública. Espacios donde los individuos y distintos grupos sociales pueden defender sus argumentos, arenas discursivas (Fraser, 1992) abiertas a la diversidad opiniones de una sociedad. A este respecto también nos vale el ejemplo del presidente francés, que en su queja sobre la orientación de la agenda temática de los medios olvidaba, curiosamente, que fue él quien decidió anunciar su divorcio el día de la gran huelga. Por lo tanto, no parece útil aquí profundizar en la hipótesis de que los medios han sustituido a la tradición como fuente de valores y códigos de conducta, porque es más bien *en* los medios donde los actores sociales discuten sobre esos valores y cruzan diferentes significados de la realidad investigada.

---

<sup>57</sup> ABC, 20 de octubre de 2007, p.32

En este punto sí compartimos la perspectiva de Ortega y Humanes cuando señalan que los medios han modificado las dos formas de saber que regulan nuestra vida cotidiana: el sentido común y la experiencia. “La tradición mediática no es una memoria histórica consolidada, sino una inestable fuente de sentido que exige se le preste una atención continuada. Y la experiencia no es más una duda surgida en y resuelta por el individuo, sino la puesta en cuestión que del mundo efectúan los medios, y cuya respuesta se encuentra justamente en la renovación de información que de él ofrecen” (Ortega y Humanes, 2000: 25). Por lo tanto se puede decir que los medios amplían nuestra experiencia individual sobre la realidad vivida, proporcionan al individuo una colaboración en la tarea de aportar sentido a la realidad, le obligan a contrastar su mirada con la mirada de otros y le ponen a su disposición ese trasfondo de referencia compartido por una comunidad. El periodista construye un escenario y es un actor más, pero no escribe el guión. No son los periodistas los únicos responsables de que el divorcio de Sarkozy ocupe un espacio destacado de la agenda temática del espacio público. El conocimiento mediático será siempre compartido y puesto en común en un proceso permanente del que ningún ciudadano puede sentirse ajeno.

#### **5.1.4. La creación interactiva de sentido y sus limitaciones**

Los medios ofrecen al público horizontes de referencias, un mundo compartido, pero siempre abierto a la discusión y la crítica. Ningún medio ha impuesto un valor o una creencia, sus mensajes siempre pueden ser puestos en entredicho desde otros medios. Los mismos medios que difundieron los informes que sirvieron para justificar la guerra de Irak fueron los encargados de descubrir que esos informes eran erróneos. Los medios que sirvieron para que muchos ciudadanos respaldaran el ataque a Irak también sirvieron para que tantos otros admitieran tiempo después que se habían equivocado<sup>58</sup>. En los días posteriores a

---

<sup>58</sup> En 26 de mayo de 2004, el *New York Times* publicó una dura autocrítica por los errores cometidos en la cobertura de la guerra de Irak y reconoció que había publicado informaciones que pasaban todos los controles sin ser cuestionadas, afirmaciones no comprobadas e historias basadas en datos falsos proporcionados por fuentes oficiales. El

la publicación de la sentencia por los atentados del 11-M en Madrid, *El País* elaboraba un reportaje titulado 'La gran fábrica de mentiras', con el que pretendía denunciar las manipulaciones de su competidor *El Mundo*, que había hecho lo propio denunciando que "El País publicó numerosas informaciones falsas sobre El Egipto y manipuló su imagen para amoldarla a la versión oficial"<sup>59</sup>. Y eso ocurre precisamente porque el conocimiento en los medios es tan influyente como provisional, tan impactante como dinámico. Turbulento, agitado, inestable, enriquecedor, a veces semejante al apacible dicurrir de una conversación, otras como un coro uniforme y otras como un caótico griterío. Pero siempre caracterizado por su interacción. Porque, como señala Borrat (2005), el periodismo es un narrador polifónico y su conocimiento es el fruto de un proceso comunicativo desarrollado en interacción social. El periodismo congrega voces diversas para convocar a los lectores en un proceso comunicativo que se desarrolla en una red de interacciones que convierten tanto a los autores como a los lectores en narradores. "Narrar -conocer, recordar, esperar, argumentar, influir- es interactuar", dice Borrat (2005). Por lo tanto, el periodismo es en su esencia una narración polifónica con dimensión social que aporta significado a los hechos de actualidad.

Es a partir de los años 80 cuando empiezan a destacar los estudios sobre los medios de comunicación como constructores de realidad social y su impacto en la percepción que de ella tiene el público desde la constatación de que los medios no sólo informan de hechos sino que plasman la realidad y el contexto sociopolítico.

---

16 de julio de 2004, El *New York Times* publicó un editorial ("A Pause for Hindsight") en el que pedía disculpas al público por sus errores en la cobertura de la guerra de Irak. En agosto de 2004, *The Washington Post* imitaba a su periódico colega y, en un largo artículo que arrancaba en la portada, reconocía y lamentaba haber dado demasiado valor a las afirmaciones de la Casa Blanca sobre la guerra sin darle el mismo peso a quienes criticaban las razones de Bush.

<http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9503E1D7143AF935A25754C0A9629C8B63>

<sup>59</sup> *El País*, 4 de noviembre de 2007, pp. 18 y 19

*El Mundo*, lunes 5 de noviembre de 2007, pp. 14 y 15.

La Teoría de la Construcción Social de la Realidad (Berger y Luckmann, 1983) reflexiona sobre la importancia de la ideología y de los intereses de los medios de comunicación en la elaboración de las imágenes del mundo. Los medios aparecen como determinantes en la percepción que tenemos de los hechos, normas y valores de la sociedad porque son ellos quienes representan lo social seleccionando los temas.

Representación social se entiende como el proceso por el cual el individuo puede aprehender el entorno a través de la exposición de las diferentes interpretaciones de los acontecimientos (Miguel, 2003). En este sentido, los medios construyen realidad y en ellos “los periodistas tienen un rol socialmente legitimado e institucionalizado para construir la realidad social como realidad pública y socialmente relevante” (Rodrigo Alsina, 1996: 30). El periodista acepta que su cometido, según coinciden las encuestas realizadas, es “erigirse en conciencia reflexiva de los individuos y de la sociedad (...) proporcionarles materiales con los que tomar decisiones que afectan a su vida”, influir en las conductas, guiar a la gente para encauzar sus vidas (Ortega y Humanes, 2000: 193 y ss.). La narración de la actualidad sirve hoy en día como referencia imprescindible para la toma de decisiones individuales. Esta capacidad de proponer modelos y de hacer visible a la sociedad es el rasgo principal de los medios de comunicación y su posición de protagonismo da a los periodistas un cierto control del espacio público. Así pues, este papel mediador del periodismo se concreta en dos funciones: reflejan la realidad y construyen realidad.

Se puede decir, por consiguiente, que el periodismo es una representación simbólica de acontecimientos seleccionados de un entorno social. Selecciona los acontecimientos que formarán el marco social de referencia cultural decisivo para configurar las estructuras cognitivas y las pautas de conducta. Para cumplir este objetivo el periodista debe disponer de una concepción sobre lo que es la sociedad, un criterio sobre lo relevante y un método de captación y descripción de la realidad. Es decir, el trabajo periodístico exige recursos intelectuales y valores, una cierta forma de mirar, una óptica particular que depende de la formación individual de cada periodista y de la mentalidad arraigada en el colectivo periodístico o un sentido común profesional, las rutinas que simplifican el trabajo de selección e interpretación de cada periodista.

La selección y la jerarquización son las dos operaciones fundamentales de la producción informativa. En la función periodística de denominar el acontecimiento, los medios realizan una serie de operaciones (Rositi, citado en Rodrigo, 1996: 128) entre las que destaca una decisión sobre la relevancia y una selección sobre la base de un cálculo de valores de verdad, una jerarquización que tiene en cuenta las expectativas del público, una contextualización y una aportación de explicaciones e interpretaciones que incluye la asignación de valores positivos o negativos a los acontecimientos seleccionados.

Al proceso de selección de un tema y su colocación en el centro de atención pública se le denomina tematización, que es una de las funciones sociales más importantes de los medios porque en ella se concreta su dimensión cognoscitiva valorativa y porque sirve, como explica Rodrigo (1996: 135), para que la opinión pública “reduzca la complejidad social” y para facilitar la comunicación entre los diversos sujetos llamando la atención sobre los temas comunes relevantes.

La teoría de la Agenda Setting, formulada por McCombs y Shaw en 1972 (McCombs, 2006), se centra en el estudio de la capacidad de los medios de canalizar la información como uno de sus más importantes efectos sociopolíticos. Lo que destaca esta teoría, denominada también tematización o canalización periodística de la realidad, es la evidencia de que “los medios industriales de comunicación ejercen una influencia decisiva en la libertad formal de opinión de las gentes, como consecuencia del condicionamiento previo de lo que es o no es ofrecido a nuestra atención por dichos medios” (Dader, 1990). El lector busca información en los medios para construirse un mapa cognitivo con el que explicarse el mundo. Aunque en los medios encuentre una realidad de segunda mano, imágenes y estereotipos, no deja de satisfacer la necesidad de respuestas, superficiales o profundas, falsas o verdaderas, al acontecer diario. La importancia de los medios, viene a señalar esta teoría, reside en su capacidad de orientar al lector en sus pensamientos al ofrecerle ciertos temas y al silenciarle otros.

La complejidad del sistema social y sus diversos subsistemas contrasta, según Luhmann (2000), con la necesidad que el sujeto individual tiene de simplificación. Por eso, los medios ejercen para el ciudadano una función de definición de la realidad e integración social. La canalización periodística es, para este autor, según explica Dader (1990), “la respuesta natural a la necesidad acuciante de simplificar nuestra relación cotidiana con el mundo, con el agravante

además – frente a los mecanismos de simplificación de los otros subsistemas – de que los receptores de información periodística carecen de auténticos puntos de contraste evaluador sobre la selección informativa operada”. Como consecuencia, frente a la concepción liberal de opinión pública como producto de un debate racional, Luhmann la define sólo como “un mecanismo psicosocial de reducción de la complejidad social, inabarcable por los individuos, y limitado a esos pocos asuntos – y en sus referencias básicas – que los medios periodísticos revisten de atención pública” (Dader, 1990). Es la tematización periodística la que construye la opinión pública y no el debate libre, abierto y plural en el seno de la sociedad. No obstante, este tipo limitado de participación en el debate público sería suficiente para los ciudadanos de las sociedades actuales tan complejas.

Como advierte Dader (1990), “Luhmann no entra en la casuística de qué otros agentes sociales pudieran predeterminar o competir con los medios periodísticos en la producción del proceso”. Este aspecto, sin embargo, es ineludible en la argumentación de esta tesis. Como señala Wolf (1994), la eficacia de estos estudios pasa por tener en cuenta que en esta función los medios no actúan aisladamente sino en una dinámica de interacción constante entre diversos planos de experiencia social. Abordados así, se puede analizar cómo los medios son recursos cognoscitivos y sociales para la interacción de los sujetos, un poder que “fluye a su través y se adapta a las estrategias con las que los sujetos atraviesan continuamente los confines que separan los diversos planos de la realidad social” (Wolf, 1994: 115). Es decir, la construcción de la realidad social se realiza en interacción con la audiencia y otros actores sociales en un proceso de producción, circulación y reconocimiento a partir de un pacto social e históricamente definido en el que “a los periodistas se les atribuye la competencia de recoger los acontecimientos y temas importantes y atribuirles un sentido. Este contrato se basa en unas actitudes epistémicas colectivas que se han ido forjando por la implantación del uso social de los medios de comunicación como transmisores de la realidad social de importancia pública” (Rodrigo, 1996: 31). Los medios proponen los temas de conversación y establecen el orden de prioridades, en un proceso repetido, constante y público. El lector dialoga con el medio sobre estos temas y “la atención pública y la opinión pública quedan enmarcados en el espacio público informativo” (Monzón, 1987: 131).

Según las explicaciones de Rodrigo (2002: 149-164), la construcción de la realidad que realizan los medios es un proceso con distintos niveles de articulación. La especificidad de la construcción social de la realidad por parte de los medios pasa por un pacto de reconocimiento con el público, con quien se comparte un horizonte social cognitivo. Los medios operan sobre otras construcciones de la realidad surgidas de la experiencia social; de modo que el periodista, como especialista, las redefine y reconstruye situándolas en un contexto informativo.

Mauro Wolf también insiste en que los efectos cognitivos de los medios se producen en una acción de interacción con otros factores sociales y extramediales y a través de los filtros que modulan los mensajes antes de llegar a los receptores. Es decir, que los medios no constituyen la única fuente de percepción de la realidad y mucho menos de construcción de la experiencia. Por eso, este autor es partidario de una perspectiva de múltiple interacción social, contraria a la visión de los medios como poderosa correa de transmisión de los valores hegemónicos, para analizar la complejidad de las influencias cognitivas de los medios. De modo que el alcance de la construcción de realidad de los medios está limitada por la intervención de otros componentes del sistema social y las reglas de noticiabilidad (Wolf, 1994: 145 a 163). Según la teoría del framing, en el establecimiento de la agenda influye tanto la decisión del medio como la predisposición que el público tiene a recibir una determinada interpretación. Aunque en muchas ocasiones la interpretación final la hace el periodista, éste actuará siempre según marcos comunes de interpretación de lo que es noticia. La influencia del encuadre de las noticias está limitada por los procesos de interacción entre medios y destinatarios. Es decir, la opinión pública es también parte del proceso por el que los periodistas cristalizan el significado del discurso público (Scheufele, 1999). Esta perspectiva, que completa la teoría de la agenda-setting al resaltar la importancia de la canalización previa sobre valores, relativiza la responsabilidad que se atribuye a los medios por las distorsionadas interpretaciones de la realidad que se denuncian a diario desde las posiciones críticas que tienden a ver en el periodismo la culpa de todos los males de la sociedad actual.

El reflejo de la realidad que ofrecen los medios es forzosamente limitado, parcial, incluso simplificador, enfocado desde puntos de vista variados, personal

y variable, y matizado casi siempre por grupos de influencia social que se imponen como fuentes informativas. La tematización siempre es el resultado de un proceso colectivo en el que intervienen todos los medios, las fuentes y el público; y que está influido por numerosos factores externos como la competencia de los diferentes acontecimientos, de manera que un suceso importante será desplazado de las primeras páginas de los periódicos por otro más reciente. La reportera Maruja Torres lo llama Ley de Arquímedes del periodismo: “Cada nueva información importante desplaza y solapa a la anterior, no importa cuál sea su volumen e importancia objetivas –basta con la importancia que nuestro punto de vista les conceda-, del mismo modo que la anterior solapó a la precedente y, echando para atrás, deténganse ustedes mismos donde quieran. Luego uno se queda con un apretujado montón de solapas, porque no crean que la aparición de otro conflicto o barullo producen el efecto de que su predecesor desaparezca. Sólo los comprimimos en esa cartera sudada en la que apretujamos lo que queda pendiente. Hasta que, pum, algo de lo aplazado estalla de nuevo. Y volvemos a empezar”<sup>60</sup>.

Cuando el periodista trabaja por propia iniciativa (reportajes originales, periodismo de investigación) le está diciendo al público “así es este aspecto de nuestra sociedad, yo le he visto y lo cuento”. Esa era, por ejemplo, la pretensión de los nuevos periodistas, según lo explica Tom Wolfe. El objetivo final es mostrar al lector la vida real de los personajes: así es como viven, esto es lo que hacen, así son (Wolfe, 1975). Cada semana hay representaciones de este tipo. No agota la realidad, es sólo una aproximación, un vistazo más o menos profundo de algún aspecto de ella, pero sí puede ser un intento sincero de ser fiel a ella. Sin embargo, una errónea concepción de lo que es la sociedad y sobre los criterios de relevancia, e incluso las propias condiciones objetivas del trabajo de elaboración del producto periodístico (urgencia, rapidez, inmediatez, brevedad, limitaciones de espacio y tiempo) dan lugar, irremediabilmente, a representaciones simbólicas de la realidad más o menos distorsionadas.

---

<sup>60</sup> *El País*, 2 de agosto de 2006.

Esa representación simbólica, cuando no es producto de una elaboración de auténtica información (veraz, interesante, relevante) resulta inútil y perjudicial para el ciudadano, que no ve en ella apenas nada relacionado con lo que él percibe como la vida real. Se comete el postmoderno “crimen perfecto” denunciado por Baudrillard (2000): la desaparición de la realidad en esa tupida red de relatos sobre relatos, en una información sólo referida a sí misma.

Cada día se comete un crimen de este tipo en las páginas de periódicos, fuertemente ideologizados y enfrentados por cuotas de mercado y de poder, de forma que el lector encuentra representaciones de la realidad no sólo plurales, lo que sería bueno e inevitable, sino incompatibles, como en el caso mencionado de las informaciones sobre el 11-M. Se aboca al ciudadano a elegir no entre dos versiones plausibles de la verdad sino entre dos denuncias de mentiras. Este es el aspecto más perturbador del periodismo y, quizá, el causante de su galopante pérdida de credibilidad entre un público que se siente perplejo y despreciado ante unos medios que le exigen un acto de fe (¡cree en mí!) sin dignarse a prometer a cambio un esfuerzo de honradez e investigación.

Esta situación lleva a autores como Ortega y Humanes (2000: 67) a poner en cuestión la función de mediación del periodismo, que habría claudicado de su responsabilidad de mediar entre el ciudadano y los representantes sociales para limitarse a mediar sólo entre representantes autodesignados, haciéndolo además no desde criterios intelectuales propios sino voluntariamente sometido a las exigencias de las fuentes. Al renunciar, por comodidad, a aquello que lo define -el criterio propio e independiente para filtrar la información al servicio del público-, el periodista se convierte en una marioneta en manos de las fuentes poderosas, con lo que pierde el respeto de las fuentes y la credibilidad ante el público. El periodismo de declaraciones y ruedas de prensa, sobre todo en su última modalidad de comparencias de políticos sin opción a preguntas, rebaja la información a mera exposición de opiniones y difusión de pseudoacontecimientos (noticias que sólo son proyectos fruto de la voluntad de fuentes interesadas) que empobrece la imagen de la realidad social que llega al público.

Es decir, el periodismo, desprendido de su dimensión intelectual y reducido a un rutinario dispensario de noticias preparadas por otros, pierde su identidad y acaba siendo inútil a ojos del ciudadano, cuando no nocivo puesto que lo que difunde es falso, interesado o manipulado.

No obstante, cuando se arremete contra los medios porque construyen la realidad (esa realidad prefabricada por las fuentes con poder) lo que se está haciendo, en mi opinión, es confundir precisamente la realidad con su representación. El producto de los medios es una representación de la realidad, sí, con sus propias condiciones y limitaciones, pero no es la realidad misma. No obstante, el periodismo, además de construir la realidad, también puede descubrirla. A pesar de que los gobiernos fabricaron pruebas y difundieron mentiras para crear un clima de opinión favorable a la invasión de Irak<sup>61</sup>, el mapa de la realidad que dibujaron los medios empujó a la ciudadanía en una dirección contraria a la que pretendía el poder. Es decir, los medios en su conjunto y con su mezcla de puntos de vista, ofrecieron un mapa defectuoso, con numerosos errores y datos falsos, un conocimiento limitado, muy influyente para la opinión pública, pero también, en ocasiones, acertado porque, al fin y al cabo, está elaborado por una pluralidad de individuos.

#### 5.1.5. El abordaje de la complejidad

El resultado final de cada discurso periodístico es la construcción de un mundo posible, según el concepto de Eco tomado por Rodrigo para comparar al periodista “con una especie de lector privilegiado de acontecimientos [el mundo real], a partir de los cuales va construyendo mundos posibles [encajados en un marco de referencia cultural] que luego transmitirá al auditorio” (Rodrigo, 1996: 187). El periodista recoge los hechos, evalúa su importancia según los marcos de referencia cultural (modelos que permiten comprender los hechos) y relata mundos posibles que pueden ser verificados en el mundo real. La virtud que

---

<sup>61</sup> Hersh, S. “Selective Intelligence. Donald Rumsfeld Has His Own Special Sources. Are They Reliable?” *New Yorker*, 12 de mayo de 2003. [http://www.newyorker.com/archive/2003/05/12/030512fa\\_fact](http://www.newyorker.com/archive/2003/05/12/030512fa_fact) [consultado en enero de 2007]

Fresneda, C. “La fábrica de mentiras. Las supuestas pruebas contra Bagdad”. *El Mundo*, 1 de febrero de 2004. <http://www.elmundo.es/papel/2004/02/01/mundo/1575949.html>

hacia de Lippmann un periodista tan valioso era su capacidad de sintetizar un tema complicado y exponerlo con un lenguaje que el lector medio pudiera comprender. Como analista político su cometido principal, decía, era poner en perspectiva los acontecimientos. En esta elección de los marcos de referencia reside todo el peso intelectual de la producción del discurso periodístico porque de ellos depende que la audiencia comprenda el mensaje y se fíe de él. Responder a las clásicas cinco preguntas (las cinco w's), tarea básica del redactor de noticias, implica un marco de interpretación en el que tienen un papel estelar los valores. En el modelo de referencia cultural que aplique el periodista a los hechos para interpretarlos reside la calidad de su discurso. Hay pues un tipo de selección previa referida a los valores sociales vigentes, que explicaría el por qué del éxito público de unos temas en lugar de otros.

Hay noticias o temáticas que seleccionadas por los medios en un momento tienen una actualidad efímera, pasan sin pena ni gloria. Otros temas por el contrario – ni más graves ni decisivos, analizados fríamente–, corren como reguero de pólvora en cuanto son presentados por algún medio; se diría que caen en terreno especialmente abonado para despertar la atención general” (Dader, 1990). Una insuficiente reflexión sobre el marco adecuado tendrá como consecuencia mensajes rutinarios, tópicos, superficiales y estereotipados. Marcos de referencia ideológica o políticamente interesados dan lugar a la desinformación o la manipulación. Como se ha visto con Luhmann, los medios reducen la complejidad. Tratar con hechos complejos exige un esfuerzo de síntesis, que debe ser resultado de una previa profundización. Cuando no se da ese primer paso, la reducción de la complejidad cae en la simplificación. Una forma de simplificación es el comportamiento de los medios que más que construir la realidad lo que hacen es reconocerlo tal como previamente una sociedad ha aprendido a apropiárselo. Cuando fue asesinada la ex primera ministra Benazir Bhutto, los medios tomaron la opción de la simplificación al analizar el suceso desde el punto de vista del paralelismo histórico con las tragedias ocurridas en la familia Kennedy. Casos como éste refuerzan las teorías que dicen que el periodista trabaja en el contexto perceptivo-valorativo de su sociedad y lo que hace es reforzar aquello que el público espera o es capaz de comprender. De modo que sólo tendrán éxito las interpretaciones que estén de acuerdo con los valores sociales vigentes. Para Dader (1990), esto supone una

reducción de la realidad en lugar de una profundización en ella. La prensa no contribuiría así a comprender el mundo abriendo perspectivas nuevas al público sino que se limitaría a halagar al público, sin desafiar su posición de comodidad ante la realidad y sus propias convicciones, sirviéndole simplemente como un bastón para moverse en su oscuridad, pero sin aspirar a iluminarla aunque sea débilmente. “El efecto de la canalización periodística llega mucho más lejos y con consecuencias sociales mucho más profundas que la mera disyuntiva entre unos temas destacados u otros. Porque afecta no sólo a que nos fijemos en unos asuntos, sino a que veamos cada vez más limitadas nuestras capacidades cognitivas o perceptivas para ocuparnos de cualquier asunto que no encaje en las estructuras de percepción que habitualmente nos son fomentadas desde el rutinario cuadro cotidiano de la visión periodística del mundo” (Dader, 1990).

¿Esta canalización ciertamente empobrecedora funciona igual en todos los géneros periodísticos? Aunque es cierto que la selección de los artículos de opinión que se publican se hará teniendo en cuenta esos mismos valores sociales dominantes, también lo es que el género de opinión tiene finalidades distintas a las de los géneros informativos y una de sus características diferenciales será precisamente el desafío de los pensamientos dominantes con “perspectivas frescas”. Y así como suele ser habitual que las interpretaciones de las noticias que la redacción hace coinciden con la interpretación sostenida por la perspectiva ideológica del periódico, también encontraremos en el diario la publicación de artículos que desafían rotundamente las ideas que puede esperar el público de cada periódico. Medios de comunicación como el *Wall Street Journal* separan los departamentos de opinión y de noticias: mientras la página editorial es muy conservadora, la redacción está posicionada en el centroizquierda. Cuando el *Herald Tribune*, el periódico de los empresarios republicanos, fichó a Lippmann después de una década al frente de los editoriales del *World*, que era considerado como el periódico de las masas, lo explicó así a sus lectores: “Escribirá con toda libertad sobre los temas que elija, expresando su opinión, cualquiera que sea. Estamos seguros de que, tanto si los lectores están de acuerdo con su punto de vista como si no lo están, siempre sacarán provecho de verlo expresado” (Steel, 2007: 301).

Así como en los libros de estilo se exige una explicación objetiva de las noticias, en el área de opinión lo que se requiere es la mayor pluralidad posible de

valoraciones, es decir, se busca premeditadamente el encuentro de ideas opuestas. No se trata de quitar importancia a los factores (organizativos y psicológicos) que empujeñecen la cobertura periodística y reducen la realidad. Es evidente que ciertas prácticas periodísticas y variantes de focalización informativa tienen como consecuencia una deformación (por superficialidad, exageración, manipulación, etc) de la realidad. Pero ¿se puede aceptar como indiscutible que el periodismo reduce la realidad como se desprende del análisis de Dader? “La mera presencia de tales operaciones en el proceso de selección de un texto o de una variante de un texto constituye, en mi opinión, una prueba irrefutable de que el producto periodístico es en esencia reductor y canalizador de la percepción de la actualidad” (Dader, 1990). La definición de temas que hace diariamente el periodismo forma parte del engranaje psicosocial de reducción de la complejidad social en que consiste la opinión pública, según la teoría de Luhmann que he mencionado, alejada de la visión liberal y su creencia en la posibilidad de un debate democrático. En eso consiste la esencia del periodismo, según esta teoría. Pensar que hacen o pueden hacer otra cosa es una ilusión. Dader respalda esta teoría al señalar como falacia la objeción de que la diversidad y pluralidad de empresas y orientaciones de los medios periodísticos excluyen la posibilidad de una institucionalización uniforme de la construcción de la realidad y al afirmar que los medios “sintetizan y encapsulan los grandes temas de nuestra atención ciudadana [y] nos dan ya delimitado e incluso juzgado” cada problema (Dader, 1990).

Decir que estas operaciones, que forman parte de procesos concretos de la producción periodística (selección y resumen, focalización del interés, interpretación de datos, etc), demuestran el esencial carácter simplificador del periodismo es como decir que el cine empobrece la realidad porque utiliza resúmenes o centra el interés en casos particulares. Esas operaciones, sin duda, forman parte de los métodos del periodismo, pero no tienen por qué impedir que su producto no esté a la altura de la complejidad de la realidad. ¿Simplemente porque un artículo tenga un espacio breve para desarrollar sus argumentos lo descalifica por superficial? Más bien estas operaciones nos hablan de las limitaciones del periodismo, incluso de su impotencia ante lo complejo del mundo, y nos recuerdan la humildad desde la que se debe trabajar, pero a la misma vez deben servir como acicate para redoblar el esfuerzo por extraer de este

método de indagación en la realidad (periodismo) lo mejor que puede ofrecer. Si los medios cumplen la función de simplificar la complejidad de la realidad para que el ciudadano pueda enfrentarse diariamente al mundo ¿por qué deducir que esa labor la hará de forma errónea convirtiendo la realidad en una ficción?

Quizá lo que se pretenda decir es que la creciente complejidad de la realidad social ha vuelto obsoletos los viejos métodos del periodismo. Al respecto, Dader apunta lo siguiente: “1) que la descripción y visión final que se obtiene de un asunto de actualidad depende decisivamente del método empleado para analizarla, y 2) que los periodistas tradicionalmente se han limitado a un único método rutinario de analizar y contar la actualidad, ignorando así – y haciendo ignorar a lectores y audiencias – que la actualidad tiene muchas otras facetas, imposibles de clarificar por el método periodístico tradicional, por lo que, en consecuencia, 3) los periodistas deben empezar a superar las estériles discusiones sobre grandes principios (libertad de prensa, objetividad...) y empezar a preocuparse por la cuestión trascendental de los métodos, tal y como también han hecho las ciencias sociales” (Dader, 1990).

Algunos métodos innovadores que menciona Dader son: método de la cuantificación estadística rigurosa, análisis cruzado laborioso de múltiples listados de datos, planteamiento de temas diferentes a los habituales, pero igualmente importantes, concebir el periodismo como el lugar en el que se tematizan (más que se definen) los problemas, una política periodística de puertas abiertas y accesibilidad para con el público. En la línea de algunas de estas propuestas irán las conclusiones de esta tesis.

#### **5.1.6. Los roles del periodista en los procesos de construcción de sentido**

Un breve recorrido por la historia del periodismo moderno nos permitirá comprender mejor la naturaleza de la profesión porque los cambios sociales y avances tecnológicos han ido configurando las funciones de los periodistas.

Durante los siglos XVI y XVII los periódicos y panfletos estaban dedicados principalmente a la propaganda política y la crítica entre partidos o contra el poder (cuando la censura no lo evitaba). Una de las consecuencias más importantes del auge de la prensa no oficial a finales del XVII y sobre todo durante el siglo XVIII fue la consolidación de la esfera pública en las grandes

ciudades, donde empezaba a considerarse la política como parte de la vida cotidiana. Los medios tuvieron un papel decisivo en la revolución francesa y en la revolución americana al difundir las ideas que las hicieron posible. En los últimos seis meses de 1789 se fundaron al menos 250 periódicos (Briggs y Burke, 2002: 117).

Pero no se puede considerar el periodismo como una profesión antes del siglo XIX, hasta que el desarrollo industrial, el crecimiento de la población urbana, la consolidación de sistemas democráticos y el aumento de la alfabetización permiten a la prensa convertirse en un negocio. La prensa, que además de dirigirse a lectores también lo hará a anunciantes, amplía su campo de acción desde el comentario político a la información general. Ofrecer información abundante, objetiva e independiente de los poderes políticos es el objetivo de los primeros periódicos modernos, como el *Times* inglés o *La Presse* francés<sup>62</sup>.

Según el estudio de Briggs y Burke (2002), es en el siglo XIX cuando empieza a apreciarse en toda su dimensión la importancia de la información, junto a la educación y el entretenimiento, a la vez que se exige cada vez más rigor y velocidad. En la fórmula de los periódicos populares de finales de siglo XIX encontramos ya el difícil equilibrio que mantendrá el periodismo entre la información, el entretenimiento y la formación intelectual. El neoyorquino *Herald*, de James Gordon Bennett, se definía en 1835 como eje del Gobierno, la sociedad, el comercio, las finanzas, la religión y toda la civilización humana. El *Tribune* de Horace Greeley publicaba artículos de Marx junto a las noticias nacionales. El *New York Times* aspiraba a “preservar y mejorar lo que es bueno; y eliminar y reformar lo que es malo” en la sociedad. En Londres, el *Daily Mail*, que nace en 1896, incluía noticias, tratadas con amenidad, de temas políticos pero también de asuntos triviales o de moda, junto a artículos de fondo.

El articulismo político es el modelo predominante en el periodismo hasta finales del siglo XIX. La prensa es fundamentalmente partidista y doctrinal: un órgano de difusión de ideologías y programas de los partidos políticos. Es el

---

<sup>62</sup> En 1835 se funda en París la primera agencia de noticias: *Havas*. En 1851 nace *Reuters*, en Londres, y en 1892 *Associated Press* en Estados Unidos.

desarrollo del ferrocarril y el telégrafo, unido a acontecimientos de alcance mundial como la guerra de Crimea, lo que impulsa un cambio en la prensa, que irá adoptando un mayor carácter informativo. Esta evolución histórica es la que lleva a Espada a decir que “el origen de la prensa moderna está en los hechos, en su descripción objetiva (...) La prensa de empresa se desembaraza de la opinión partidista, fragmentada en múltiples partículas, para hacerse negocio” (Espada, 2004)<sup>63</sup>. Adolph Ochs, que compró en 1896 el *The New York Times*, definió los estándares modernos del periodismo cuando promete, el día de su toma de posesión como editor, presentar las noticias “de forma concisa y atractiva... tan pronto, si no antes, que el resto de los diarios” y “ofrecer las noticias con imparcialidad, sin miedo ni favoritismo, sin tener en cuenta partido, secta o el interés que conlleve”. Las noticias desplazarán de la portada a los artículos de fondo, que aunque siguen ocupando un espacio importante en los periódicos serán más valorados por su calidad e independencia que por su combatividad.

El periódico se convierte en símbolo de la nueva forma de vida moderna, más intensa aunque también más desordenada, que se extiende por las grandes ciudades y que asiste al crecimiento del poder de la opinión pública. Al abarataarse, el periódico contribuía a repartir la fuerza de influencia de la opinión pública y a democratizar la discusión ciudadana. Así explicaba *The Times* su función: “El primer deber de la prensa es obtener la comprensión primera y más correcta de los acontecimientos de la época, a la vez que instantánea, desvelándolos para hacer de ellos propiedad común de la nación” (Briggs y Burke, 2002: 232). Ya no era posible ignorar a la prensa, que es vista con admiración y reconocimiento por su importancia, aunque también con recelo por lo dudoso de su influencia en la vida social.

A finales de siglo XIX el relato de noticias gana espacio a los artículos de opinión. Los periódicos ofrecen, junto a los artículos de fondo, reportajes cada vez más breves y ágiles, noticias cortas, crónicas sociales de cotilleos y entrevistas.

---

<sup>63</sup> [http://www.arcadi.espasa.com/2004\\_11.html](http://www.arcadi.espasa.com/2004_11.html)

Schudson (1978) distingue dos tipos de periodismo ya hacia 1890: el de entretenimiento (*The Sun*) y el de información (*New York Times*).

En 1900 la prensa es ya un negocio además de un instrumento de influencia social. Oscilando entre el sensacionalismo y la investigación, entre el servicio público de noticias y la propaganda, los periódicos de principios de siglo XX son, definitivamente, actores protagonistas de la vida política.

Con la objetividad como principal regla de trabajo en la tradición americana, el periodista asume desde principios de siglo XX la función de informar de lo que sucede sin opinar sobre los hechos. Pero la objetividad no significa, ya desde los orígenes del periodismo de investigación (los muckrakers), renunciar a la capacidad de denunciar e influir para cambiar la realidad. Ver y dar testimonio es la vocación declarada de la revista *Life* cuando nace en 1936 en la estela de *Time*: “Para ver la vida; para ver el mundo; para dar testimonio de grandes acontecimientos; para observar los rostros de los pobres y los gestos de los orgullosos (...) , para ver cosas a miles de kilómetros de distancia, cosas ocultas detrás de paredes y dentro de habitaciones, cosas a las que es peligroso acercarse (...) para ver y asombrarse; para ver e instruirse” (Briggs yBurke, 2002: 240).

Los estudios sobre el papel profesional del periodista en el espacio público han identificado dos roles básicos: neutralidad e intervención<sup>64</sup>. Según el análisis de Humanes (2003), Tunstall señala que el periodista es recolector de información, pero también procesador (‘gatekeeper’). Johnstone<sup>65</sup> identifica, a partir de una serie de encuestas, dos tipos de periodistas, el crítico (participante) y

---

<sup>64</sup> Cohen, B. (1963). *The press and the foreign policy*. Princeton University Press. Princeton.

Weaver, D. & Wilhoit, G. (1996). *The american journalist in the 1990's. U. S. news people at the end of an era*. Laurence Erlbaum Associates. New Jersey.

Tunstall, J. (1992). *Journalists at work*. Ed. Constable. Londres.

<sup>65</sup> Johnstone, J.; Slawsky, E. & Bowman, W. (1976). “The professional values of American newsmen”. *Public Opinion Quarterly*, 26, págs. 522-540.

el profesional (neutral). Janowitz<sup>66</sup> profundiza en las figuras del gatekeeper, profesional capacitado para observar la realidad, seleccionar lo importante y comunicarlo, como un filtro con criterios y normas propias; y el periodista crítico o participante, que actúa como defensor de quienes no tienen voz.

Desde los años 40 había tomado protagonismo el rol participante del periodista, que ante el aumento de la conflictividad social y la complejidad de los temas internacionales, intenta responder a la demanda social de una interpretación de las noticias, para cumplir más fielmente su responsabilidad de servicio público. La objetividad, entendida como asepsia y neutralidad, se percibía como insuficiente para satisfacer las demandas del público de explicación de los hechos. La crisis del principio de objetividad se acentuará a partir de los años 70 Cuando las investigaciones académicas denuncian que ésta no es más que una simulación de imparcialidad, una forma de esconder intenciones de manipulación o una manera de eludir responsabilidades intelectuales (Canel y Sánchez Aranda, 1999).

El periodista *advocate* se implicará en la realidad que investiga desde la defensa de una serie de valores, como los de la libertad y la solidaridad, que son lo que hacen posible la existencia tanto del periodismo como de la democracia misma. Explicar los hechos será desde entonces la única forma de alcanzar la auténtica objetividad. Aunque el periodismo interpretativo hunde sus raíces en los años veinte y adquiere un fuerte impulso tras la II Guerra Mundial es en los años 60 y 70, con la cobertura de la guerra del Vietnam y del caso Watergate, cuando se consolida definitivamente como un modelo que debe seguirse y cuyo éxito lo lleva hasta sus peligrosas últimas consecuencias: el periodista como vigilante del poder, a veces agresivo y con excesivo protagonismo en la vida política (Patterson, 1994). La de Vietnam fue la guerra mejor contada y con más detalle de la historia. El Gobierno había perdido el control de la imagen pública de la guerra en favor de la televisión, que desde el día de la construcción del Muro de Berlín, en 1961, podía emitir imágenes en directo. El periodismo ha

---

<sup>66</sup> Janowitz, M. (1975). "Professional models in journalism: the gatekeeper and the advocate". *Journalism Quarterly*, 52, págs. 618-626.

ganado ya tanta influencia que se le denomina popularmente cuarto poder y es temido y odiado por los otros poderes. 1968 es el año en el que Walter Cronkite, el presentador de la CBS del que se decía que con un movimiento de sus cejas podía cambiar el voto de miles de ciudadanos, comprendió que la televisión tenía un papel decisivo a la hora de informar sobre los acontecimientos, pero también en la formación misma de tales acontecimientos (Kurlansky, 2005). Neutral, convencido de su papel de mediador, Cronkite quería ser un puente entre el público y sus gobernantes. América confiaba en él porque era sincero y porque contaba con el respaldo de la prestigiosa marca CBS, cuyo informativo nocturno presentaba cada día a las 19.00 horas con el título "Las noticias de la noche de la CBS con Walter Cronkite". Cuando ese año viajó a Vietnam decidió que, ya que iba a arriesgar su vida, tenía que estar dispuesto también a arriesgar su reputación de periodista neutral y decirle a la gente lo que él opinaba sobre lo que estaba pasando en una guerra que en el año anterior se había cobrado la vida de casi 10.000 americanos. En tales momentos de tragedia y confusión, el país necesitaba algo más que la difusión de datos y cifras, necesitaba la voz clara de un periodista en el que creían. Y lo primero que Cronkite descubrió fue la mentira de la versión oficial de la guerra. "Regresé a casa y realicé un informativo especial sobre la ofensiva del Tet. La gente de CBS News hizo todo lo posible para que fuese objetivo, pero finalizaba con un editorial claramente etiquetado. Esto era apartarse radicalmente de nuestra práctica normal. Sólo en una o dos ocasiones me había desviado de mi papel como profesional imparcial y en ambas ocasiones lo hice para defender la libertad de prensa" (Cronkite, 2000: 332). "Cada vez está más claro para este reportero que la única solución razonable será negociar, no como triunfadores...", dijo Cronkite ante nueve millones de televidentes. Los índices de audiencia subieron cuando el periodista dio su opinión, algo que había estado estrictamente prohibido en la cadena CBS hasta entonces.

En los años 80 los estudios de Weaver y Wilhoit identifican tres imágenes de periodistas (Humanes, 2003): Interpretativa (el periodista ofrece marcos interpretativos que dan sentido a los hechos), Divulgadora (el objetivo prioritario es informar de forma rápida y al mayor número de gente posible) y Adversaria (el periodista denuncia los abusos del poder). El periodista intérprete ilumina; el divulgador, informa; y el adversario, castiga.

A partir de este marco teórico, Valbuena reivindica la función de la instrucción, cuya importancia aumenta a la par que crece la influencia de los grupos de presión en una sociedad. “Si los políticos se relacionan con los grupos de presión de la manera más natural, si éstos cuentan con firmas de Relaciones Públicas que saben muy bien comunicarse con los periodistas, el ciudadano está en una situación muy desfavorable. Cuando los periodistas no ofrecen la instrucción que necesita la audiencia, ésta se siente cada vez más desprotegida y crea sus propias formas de actuación. Así pues, día a día las audiencias están solicitando expresa o tácitamente más instrucción sobre su ambiente”<sup>67</sup>. Apostar por la instrucción es apostar por reforzar la dimensión intelectual del periodismo.

Así pues, la pregunta sobre el rol del periodista reclama una respuesta ética que surgirá de una aclaración sobre los fines de su actividad, sobre su posición en la sociedad y ante la realidad y sobre una cierta forma ideal de ser periodista. Intentaremos apuntar algo sobre ello en el siguiente epígrafe, en el que encontramos ya el punto de confluencia entre el periodista y el intelectual.

### **5.1.7. La esencia del periodismo: información y pensamiento**

De todo lo dicho hasta aquí se deduce que hay una función cognoscitiva de descripción de la realidad que el periodismo comparte con otras instancias de la sociedad. Lo específico del periodismo es describir la realidad a partir de lo singular, casos concretos y experiencias individuales, referidos a acontecimientos relevantes de la actualidad. Su observación de la realidad social no se hace desde fuera sino desde dentro, pues el periodista forma parte de la sociedad que trata de describir.

Aceptar la dimensión intelectual de la información requiere una clarificación de lo que entendemos por información y de lo que significa ser periodista porque, de hecho, ni todo lo que se presenta como información lo es ni todo lo que hacen los periodistas es información. En principio la información es la especificidad del periodismo, lo que le da valor institucional y social, y forma

---

<sup>67</sup> <http://www.fgbueno.es/edi/val/fvtgi17.pdf>

parte de su esencia. Pero información y periodismo no son sinónimos. Hay periodismo sin información e información fuera del periodismo. "Informar es una categoría sustancial, no un simple enunciado, que requiere de saberes, destrezas, reglas y valores que, si no se tienen, la hacen imposible. Su viabilidad radica precisamente en la consciencia de su dificultad y no en la confusión con cualquier práctica periodística. Requiere igualmente de un cierto aprendizaje, un ethos profesional adecuado y una vigilancia permanente para no contaminarla con prácticas que la niegan o desfiguran" (Ortega, 2006: 16).

La información es un tipo de comunicación que tiene unas características especiales. Para que un mensaje sea considerado información debe ser exacto y veraz. Lo inexacto, inexistente o engañoso no es información. La información, según el análisis de Brajnovic (1991), tiene las siguientes características: veracidad (relatos fundamentados en lo real), comunicabilidad (claridad y exactitud) y comprensión o intelección (capacidad de explicar lo acontecido). También Charaudeau (2003) señala los siguientes rasgos esenciales del discurso informativo: un saber sobre un acontecimiento externo comunicado por periodistas al público mediante relatos que lo describen y explican.

Esta concepción de la información, exigente y restrictiva, otorga a quien tiene los recursos intelectuales adecuados para procesarla un poder para configurar las percepciones sociales e influencia sobre las actitudes y comportamientos. Al ser una fuente de conocimiento social la información exige del periodista una capacitación intelectual que le permita ordenar la realidad para que lo acontecido tenga sentido y analizar y discriminar los mensajes procedentes de fuentes interesadas. Es decir, comprensión de la realidad e interpretación de los mensajes al servicio del público. (Ortega, 2006: 17).

Un mal entendimiento de la información y de la actitud del periodista está en la raíz de lo que Ortega (2006) llama 'periodismo sin información', el que inventa (da como noticia algo que no ha ocurrido, fabula intencionadamente encubriendo objetivos inconfesables), falsea (a falta de datos, se extraen interpretaciones gratuitas por intereses partidistas o ideológicos) o tergiversa (interpreta los hechos deformando los datos para crear un clima de opinión y emocional en la sociedad).

En los tres casos los hechos quedan subordinados a un plan diseñado que responde a intereses ajenos a la información y se concretan en una serie de

estrategias y procedimientos retóricos como la verosimilitud (destinada a reforzar el sentido de una realidad inexistente) y la credibilidad (desarrollo de vínculos de confianza personales que suplantando a las pruebas de verificación). El periodista moldea la realidad substituyendo las pruebas por los artificios narrativos, la dramatización y la utilización de fuentes anónimas. En lugar de información investigada se ofrece información emocionalmente atractiva cuya fuerza descansa en la credibilidad o carisma del periodista, que tiende a considerarse un elegido con una misión moralizadora. El problema principal es la falta de criterios para diferenciar información y lo que no lo es. “El resultado de todo ello es que estamos ante una modalidad de periodismo finalista: al servicio de los intereses y las convicciones personales y de grupo, cuyo objetivo no es por tanto el idealmente declarado (la información, la transparencia), sino la intransigente defensa de idearios particulares y de los entramados político-económicos a ellos ligados a través de la conversión de los medios en baluartes puestos al servicio de causas no informativas. Unos periodistas que actúan como apologistas, exegetas y activistas antes que como profesionales de la información” (Ortega, 2006).

Las dos grandes perversiones del periodismo que denuncia Ortega (2005) son la burocratización y la politización, dos formas actuales de ser menos que informadores o más que informadores. En el primer caso el periodismo queda reducido a correa de transmisión de las fuentes, vehículo de propaganda y publicidad, caracterizado por la ausencia de criterios de verificación y de relevancia. En el segundo caso, el periodismo, que se pone al servicio de causas diversas en las que se mezclan intereses personales con la defensa o programas partidistas, se convierte en una tribuna para el adoctrinamiento.

En el año 2001, cinco investigadores de la Universidad Laval, en Québec, crearon el grupo de investigación “Prácticas innovadoras en comunicación pública” con el propósito de analizar las nuevas prácticas observables desde tiempo atrás en el sistema mediático. Bernier, Demers, Lavigne, Moumouni y Watine (2005) observaron nuevos flujos comunicativos que están provocando ajustes, desviaciones e innovaciones en el ámbito periodístico, lo que conduce a una amplia transformación de los grandes fundamentos del periodismo. Sus investigaciones les llevan a las siguientes conclusiones:

- La convergencia como tendencia clara en el mundo de la comunicación, esto es, la integración de medios en grandes conglomerados empresariales

muestra el gran peso de los intereses económicos o particulares en la toma de decisiones de los periodistas en las redacciones sobre los temas de que se va a informar y sobre cómo se presentarán. Hasta el extremo de la subordinación de la información a los objetivos estratégicos de la empresa portadora, y su transformación en un “acto promocional”.

- La omnipresencia de las relaciones públicas ha contribuido fuertemente a la hibridación de los mensajes públicos.

- El creciente número de mensajes de doble identidad informativa-publicitaria, infomerciales (en televisión) y publirreportajes (en prensa) rompen las fronteras entre las categorías de mensajes tradicionales dando lugar incluso a la creación de nuevos géneros. Se produce una filtración cada vez mayor de la publicidad en la información.

- La clasificación tradicional de los mensajes públicos (periodismo, publicidad, relaciones públicas, propaganda) resulta inservible en el nuevo ambiente de los medios y sólo puede ser mantenida como un ideal que apenas se cumple en la práctica.

- La sagrada división entre hechos y opiniones como garantía de objetividad y base de la credibilidad del periodismo es un mito.

Según Rosenstiel (2006) el periodismo se encuentra en un periodo de transición en el que está en juego, además de la supervivencia de la prensa como negocio, la esencia del periodismo. El éxito o el fracaso de esa transición dependerá del bagaje de valores con los que el periodismo escrito la afronte, es decir, de la forma de entender la información que esté dispuesto a defender. El periodismo, entonces, debe preparar esa transición partiendo de una reflexión sobre lo que es su esencia, sobre lo que entiende por noticias. A partir de las investigaciones realizadas por el Proyecto para la Excelencia del Periodismo, Rosenstiel (2006) señala cinco ámbitos de actuación que deben formar la columna vertebral del periodismo y definir lo que es ser periodista:

- Ayudar a pensar y a entender con la producción de piezas de análisis que, ordenando los hechos aislados y añadiendo contexto, ayuden a crear conocimiento, a comprender nuestro entorno, que ayuden a la gente a reflexionar sobre sus vidas. Ante la abundancia de información se requiere un filtro mayor y más organización. Al intentar ver la realidad de una forma más profunda y al

cuestionar las versiones superficiales, este periodismo ayuda a pensar y a entender.

- Ofrecer fragmentos de la realidad más cotidiana, pequeñas historias recogidas a ras de suelo para crear lazos con la ciudadanía que, además de alertar al periodista cuando se está desviando de sus auténticos intereses, participa directamente en la elaboración de estas noticias con los medios interactivos que ofrecen las nuevas tecnologías.

- El periodismo no renuncia a su función de “baluarte de la libertad” reconocida en la Declaración de Derechos de Virginia en 1776. Debe seguir sirviendo de salvaguarda de los excesos del poder con trabajos de investigación que tengan el objetivo de revelar lo que está oculto y crear así nuevos conocimientos sobre temas relevantes y significativos para la ciudadanía.

- Crear foros para la discusión pública. Las nuevas tecnologías ofrecen nuevos espacios de intercambio de discursos que ampliarán las posibilidades de interacción entre periodistas y público más allá de las cartas al director.

- Las cuatro anteriores acciones periodísticas contribuyen a ayudar a una comunidad concreta a reflexionar sobre su propia identidad, sobre su idiosincrasia y sobre el proyecto colectivo que tiene por delante.

Estas cinco áreas de actuación resumen los elementos que han definido la esencia del periodismo a lo largo de su historia. El periodismo esencial que, en palabras de De Aguinaga (2005), más que buscar información tiene el cometido de proporcionar conocimiento por depuración de las informaciones. El futuro del periodismo lo encontraríamos en un perfeccionamiento de aquello que surgió como más novedoso en el siglo pasado: por una parte, periodismo de precisión, es decir, conocimientos y método científico al servicio de la indagación en lo importante de la realidad para aportar un cierto orden y sentido a la actualidad; y por otra, sentido democrático para trabajar al servicio de una comunidad en una tarea conjunta de diálogo alrededor de los problemas de interés común.

Ya en 1927 John Dewey definía el periodismo como la investigación cotidiana y contemporánea que genera el conocimiento necesario para los juicios públicos. Para este autor información y comunicación son indispensables para el conocimiento. Algo se conoce plenamente sólo cuando se difunde y se comparte. Sin información e investigación la opinión pública será incompleta y deficiente.

Con ellas será duradera. Cuando Dewey habla de comunicar la información, de compartir lo que ha sido exhaustivamente investigado para alcanzar el conocimiento, está hablando de un arte. El arte de divulgar lo complejo haciéndolo atractivo para el público general gracias a la “liberación del artista en la presentación literaria”, una “condición previa de la deseable creación de una opinión adecuada sobre los asuntos públicos” (Dewey, 2004: 156). También para Lippman la virtud del periodismo era hacer sencillo y claro lo complejo. Más que la brillantez, lo que debe atesorar un periodista es instinto y conocimiento para detectar lo importante y exponerlo de forma directa y contundente. “Abordar el asunto de manera sencilla no es un vicio del periodismo sino un mérito –decía Lippmann-. El periodista tiene que disimular todo ese andamiaje que le ha permitido alcanzar ese efecto... Debe dominar la materia de manera tan absoluta que le permita ser sencillo en los enunciados” (Steel, 2007: 222). La función del arte de la comunicación, explica Dewey, consiste en profundizar en las interpretaciones de la vida de las personas, sortear la tendencia a la superficialidad, la trivialidad, el estereotipo, lo rutinario, “romper la rigidez de la conciencia convencional”, en definitiva, sacar a la luz los niveles más profundos de la vida pública gracias a la observación de las cosas comunes. La gran comunidad, que debe ser la aspiración de toda democracia, se alcanzará cuando “el tipo más elevado y difícil de investigación junto con un arte de la comunicación que sea ingenioso, sutil, vivo y perceptivo” tomen posesión “de la maquinaria física de transmisión” y le insuflén vida (Dewey, 2004: 156).

El periodista, cuando es un intelectual, ayuda a convertir la información en conocimiento porque entiende su medio como un lugar para el aprendizaje en el que rigen una serie de normas, criterios profesionales, rutinas y hábitos dirigidos a unir esfuerzos para comprender la realidad.

Si informar no es un fin como no lo es el enseñar, sino que son medios para el conocimiento y el aprendizaje, el fin del periodismo no puede ser sólo informar sobre hechos, en el sentido de proporcionar datos, sino comprender la realidad, ordenar los datos y clasificarlos, por lo tanto tratar esa información con el conocimiento. Periodismo es informar, pero únicamente si entendemos que informar es buscar el sentido: explicar los hechos y valorarlos para que puedan ser incorporados a nuestra vida. Por eso se puede decir que periodismo es información y pensamiento. Cuando Kovach y Rosenstiel (2003) dicen que el

periodismo consiste en proporcionar al lector todo aquello que necesita saber para ser libre, está hablando de información como conocimiento, por lo tanto el periodismo es también un aprendizaje de la realidad, porque cuanto más sabemos mejores ciudadanos podemos ser.

De esta forma se entiende el periodismo como una tarea de claras dimensiones intelectuales porque lo esencial es vincular las destrezas, capacidades y herramientas disponibles a valores humanos y democráticos que nos ayuden a orientarnos en la realidad. En el cumplimiento de estas funciones el periodismo ha contado desde su origen con la asidua colaboración de los intelectuales. En los capítulos siguientes veremos cuál ha sido la evolución de la figura del intelectual en las sociedades occidentales y cómo se ha ido consolidando la confluencia con el mundo periodístico.

## 5.2. EL INTELLECTUAL COMO PERIODISTA

Del análisis de Félix Ortega que he expuesto se desprende la idea de que los medios de comunicación han tenido un efecto nocivo sobre el debate cultural y político y sobre el papel desempeñado en él por el intelectual. Viene a decir este autor que la lógica de las industrias de la cultura de masas ha empobrecido la reflexión y convertido al intelectual en un intelectual mediático o simplemente en un periodista. Lejos de compartir esta posición crítica veremos a continuación cómo el intelectual siempre ha sido mediático o, lo que es lo mismo, cómo no existe el intelectual no mediático: Savater recuerda que los enciclopedistas no eran académicos ni eruditos, sino divulgadores que “se dirigían por medio de una obra comercial a un público amplio y no especializado, es decir, que si entonces hubiéramos tenido el lenguaje mastuerzo actual les habrían calificado de ‘intelectuales mediáticos’. Lo fueron y a mucha honra: por eso mismo resultaron útiles, incluso revolucionarios, en vez de ser simples pedantes malhumorados y admonitorios”<sup>68</sup>. También, en el siglo XIX, cuando el escritor Emile Zola quiso

---

<sup>68</sup> Savater, F. “La batalla de la razón”. *El País*, suplemento Babelia, 21 de abril de 2007.

<http://www.elpais.com/articulo/semana/batalla/razon/elpepuculbab/20070421elpbabes e 7/Tes> [consultado en enero de 2007]

intervenir en un asunto político de actualidad con una denuncia contra el poder no escribió un libro ni habló en el Parlamento o en las universidades, sino que redactó un artículo, sometido a la lógica de los titulares ('Yo acuso'), y lo envió a un periódico, *L'aurore*, porque así obtendría más resonancia. "Desde entonces, la suerte del intelectual estará vinculada a su capacidad para alcanzar resonancia y publicidad desde una tribuna de prensa, desde algún periódico, lugar históricamente privilegiado de la presencia pública del intelectual" (Juliá, *El País*, 11-05-2005: 34).

Me centraré en describir el debate tal como se desarrolla en la actualidad y en apuntar posibilidades de mejora en la intervención del periodista si asumimos la siguiente hipótesis de Ortega (1992): si el periodismo es más que recoger y transmitir noticias, si también es una tarea cultural y moral, la formación, desempeño profesional y responsabilidad del periodista, así como el producto final de su tarea, deben estar a la altura de su objetivo de ayudar al ciudadano a comprender el mundo actual y dinamizar la vida social y política.

### **5.2.1. Definición de intelectual**

Lo que convierte a un ciudadano en un intelectual es su preocupación por los asuntos públicos y su participación en el debate político (Lilla, 2004). Intelectual es el ciudadano que interviene en los procesos de interpretación de los asuntos públicos, que se interesa por los problemas de su sociedad, reflexiona sobre las acciones políticas y ejerce su derecho a expresar su parecer en público. No es suficiente con realizar un trabajo intelectual para ser considerado un intelectual. Un científico, un novelista o un profesor no son necesariamente intelectuales. Más bien, se convierten en intelectuales precisamente cuando se apartan momentáneamente de sus ocupaciones principales para intervenir en algún asunto público que consideran de interés. Una exigencia moral, la preocupación por los problemas colectivos, les impulsa a dejar de ser lo que son para entregarse a la vida pública. La preocupación por los otros, dice Blanchot (2001: 109), les obliga "a salir de su soledad creadora". Por lo tanto, ser intelectual "es una parte de nosotros mismos que no sólo nos aparta momentáneamente de nuestra tarea, sino que nos vuelve hacia lo que se hace en el mundo para juzgar o apreciar lo que se está haciendo de él" (Blanchot, 2001: 56). De hecho, originariamente la palabra intelectual era utilizada despectivamente como un

reproche a la vanidad de escritores, profesores y artistas que se metían en los asuntos políticos, donde nadie les ha llamado, en lugar de estar concentrados en sus trabajos.

Según la definición de Goldfarb (2000: 55) son personas que “prestan atención singular a sus facultades críticas, que actúan de forma autónoma de los centros de poder y se dirigen a un público general, desempeñando en las sociedades democráticas el papel especializado de fomentar la discusión informada sobre temas sociales urgentes”. Utilizan su especialización profesional o su saber y capacidad intelectual para objetivos públicos más amplios. El prestigio intelectual ganado con una obra literaria o académica es lo que da acceso a la prensa de calidad, el foro principal de debate. Sus discursos se dirigen al público, ante quien acreditan su personalidad y prestigio. Son, por lo tanto, actores de la vida democrática cuya principal misión es fomentar la discusión libre y orientar al ciudadano sobre los temas complejos. “Desempeñan la tarea de producir y/o difundir ideas, pensamientos, actitudes y disposiciones a obrar, a partir del material informativo que fundamentalmente se proporciona por los medios masivos de comunicación, y que versan sobre asuntos de interés público” (Martín López, 1996).

Su capacidad de influir en las opiniones de la sociedad es la característica que destaca Edurne Uriarte (1996) para definir a los intelectuales como “individuos de alta formación, preocupados por los grandes problemas de su tiempo, (...) creadores de ideas que, además, reflejan esas ideas en una producción escrita que es comunicada al público a través de diferentes medios de difusión (...) y que tienen una cierta influencia en la sociedad”.

### **5.2.2. Evolución histórica**

La figura del intelectual, entendido como el ciudadano que piensa en público, se ha ido transformando desde su aparición al hilo de los cambios de las condiciones que hacen posible su función (instituciones, medios, público).

Entendido desde un punto de vista amplio el concepto de intelectual incluye a todas aquellas personas cultas que saben leer y escribir y producir o reproducir conocimientos. Pero aunque la ‘inteligencia’ como grupo social se remonta a los comienzos de la historia, el surgimiento del intelectual como tipo

social específico precisa de una dimensión pública. Le Goff localiza el surgimiento del intelectual entre los siglos X y XIII conforme las universidades van ganando autonomía. Aunque el término 'intelectual' es moderno, en la Edad Media los clérigos actuaban como pensadores, docentes y editores de textos (Le Goff, 1986). La invención de la imprenta y la creación de un público lector supusieron un fuerte aumento de la influencia de los intelectuales, que adquieren más protagonismo en la vida social. Una influencia que se consolida en el siglo XVIII, cuando se va formando una esfera autónoma de discusión en la que es posible influir en la opinión pública. En los cafés y los salones brillan los hombres de letras, sabios o filósofos (Voltaire, Diderot), personas que gozan de un gran prestigio social. Si en la Europa medieval había clérigos y sabios, en la Europa moderna que arranca en el siglo de las luces, el filósofo no sólo es alguien que sabe sino que utiliza su sabiduría en una dirección determinada: como garante del pensamiento libre, portador de la racionalidad universal, defensor de la democracia (Berardi, 2005). El concepto moderno de intelectual se define en la Ilustración por la defensa mediante la razón de los valores de la universalidad de los derechos humanos desde una posición de independencia y de oposición al poder establecido. Voltaire es, para Savater (2007), el primer intelectual moderno como miembro de una élite cultural que utiliza los medios de comunicación para defender sus ideas y ejercer la crítica libremente.

Intervención en la vida política a través de los medios, autonomía frente al poder y compromiso con las ideas de justicia y libertad son ya en la Ilustración las características del filósofo que luego definirán al intelectual.

En la primera mitad del siglo XIX los intelectuales se presentan como profetas que intentan convertir a la sociedad a una nueva fe, intérpretes del espíritu de los tiempos, vanguardia de la libertad y portavoces de los movimientos de emancipación política y social en una época decisiva de la cultura europea. En Francia existían los 'idéologues', periodistas-historiadores herederos de los enciclopedistas del XVIII que escribían en los periódicos ensayos muy influyentes (Johnson, 1999). Aunque la censura, la persecución a la que son sometidos y la falta de un amplio público lector limitan bastante su influencia. Son intelectuales filósofos que intentan conjugar pensamiento y acción para movilizar a las masas hacia una utopía. "Hasta ahora, los filósofos han interpretado el mundo, ahora se trata de cambiarlo", decía Marx.

A pesar de que el término intelectual es de origen francés, es Rusia el primer país en el que “los intelectuales se hicieron visibles como fuerza social y desempeñaron un papel político colectivo” (Charle, 2000) en las primeras décadas del siglo XIX bajo el término de ‘intelligentsia’, que agrupa a una élite culta universitaria de ideas ilustradas que se opone al régimen zarista con posturas políticas radicales. El novelista ruso Bovorikyn utiliza ese término en 1860 para describir al círculo de escritores y artistas que en los años 30 y 40 denuncian las injusticias de una sociedad clasista y atrasada (Busquet y Risquete, 2005). Estos intelectuales rusos quieren encarnar al hombre nuevo dispuesto al sacrificio a partir de una imagen del mundo moral y científica. Pero se diferencian de los intelectuales en que son inteligencia por pertenecer a esa casta de cultivados, independientemente de su intervención en el debate público.

El fracaso de los levantamientos populares de 1848 marca un punto de inflexión en la participación de los intelectuales en la política. En la segunda mitad del siglo XIX el desarrollo del sistema educativo eleva el nivel de formación, multiplica el número de aspirantes a profesiones intelectuales y amplía el público de libros y prensa. Hacia 1830 el número total de periódicos comprados por los lectores ingleses había pasado de los 16 millones de 1801 a más de 30 millones (Johnson, 1999). Aumenta el público y la influencia social de los intelectuales, que además tienen ahora mejores posibilidades de vivir de su trabajo creativo.

En los años noventa del siglo XIX, en Francia, aparece por primera vez la palabra intelectual como sustantivo con el significado de oposición social en nombre de valores morales, surgida de la necesidad de reaccionar a los ataques que sufren los pensadores inconformistas que consideran que las libertades todavía no están consolidadas y en un contexto en el que el desencanto por la corrupción política escora a los intelectuales hacia la derecha (el antisemitismo y el nacionalismo) o hacia la izquierda (el anarquismo y el socialismo). El 13 de enero de 1898 el escritor Emile Zola publica en la portada del periódico *L'Aurore*<sup>69</sup> un artículo titulado “Yo Acuso” en el que denuncia el injusto encarcelamiento y

---

<sup>69</sup> Enfrente, el periódico *La Libre Parole* llamaba al exterminio de los judíos.

deportación de un capitán del ejército francés, víctima inocente de un complot militar antisemita. Al día siguiente su artículo es respaldado en el mismo diario por un manifiesto firmado por escritores, políticos y científicos. Esta movilización conjunta, bautizada entonces como la protesta de los intelectuales, tiene las dos características principales de lo que desde entonces define al intelectual: denuncia y compromiso colectivo. Según Charle (2000), después del caso Dreyfus ya nada vuelve a ser igual para los intelectuales franceses. Además de que supone la aportación de una dimensión ética al compromiso político y de que otorga carácter universal a la lucha de los intelectuales, consagra una serie de rituales de movilizaciones (cartas abiertas, peticiones de firmas, creación de asociaciones, disputas, etc). A finales del siglo XIX se consagra la figura híbrida del intelectual-periodista ya que es la prensa “la plaza donde se consuma la legitimación de los intelectuales” (Santos Saínz, 2003: 120).

En el siglo XX el papel de los intelectuales revolucionarios es clave en la filosofía política. Según Ignacio Sotelo, la pérdida de legitimidad del orden socioeconómico establecido, la crítica radical al capitalismo y la polarización de la sociedad son factores que explican la gran importancia del intelectual en la política del siglo XX. A mayor conflicto en una sociedad más peso cobra la intervención del intelectual. “La politización del intelectual, a la derecha y a la izquierda, está en relación directa con el grado de polarización que haya alcanzado la sociedad en la que actúa. A menor polarización política y social, menor influencia del intelectual” (Sotelo, 2005: 76).

La Guerra Fría es un momento histórico de máxima polarización. Se impone la adhesión a una ideología por parte del intelectual orgánico identificado con el partido. Sólo actúa al servicio de un grupo social e ideológico: el Estado, el partido, la clase burguesa. En esta época abundan los ejemplos de actuaciones de intelectuales que vienen a echar por tierra la visión optimista que tenía Mannheim sobre la especial capacidad de los intelectuales para superar sus condicionantes económicos, ideológicos y sociales para pensar al margen de partidismos y poder

alcanzar la verdad<sup>70</sup>. Son raros los ejemplos de intelectuales que no cedieron a las tentaciones fascista o comunista. Su comportamiento demuestra que los intelectuales no se equivocan menos que los demás hombres. En su relación con las ideas tampoco escapan al prejuicio de la ideología. En su libro *El conocimiento inútil*, Revel (1993: 464) explica que el nefasto comportamiento de los intelectuales durante el siglo XX, con su mayoritaria inclinación a los sistemas totalitarios y su desprecio de la sociedad liberal, fue sólo un síntoma del fracaso más amplio de una civilización que dice basarse en el conocimiento y que sin embargo se empeña en combartirlo, una cultura “que no logra administrarse de acuerdo con los criterios que ella misma ha formulado como condiciones de su éxito”.

De modo que parece más correcto destacar la responsabilidad de su labor que una presunta infalibilidad: “El intelectual no ostenta, por su etiqueta, ninguna preeminencia en la lucidez. Lo que distingue al intelectual no es la seguridad de su opción, es la amplitud de los recursos conceptuales, lógicos y verbales que despliega al servicio de esta opción para justificarla. Por su clarividencia o su ceguera, su imparcialidad o su falta de honradez, su picardía o

---

<sup>70</sup> Este autor utiliza en sus primeras obras la expresión “los intelectuales que flotan libremente” para señalar una carencia de lazos o ataduras sociales que les permiten llegar a pensar por encima de sus vinculaciones de clase (González García, 1993). En obras posteriores (Mannheim, K. “El problema de la Intelligentsia”, en su libro *Ensayos sobre sociología de la cultura*. Aguilar. Madrid: 1963, pp. 137-24) “matiza su postura aclarando que los intelectuales no constituyen una clase o un estrato social por encima de las clases sociales. Es decir, no constituyen un partido separado ni tienen todos los mismos intereses, sino que también están condicionados por su ubicación en el proceso social y su adhesión a una u otra de las clases en conflicto. Pero, por encima de esta adhesión, algunos intelectuales están mejor preparados para poner a prueba sus propias valoraciones y construir una perspectiva más abarcante: ‘su educación le ha preparado para enfrentarse con los problemas cotidianos desde varias perspectivas y no sólo desde una, como hacen la mayoría de los que participan en las controversias de su tiempo’” (González García, 1993).

su sinceridad, se lleva a otros tras sus huellas. Ser intelectual no confiere, pues, una inmunidad que lo hace perdonar todo, sino más responsabilidades que derechos, y por lo menos una responsabilidad tan grande como la libertad de expresión de que se goza. En definitiva, el problema es, sobre todo, moral” (Revel, 1993: 412).

### **5.2.3. Los nuevos intelectuales mediáticos**

Según Ortega y Humanes (2000: 40-41), desde la década de los sesenta del siglo XX asistimos a la emergencia de un nuevo tipo de intelectual: el intelectual de las industrias de la cultura de masas. Lo más novedoso está relacionado con su reclutamiento y con sus reglas y objetivos. Antes el intelectual procedía de ámbitos académicos, científicos, de la Iglesia o de los partidos, círculos de élite que alimentaban su legitimidad. El gran cambio producido en la sociedad de las industrias culturales es la desaparición de ese ámbito autónomo de producción y el sometimiento a la hegemonía cultural de las corporaciones mediáticas con sus reglas propias.

Mientras el mundo científico ha ido encerrándose en un círculo inaccesible para el público, el periodismo ha ido asumiendo todo el peso de la dirección cultural y moral de la vida pública. El periodista asume la función esencial que venían desempeñando los intelectuales: la dirección cultural de la sociedad a partir de elaboraciones de conocimiento que contribuyen a conformar opiniones y encauzar las voluntades públicas con un rumbo determinado. Este proceso es analizado críticamente por Félix Ortega (1992): “La comunicación de masas ha colonizado la cultura, si por tal entendemos el conjunto de valores y normas de proyección práctica sobre el comportamiento social. Los periodistas son quienes realmente se han apropiado del rol de intelectuales que, indebidamente, se predica de los científicos y académicos”.

Desde las industrias mediáticas, nuevas productoras de conocimiento, este tipo de periodista-intelectual es el encargado de la fabricación de cultura y mantenimiento de la opinión y su producto es la cultura de masas. El intelectual mediático sería, según Ortega (1992), una nueva forma de intelectual orgánico porque está vinculado a una corporación industrial con la misma fuerza con la que el viejo intelectual orgánico se comprometía con una ideología, un partido o

una clase social<sup>71</sup>. Por eso se puede hablar de intelectual colectivo (cada corporación mediática) que no solo ofrece orientación sobre la realidad sino que busca influencia y poder. Esta integración del intelectual en las industrias culturales modifica sus funciones y tiene como consecuencia, o al menos como un riesgo, el debilitamiento de su racionalidad crítica. Es la propia organización la que confiere el estatus de intelectual, que sólo lo es en la medida en que pertenece a ella. Es el trabajo de intelectual en el grupo lo que da categoría de intelectual al aspirante, cuyo prestigio no procede de su actividad al margen de los medios. El medio es el que da estatus de intelectual al propio periodista. La figura del intelectual permanece vigente, pero con diferentes funciones y actitudes.

Busquet y Risquete (2005) advierten que las perspectivas apocalípticas que denuncian la muerte de los intelectuales y la trivialización del debate provocada por los medios de comunicación, a quienes se acusa de sustituir las ideas de los verdaderos sabios por ocurrencias de estrellas del espectáculo, revelan un visión elitista de la cultura. Para clarificar la definición de intelectual del mundo de hoy estos autores proponen una aclaración de las funciones que cumplen en la sociedad:

- Función comunicativa. Es la dimensión pública del intelectual, que comunica a través de los medios de comunicación. La difusión de su obra entre el público es lo que le da estatus de intelectual. Para cumplir esta función necesita un auditorio, un público que le reconoce, y un contacto con otros intelectuales con quienes se relaciona como grupo.

- Función creadora. El intelectual crea obras culturales que interpretan la realidad y con las que entran en los debates que forman los valores, las ideologías (legitimándolas o deslegitimándolas) y la identidad de una sociedad.

- Función reflexiva. Los ámbitos de reflexión intelectual y cultural se adaptan a las rutinas de los medios de comunicación por su protagonismo en el espacio público.

---

<sup>71</sup> En la clasificación que elaboró Gramsci el intelectual orgánico era aquel que estaba al servicio de un partido de clase (Gramsci, A. (1967). *Cultura y literatura*. Península. Madrid).

- Función moralista. Aunque ha dejado de ser una autoridad moral, guardián de los derechos civiles, con gran influencia social y política, el intelectual trabaja por una sociedad mejor desde la crítica de las ideologías y las instituciones y desde una posición solitaria, aunque solidaria.

- Función contemplativa. Como observador de la realidad es un teórico que prefiere mantener su independencia y no comprometerse con partidos o líderes políticos concretos.

- Función crítica. Disidencia frente al orden establecido, portador de la duda permanente, contrapoder.

- Función profetizadora. Hace hipótesis sobre el futuro.

- Función de influencia. Influyen sobre la realidad social, política y cultural. Contribuyen a formar la opinión pública.

Todas estas funciones se siguen desempeñando desde los medios de comunicación. Lo que ocurre es que han dejado de estar en poder del círculo restringido de una minoría ilustrada. Por un parte se universaliza el desempeño de la función de intelectual y, por otra, se diversifica la figura del intelectual. Desaparece la figura del intelectual como un sabio que tiene el privilegio de la interpretación de la realidad, pero continúa vigente la figura del intelectual que interviene en el debate público desde los medios con procedencias diversas y variadas funciones. La sociedad actual permite que las funciones del intelectual puedan ser desempeñadas por ciudadanos procedentes de múltiples ámbitos profesionales, culturales y sociales.

Si uno de los obstáculos del proyecto de la Ilustración era que sólo estaba al alcance de una minoría cultivada, no parece coherente lamentarse de que los medios de comunicación, con la apertura de los productos culturales a un público masivo, trivialicen el debate e impidan el ejercicio de la racionalidad crítica simplemente porque se haya ampliado el espectro de los actores sociales que intervienen. Por eso comparto la prudente conclusión de Busquet y Risquete (2005: 54 y 55): “El debate sobre la presunta muerte o el silencio de los intelectuales se ha alimentado desde una visión apocalíptica y elitista que equipara la imagen del intelectual con la del sabio sin tener en cuenta que la sociedad y el mismo papel de los intelectuales ha cambiado sustancialmente (...) Cada época genera, potencia y legitima unos tipos de intelectuales y, en la edad

de la comunicación y del espectáculo, la intelectualidad que se impone está formada por un conjunto muy amplio de figuras procedentes de muchos ámbitos profesionales que hacen acto de presencia pública a través de los medios de comunicación y en las industrias culturales”<sup>72</sup>.

### 5.3. UN MODELO DE PERIODISTA INTELLECTUAL PARA EL SIGLO XXI

#### 5.3.1. Mediador al servicio del conocimiento

La fusión de viejas cualidades (selección, jerarquización, interpretación) y nuevas (gestión de contenidos o la dinamización de las relaciones que fluyen por el ciberespacio) hacia la que le aboca la tecnología digital ha provocado un renovado interés por dibujar un nuevo perfil del periodista. Lourdes Martínez (2005) ha recopilado algunas de estas nuevas definiciones de la tarea del periodista: guardia urbano que dirige el tráfico de la información en la red; cartógrafo que traza las carreteras del medio digital; el infonomista que diseña flujos de información; el intercomunicador; el interlocutor que estimula la interactividad con el lector; el productor que coordina un equipo online de calidad; el infomediario que recolecta contenidos y enlaces; el tejedor de redes sociales, tecnológicas y de contenidos y el comunicador digital que produce informaciones, la organiza y gestiona flujos de comunicación.

---

<sup>72</sup> “El debat sobre la presumpta mort o silenci dels intel·lectuals s’ha alimentat des d’una visió elitista, apocalíptica (i sovint romàntica), que equipara la imatge de l’intel·lectual amb la del savi, sense tenir en compte que la societat i el mateix paper dels intel·lectuals han canviat substancialment (...)Cada època genera, potencia i legitima uns tipus d’intel·lectuals i, en l’edat de la comunicació i de l’espectacle, la intel·lectualitat que s’imposa està formada per un conjunt molt ampli de figures vingudes de molts àmbits professionals que fan acte de presència pública a través dels mitjans de comunicació i en les indústries culturals” (Busquet, J.; Risquete, J., 2005: 54 y 55).

Tras este repaso, Martínez (2005) reivindica la función del periodista como periodificador, es decir, como “ordenador de contenidos” y “clasificador de la realidad”, en un trabajo que, en cooperación con el usuario, tiene como objetivo transformar la información en conocimiento, una tarea en la que el periodista ejerce como ordenador (redactor) de un material informativo sobrabundante.

Ordenar la realidad forma parte de las funciones tradicionales del periodista, que utilizaba criterios profesionales y géneros para seleccionar, clasificar, jerarquizar e interpretar los hechos. Un periódico se ponía en manos del lector como un mapa de la actualidad en el que la realidad se presentaba ordenada, pero también clasificada según criterios valorativos de interés e importancia (Aguinaga, 2000). Como hemos visto en el capítulo anterior, lo que cambia en el nuevo paradigma de la comunicación es el mayor peso de la intervención del público en la elaboración de ese mapa de la realidad porque las puertas que dan acceso al lugar donde se establece la agenda pública se ha ensanchado y los tradicionales ‘gatekeepers’ han perdido algunos de sus galones y están obligados a escuchar lo que el usuario tiene que decir sobre sus intereses. Se impone un ‘gatekeeping’ mixto, donde el receptor selecciona los temas que le interesan, aunque el periodista sea el encargado de investigar y elaborar la información.

En la situación actual de saturación de información se precisa más que nunca una brújula: criterios y pautas, filtros que promuevan la reflexión y la deliberación necesarias para una auténtica democracia. Periodistas, intelectuales, ciudadanos-periodistas o ciudadanos-intelectuales serán formas diferentes de nombrar a quien de verdad esté dispuesto a aprender el arte de la comunicación que toda tarea de informar necesita para servir al conocimiento. El auge del periodismo de opinión y el aumento de la pluralidad de los puntos de vista son dos tendencias que se pueden vislumbrar en el horizonte mediático. Así lo señala, por ejemplo, el informe realizado por el Foro Mundial de Editores presentado en abril de 2005. En un mundo donde la población se encuentra desbordada por la información, la misión del periodismo escrito será proporcionar al lector las claves de lo que es importante, ayudarle a discernir lo verdadero de lo falso, plantear las preguntas pertinentes para encontrar vías de solución a los conflictos.

El periodista ya no decide qué debe o no saber el ciudadano, pero sí debe ayudar a entender y ordenar la información que le llega. Ese nuevo contexto de

exceso de información propiciado por las nuevas tecnologías refuerza el papel del periodista como mediador entre esa realidad informativa y el ciudadano, que ya no es un lector pasivo de noticias sino que tiene a su alcance herramientas tecnológicas que le permiten intervenir en el mensaje. “Si queremos que el periodismo cumpla la importante función de informarnos para hacernos libres se requiere de profesionales capaces de seleccionar, gestionar y trasladar honestamente contextualizada y contrastada la información relevante a los ciudadanos. No parece sensato que, porque unos determinados valores — consensuados como ideales— no puedan cumplirse por culpa de un determinado contexto — eminentemente económico—, optemos por olvidar, cambiar o eliminar los valores en lugar de intentar modificar el contexto. Tampoco parece sensato que en una sociedad saturada de información en la que lo trascendente corre el riesgo de quedar sepultado por lo intrascendente se apele a la desprofesionalización de aquellos que más preparados están para gestionarla. Y todavía parece menos sensato que se deje todo en manos de la interpretación del “testigo accidental”, cuando es evidente que no puede haber interpretación que se quiera de valor periodístico si no hay un conocimiento profundo y exhaustivo de los hechos” (Almiron, 2006).

La conclusión a la que llega Steve Outing, del Poynter Institute, es que el periodismo debe adoptar un modelo conversacional, donde el público juegue un papel más activo. A la pregunta sobre la actitud que debe tener hoy un periodista, señala lo siguiente: “Tiene que ser capaz de actuar recíprocamente y comunicarse mucho más estrechamente con su audiencia. Acostumbrarse a manejar y responder una mayor comunicación con los lectores; utilizar mejor a la audiencia como fuente de información e ideas, asociándose a ellos a través de un sistema de colaboradores expertos o co-redactores para producir mejores historias. Más periodistas tendrán que aprender a ser “editores ciudadanos” (citizen editors), es decir que tendrán que trabajar con los miembros de su comunidad, también productores de información y conocimiento”<sup>73</sup>.

---

<sup>73</sup> Entrevista en Lanación.com, 30-1-2006. Accesible en: [http://www.lanacion.com.ar/informaciongeneral/nota.asp?nota\\_id=775110](http://www.lanacion.com.ar/informaciongeneral/nota.asp?nota_id=775110)

Pavlik señala que el periodista debe abandonar su papel de superioridad y aceptar que el conocimiento es una tarea común en la que a veces el ciudadano sabe más que el periodista, por lo tanto debe asumir mejor un papel mucho más modesto que el de perro guardián, porque ya no tiene la exclusiva de las informaciones. La clave, según Pavlik, está en el contexto. El lector puede tener más información de un acontecimiento, pero el periodista será ese especialista que sabe relacionar unos acontecimientos con otros.

Su relación con el lector será de colaboración en la búsqueda de mejor información y de explicaciones a los hechos. Será un especialista también en reconocer la validez de los contenidos en un contexto tecnológico que facilita la desinformación y la manipulación. "Este equilibrio entre la necesidad del público de saber de manera rápida pero también completa es el reto fundamental del periodismo del siglo XXI" (Pavlik, 2005: 338).

Esa labor mediadora del periodista para ayudar a transformar la información en conocimiento está vinculada con el carácter intelectual de su trabajo, como se ha visto a lo largo de este capítulo. A continuación veremos cuáles son las características más importantes de esa mediación intelectual.

### **5.3.2. La obligación de hacer preguntas**

Comparto la idea de que las circunstancias del mundo actual reclaman un intelectual con un perfil determinado, aunque diferentes tipos de intelectual (como Zola o Camus) que han convivido en cada momento histórico todavía pueden servir como modelos para las circunstancias actuales. Vamos a ver las características principales que nos parecen más adecuadas para dibujar el perfil del intelectual del mundo de hoy.

- Preguntas más que respuestas. La elevación general de nivel de educación y competencia del público, dice Juliá (2005), ha provocado la desaparición del intelectual cuya misión era despertar de su pasividad a la masa, ser voz de los sin voz, conciencia de la humanidad o moralista de nuestro tiempo. La crisis terminal del comunismo a finales de los años 80 y la consolidación de la democracia han

---

dejado inservible la figura del intelectual mitad sacerdote, mitad profeta, centrado en la unión de pensamiento con acción política revolucionaria. Con la muerte de Sartre, símbolo del gran intelectual comprometido de la Guerra Fría, los intelectuales buscan un nuevo papel que interpretar. Su objetivo ya no es despertar o guiar a las masas sino acompañarlas enriqueciendo el debate público. “En la civilización liberal cada intelectual no es más que un individuo que se dirige a otros individuos, los cuales son libres de escucharle o de no hacerle caso, de aprobarle o desaprobarle. Cada día, el trabajo de persuasión del público debe empezar de nuevo” (Revel, 1993: 476). El intelectual, por consiguiente, ya no puede ser un ideólogo ni un profeta que conoce el camino de la salvación. Porque la historia nos ha enseñado que la condición de intelectual “no proporciona inmunidad alguna contra el error, la miseria moral o la iniquidad” (Ridao, 2005: 36-37). El papel del intelectual no es cerrar las discusiones sino mantenerlas vivas. Más que responder, hace preguntas. No pontifica sino que plantea dudas. No sermonea ni pretende descubrir los porqués de todo lo que ocurre. “Un tribunal tiene la obligación de hacer preguntas; luego deciden los miembros del jurado, cada uno según su parecer” (Chejov, 2006).

- Un observador crítico más que un guía. El fin de la gran batalla ideológica de la Guerra Fría no supone el silencio de los intelectuales, sino la transformación de su voz. La sociedad actual necesita observadores críticos más que guías o moralistas que protestan en nombre de sus convicciones. Seguramente su actuación será mucho menos llamativa y más modesta. “La desaparición del intelectual universalista, omnisciente, depositario del sentido de la historia, del intelectual que enseñaba a la masa la estrella polar en medio del laberinto de pasiones –como decía Romain Rolland-; el intelectual crítico radical del presente en nombre de la construcción de aquel hombre nuevo hecho de materiales que sólo él –y el tirano- conocían, ha sido sustituida por el intelectual específico, de conocimientos limitados, que ignora el sentido de la historia y ha dejado de mirar a la estrella polar, y que, en consecuencia, ha cambiado la crítica radical por la crítica reformista, más eficaz tal vez aunque infinitamente menos sonora” (Juliá, 2005).

- Conocimiento y no ideología. Es la nueva época la que redefine el papel de los intelectuales devolviéndoles su verdadera misión. “Ya hemos llegado al final de la época durante la cual los intelectuales se han esforzado, por encima de todo,

en colocar a la humanidad bajo su dominio ideológico y estamos entrando en la era en la que, por fin, van a ajustarse a su vocación, que es poner el conocimiento al servicio de los hombres” (Revel, 1993: 478). Por lo tanto, en lugar de dogmas el intelectual asume que su tarea, como en cualquier tipo de conocimiento humanístico, tendrá siempre “algo radicalmente incompleto, insuficiente, provisional, discutible y refutable” (Said, 2006: 32).

### 5.3.3. Crítico y disidente

Si el intelectual deja de ser voz de la conciencia de la sociedad o el armador ideológico de posiciones ideológicas o partidistas; si tampoco puede ser portador de la verdad, ¿qué papel le queda por jugar en las sociedades democráticas? “Un ejercicio de conocimiento en el que su compromiso es, sustancialmente, con el abismo de la verdad, aunque le lleve al infierno”, explica Guelbenzu. Una verdad que es de todos y “por eso mismo, la tarea del intelectual es, en lo personal -y parafraseando a Fernando Savater-, merecerse la verdad; y, en lo público, hacer frente a todo aquel en quien detecte el deseo de apoderarse de la verdad, pues ése es el tirano, aunque se esconda bajo un disfraz democrático. Su tarea pública, su aportación como ciudadano, ya no es tanto la de predicar la verdad, como ha pretendido hacer tantas veces en este siglo, como la de detectar a quien pretenda apropiarse de ella”. Para desempeñar este papel su posición en el debate no puede ser otro que la independencia, “cuyo precio es la soledad ante el poder, ante cualquier clase de poder”<sup>74</sup>.

Con este perfil, su misión de denuncia de los abusos de poder sigue vigente. Lo que cambia es la propia posición del intelectual, que no se alinea con una ideología cerrada y que acepta que su participación en la vida pública sólo es una más entre otras muchas que se cruzan con actitudes antidogmáticas. Contrariamente a los anuncios del declive de la figura del intelectual, Said (2006) advierte en todo el mundo un renovado interés de la ciudadanía en buscar liderazgos que ofrezcan orientación ante el vacío moral y la pérdida de credibilidad de la política. Detecta incluso una ampliación del término intelectual

---

<sup>74</sup> Guelbenzu, J. M. “Intelectuales, SL”. *El País*. 21 de noviembre de 1992.

con connotaciones relacionadas con la ideología, la producción cultural y, sobre todo, la capacidad de pensamiento y conocimiento (Said, 2006: 148). En un libro publicado originalmente en Estados Unidos en 2003, ya en plena atmósfera convulsa post11-S, Said reivindica la cultura humanística como crítica democrática, “coexistencia y comunidad compartida” (Said, 2006: 18), y traza el perfil de lo que cabe esperar del intelectual en el mundo de hoy.

La gran tarea del intelectual o, entendido más ampliamente, del hombre de pensamiento que interviene en el espacio público, según este perfil, será la crítica del poder y el desenmascaramiento de los discursos con los que los poderosos defienden sus intereses a costa de la justicia y de la libertad de los débiles. Es decir, el intelectual útil será un intelectual disidente contra el poder, visible o en la sombra, contra el discurso oficial, que incluye la información prefabricada de los grandes medios de comunicación.

Entre sus funciones, por lo tanto, según la clasificación de Busquet y Risquete (2005), destaca la crítica y la moralista, pero también requeriría de reflexión, comunicación y contemplación independiente. Desde la perspectiva de Said (2006), las características que debe reunir el intelectual que reclama la ciudadanía de esots inicios del siglo XXI serán las siguientes:

- Crítica. Con una actitud alerta contra los intentos de manipulación y tergiversación, el intelectual elabora un discurso antagónico con respecto al poder, un discurso que impugne y ponga en cuestión “las certezas ya mercantilizadas, envasadas, incontrovertibles y acríticamente codificadas” por el poder establecido (Said, 2006: 49). El discurso del intelectual será un antídoto contra el pensamiento único y lo políticamente correcto, provenga de donde provenga. El propósito del intelectual humanista disidente “consiste en someter al escrutinio crítico más temas, como el producto del quehacer humano, las energías humanas orientadas a la emancipación y la ilustración o, lo que es igualmente importante, las erróneas tergiversaciones e interpretaciones humanas del pasado y el presente colectivos” (Said, 2006: 43).

- Estilo claro. El desenmascaramiento de la realidad prefabricada por el poder pasa por restablecer el valor real de las palabras. Como señala Justo Serna, en la labor del intelectual y del periodista, que se valen de testimonios verbales para construir discursos, es crucial “examinar el valor real de las palabras

mayores de la esfera pública, la tradición que las inviste, las acepciones que entrañan”<sup>75</sup>. Así, frente a los estereotipos, simplificaciones y frases pegadizas que ocultan la complejidad, el intelectual opone una prosa transparente, sencilla y clara, un lenguaje más preciso, sin caer en la neutralidad engañosa y simplista del mensaje estandar de los grandes medios de comunicación. La accesibilidad, opuesta a la jerga academicista y a la superficialidad de que se acusa al lenguaje periodístico, es un elemento indispensable para ejercer la función de crítica social con la vista puesta en el objetivo final de ensanchar las perspectivas del debate público en una democracia<sup>76</sup>.

- Reflexión y análisis. La complejidad de los asuntos públicos precisa de formas de discursos más extensas como el único método de dar significados a los breves estallidos de la información al minuto. Comprender de verdad la actualidad diaria exige un mayor tiempo de reflexión del que parece permitir la voracidad de los medios en su pasión por la inmediatez. La necesaria profundización en los temas para su más completa comprensión requiere, asimismo, un esfuerzo de investigación, comprobación y argumentación.

- Escepticismo. Ante una información planetaria controlada por un puñado de multinacionales, Said aboga por un modo de pensamiento para-doxal que cuestione todos los discursos procedentes de las fuentes de información a partir de un riguroso análisis de las relaciones entre las estructuras de poder de la sociedad.

- Una mirada diferente. El intelectual pone el foco en la realidad desde una perspectiva diferente a la del poder. Aportar narraciones alternativas a la versión oficial, con atención al detalle y desde el compromiso con la dignidad esencial del

---

<sup>75</sup> Entrevista en *PeriodistaDigital.com* el 11 de enero de 2005.

<sup>76</sup> Sobre la necesidad de cultivar un estilo accesible en el debate intelectual de la esfera pública, sobre todo en los discursos de los investigadores de las ciencias sociales puede consultarse el siguiente artículo. Gitlin, T. “La política de la comunicación y la comunicación de política”. *Cuadernos de Información y Comunicación*, núm.3, 2006. Disponible en internet: <http://www.infoamerica.org/articulos/g/gitlin.htm>

ser humano, permitirá abordar los asuntos más complejos desde la profundidad y la multiplicidad. El valor de su intervención dependerá, de esta forma, mucho más de las preguntas que haga que de las respuestas.

- Independencia, cooperación y acción. El intelectual actúa como un vigía, amigo del ciudadano, testigo de la actualidad, que, conectado con otros muchos vigías, coopera con la sociedad civil en la tarea de aportar sentido a la realidad, que en muchas ocasiones es aquello que desafía la comprensión ordinaria, en un proceso de revelación, resistencia y acción en favor de la justicia. Es independiente, su interés es el de la colectividad, y dispone de plataformas desde las que puede hacer oír su voz y unirla a la que surge de otras muchas plataformas y organizaciones que actúan al margen de los poderes.

En resumen, los intelectuales, individuales pero también colectivos porque su tarea es estéril sin cooperación, intervienen en el espacio público sin organización ni partido ni gran teoría que los respalde, incluso sin plan preconcebido que los guíe. Es sólo un vigía, entre otros muchos vigías, consciente de que colabora en un proyecto común cuyo cometido esencial es la observación desinteresada y la búsqueda de sentido desafiando el discurso del poder. Esta posición humilde y precaria con la que el intelectual de hoy debe recorrer el largo y difícil camino que va del silencio (o la mentira) a la interpretación queda muy bien resumida en estas palabras: “el hogar provisional del intelectual es la esfera de un arte exigente, resistente e intransigente al que, por desgracia, no podemos retirarnos ni acudir en buscar de soluciones. Pero solo en ese precario ámbito de exilio podemos, primero, comprender la dificultad que en verdad encierra lo que no se puede comprender y, después, continuar avanzando y, pese a todo, continuar intentándolo” (Said, 2006: 170).

#### **5.3.4. La verdad peligrosa del parresiasstés**

Una aportación interesante al debate sobre la intervención del intelectual en el debate político podemos encontrarla en el estudio de Foucault (2004) sobre la figura del parresiasstés, la persona que posee una serie de cualidades morales que le dan autoridad para ejercer la crítica del poder desde la independencia con franqueza y valentía.

Foucault dio un seminario en la Universidad de Berkeley en 1983 sobre la relación entre discurso, verdad y praxis política a partir de la 'parresía' como vínculo entre política y lenguaje y como forma de relación entre uno mismo y los otros en el mundo antiguo. La parresía, un concepto central en el pensamiento moral y político grecorromano, cobra vigencia en un contexto como el actual, con un espacio público que conjuga una mayor apertura al ciudadano con el peligro de un aumento de la confusión por la multiplicación de los discursos. La parresía une ética, verdad y política al permitir al individuo establecer nuevas relaciones de poder y crear espacios de diálogo.

La parresía es un acto de libertad cuyo objetivo principal es hacer más libre a quien escucha. El que hace uso de ella elige decir lo que ha de decirse, la verdad, con franqueza y libertad. Más que transmitir una información o un conocimiento, el parresiastés busca con su discurso despertar al interlocutor a la verdad, incitarlo a actuar, criticarlo o sacarlo de un error, desafiarlo.

Según Foucault (2004), etimológicamente parresía significa hablar con franqueza y libremente para decir todo lo que se ha de decir. Las características de este tipo de discurso, según su estudio de los textos griegos desde el siglo V a.C., son las siguientes:

- Franqueza: el parresiastés dice todo lo que piensa, sin ocultar nada, abriendo su corazón al interlocutor, evitando cualquier recurso retórico que pudiera dificultar la comprensión de lo que dice. Por lo tanto es un discurso claro y directo. El grado cero de las figuras retóricas, lo llama Foucault, puesto que se persigue la naturalidad. El parresiastés habla en primera persona de lo que él piensa, es al mismo tiempo el sujeto de la enunciación y el sujeto del *enunciandum*: "yo soy quien piensa esto".

- Verdad: además de sincero, el parresiastés dice la verdad. La opinión que da es también la verdad. Lo que garantiza que el hablante dice la verdad es que posee una serie de cualidades morales que garantizan que está capacitado para conocer la verdad y para comunicarla. Según Foucault los griegos no se hacían la pregunta especialmente moderna de cómo puede estar seguro un parresiastés de que lo que cree es verdad.

- Valor/Riesgo: una de las pruebas de la sinceridad del parresiastés es su valor. Decir algo que pone en peligro a quien lo dice garantiza que es sincero. El

parresiastés es sincero diciendo una verdad peligrosa para él. "Si, en un debate político, un orador se arriesga a perder su popularidad porque sus opiniones son contrarias a la opinión de la mayoría o pueden desembocar en un escándalo político, utiliza la parresía. La parresía, por tanto, está vinculada al valor frente al peligro: requiere el valor de decir la verdad a pesar de cierto peligro" (Foucault, 2004: 42).

- Crítica: más que transmitir una información, el objetivo del parresiastés es criticar al interlocutor, de ahí que asuma un riesgo al hablar. En la relación entre hablante e interlocutor el primero está en una situación de inferioridad, tiene menos poder y por eso puede sufrir represalias por atreverse a decir una verdad que puede ser incómoda para quien escucha. El parresiastés será alguien que critica al poder político o que se enfrenta a la opinión de la mayoría. Por lo tanto, otra prueba de la verdad-sinceridad y del valor del parresiastés es que tiene algo que perder: "El parresiastés arriesga su privilegio de hablar libremente cuando revela una verdad que amenaza a la mayoría" (Foucault, 2004: 45).

- Deber: el parresiastés es libre de callar, nadie le obliga a hablar, pero siente que es su deber decir lo que piensa. Habla desde la libertad, pero como un deber.

En cuanto a su relación con la vida política, señala Foucault que la parresía es una característica esencial de la democracia ateniense y una actitud ética y personal del buen ciudadano. Su puesta en práctica requiere el derecho a hablar e igualdad de participación de todos en el debate. Sin derecho a criticar, el poder es ilimitado y se impone por la fuerza. Frente a las mentiras del poder, los ciudadanos pueden llegar a conocer la verdad por ellos mismos a partir de la crítica. En el ágora un requisito para participar en el debate es la parresía porque fortalecerá la democracia: el gobernante escucha las críticas y los que intervienen en el debate se atreven a hablar con franqueza.

¿Quién puede ser un parresiastés (derecho, deber y valor de decir la verdad)? En un contexto social en el que está garantizado el derecho a hablar libremente y el derecho a la crítica, el parresiastés es un persona que reúne una serie de cualidades morales: reputación, prestigio, valentía, independencia (no vive de la política sino que interviene por vocación cívica en momentos críticos), inteligencia (es capaz de utilizar el lenguaje para mejorar la vida política), carisma (lo que dice es importante y se toma como modelo o ejemplo). Por supuesto, la

franqueza y la valentía no son suficientes, es necesario educación, formación y experiencia.

La dificultad para el ejercicio de la parresía surge de los interrogantes sobre la democracia, la verdad, la libertad, el poder y la educación. El problema es el de reconocer quién es capaz de decir la verdad cuando todo el mundo tiene el mismo derecho a dar su opinión. La democracia, por sí misma, no es capaz de determinar quién tiene las cualidades específicas que le permiten decir la verdad (y, por tanto, quién poseería el derecho de decir la verdad). La pura franqueza al hablar tampoco basta para revelar la verdad, “ya que la parresía negativa, el atrevimiento ignorante, puede ser también el resultado” (Foucault, 2004: 107).

Sin embargo, la parresía no es algo que se otorga sino algo que se gana. Si es sólo libertad para hablar se corre el riesgo de convertirse en charlatanería. Es libertad de crítica, pero también una cualidad ética-moral. “A causa de que la parresía es otorgada incluso a los peores ciudadanos, la poderosa influencia de oradores malos, inmorales o ignorantes puede conducir a los ciudadanos a la tiranía, o puede, en otro caso, poner en peligro la ciudad. De ahí que la parresía pueda ser peligrosa para la democracia misma” (Foucault, 2004: 112). La defensa con la que cuenta una democracia frente a la charlatanería será objeto de análisis en el siguiente capítulo.



## CAPÍTULO 6. REDEFINICIÓN DEL PAPEL DEL PERIODISTA EN EL DEBATE

*“No sabemos nada –eso es lo primero-. Por eso debemos ser muy modestos –eso es lo segundo-. Que no pretendamos saber, si no sabemos –eso es lo tercero-.” [Karl Popper]*

### INTRODUCCIÓN

La revolución digital, que en el campo periodístico ha supuesto la irrupción de los ciudadanos como nuevos actores protagonistas del debate público y que está produciendo una redistribución del poder de informar al rescatar la idea de la titularidad de la información por parte del público, obliga a una reflexión sobre la necesidad de redefinir el papel del periodismo en el escenario mediático.

Frente a las propuestas teóricas que anuncian la progresiva desaparición del periodista como una figura de un tiempo que ya no existe, el eje de mi argumentación será que en la nueva realidad tecnológica y social tanto periodistas como intelectuales seguirán desempeñando un papel protagonista en el escenario del debate público. Pero el protagonismo dependerá de cuál sea la concepción que tienen de su trabajo y, al final, se lo dará o se lo quitará su compañero de reparto, el ciudadano, según cumpla sus expectativas. Por lo tanto se hace necesario reflexionar sobre el tipo de valores y prácticas que contribuirán a que el periodismo siga ocupando un lugar central en el espacio público donde la sociedad discute sobre los temas de interés general. Siguiendo el hilo argumental que recorre esta tesis veremos cómo el tipo de periodismo que está reclamando la sociedad de la era internet puede encontrar en su propia tradición la savia necesaria para reinventarse.

Una idea del periodismo entendido como el tratamiento de la información basado en la corresponsabilidad del medio con los problemas de una colectividad concreta, trascendiendo la función limitada de transmitir datos para asumir la tarea intelectual de ayudar al ciudadano a comprender lo que ocurre en el mundo y de contribuir a que la vida pública funcione bien, tal como lo concebía el Periodismo Cívico, nos permitirá envolver las nuevas iniciativas surgidas con la cultura digital en un contexto teórico y una tradición periodística que recupere valores clásicos del periodismo para ponerlos al servicio de las demandas sociales

y su aspiración a idear fórmulas de construir interpretaciones de la realidad desde los medios de forma más democrática y libre.

Las características de la tecnología digital referidas al ámbito de la información que hemos visto en el capítulo 4 anulan algunos de los aspectos que definían el periodismo -por ejemplo, su papel hegemónico en la elaboración de la agenda temática- al tiempo que refuerzan otros aspectos que pasan a un primer plano entre sus funciones sociales. Mientras la función de transmitir información pierde importancia, la función de interpretar la información y promover el debate sobre ella cobra más vigor. A su vez, esta labor de ayudar al entendimiento de la información se hace ya en estrecha colaboración con multitud de ciudadanos interesados en participar en foros de discusión impulsados desde los medios o alojados en la red. Estos dos aspectos del periodismo que considero plenamente vigentes (esfuerzo de entendimiento y debate abierto a los ciudadanos) no sólo recuperan la tradición del Periodismo Cívico, el periodismo como conversación o el periodismo democrático de Dewey, sino que es ahora cuando, gracias a los avances tecnológicos, se hacen de verdad posibles.

Pero la idoneidad de la línea participativa del periodismo, reforzada con la convergencia digital, no supone la descalificación de la línea elitista que, a partir de las teorías de Lippmann, ha impregnado durante décadas la práctica periodística y ha respaldado algunos de los valores del periodismo, como la objetividad, que también será necesario fortalecer en la nueva situación comunicativa. Es decir, la opción de esta tesis es un camino intermedio entre ambas líneas de pensamiento, que, aunque a menudo se presentan como enfrentadas, plantean una forma posible de redefinir el papel del periodista en la era de internet. En el escenario mediático se seguirá escuchando la voz autorizada del experto y la voz capacitada del periodista en un diálogo abierto con el ciudadano, que es el motor y el argumento de ese diálogo. La relevancia social del periodismo puede fortalecerse si se concibe como un lugar de encuentro entre el ciudadano y su comunidad, y como un instrumento que hace habitable ese escenario de diálogo permitiendo la interacción plural. Sólo si contribuye a que el ciudadano sea más libre podrá el periodismo sostenerse como una pieza básica de la democracia.

Al defender esta línea de pensamiento estoy apostando por la forma clásica y liberal de entender el periodismo. Por eso cuando he hablado de periodismo me

he centrado en los valores que lo inspiran y por los que existe: razón, diálogo, libertad, solidaridad y verdad. Todos ellos valores desde los que he construido mi perspectiva para la reflexión de los diferentes aspectos de esta investigación. Si la relación de estos valores con el periodismo, al menos en la cultura de la posmodernidad que nos ha tocado vivir, fuera utópica, ingenua o simplemente teórica, como se denuncia desde los sectores más críticos con los medios de comunicación, tendría que reconocer que toda mi argumentación no sería más que una especulación sin ninguna utilidad práctica. Por eso a lo largo de la tesis he respaldado las hipótesis con los argumentos defendidos por una tradición teórica que todavía sigue viva y he procurado no perder de vista el contexto cultural en el que actúa el periodismo.

En los capítulos precedentes estudié la función del periodismo en el desarrollo de la democracia, su misión de promover el debate político, entendí el debate como un intercambio abierto de ideas desde la racionalidad, y analicé las posibilidades que tenía esta concepción del periodismo en el contexto cultural de la posmodernidad que parece reclamar de las instituciones sociales lo contrario de lo que aquí se defiende: trivialidad, relativismo, emoción, instantaneidad, espectáculo, enfrentamiento, etc. La reflexión final que quiero ahora acometer tiene su punto de partida en la siguiente pregunta: ¿Es todavía viable un debate racional en la cultura de lo efímero, que sustituye la reflexión por la emotividad subjetiva? Una respuesta afirmativa como la que doy en esta tesis exige una fundamentación antropológica: la necesidad de comunicación del ser humano para desarrollarse como individuo y la percepción moral de la vulnerabilidad y diferencia de cada individuo. Precisamente estos son los dos ejes sobre los que gira la filosofía de Habermas (2006) y que, a mi entender, enlazaba con la perspectiva liberal de Tocqueville, Mill, Dewey y otros autores que han sido analizados en la tesis: esta situación vulnerable del hombre en el mundo es lo que le lleva a construir discursos (y a discutirlos) para crear redes de interpretación en los que pueda instaurarse la solidaridad necesaria para ayudar a crecer a los individuos y para proteger sus diferencias.

Pero en esta tesis también se acepta la principal crítica que se hace a Habermas: la insuficiencia de la acción comunicativa como motor de la sociedad civil por su excesivo peso racionalizador, basada en argumentos legitimadores, pero distanciada de los afectos y de las normas de la vida buena. Pero decir

insuficiente no equivale a decir errónea y descalificarla por inviable o anacrónica. Por lo tanto, mi apuesta consiste en completar la visión procedimentalista de Habermas con un contenido ético: la necesidad de sustentar las reglas en determinados bienes y valores. Con el racionalismo crítico de Popper argumentaré la idea del periodismo como una de las instituciones dedicadas al pensamiento y la discusión libre que toda democracia debe cuidar. Con el humanismo cívico de Llano sostendré que la revitalización del espacio público sólo puede venir de la libre interacción de la ciudadanía cuando confía en la posibilidad de mejorar su convivencia a través de la búsqueda de la verdad mediante la ayuda mutua y desde el convencimiento de que hay relaciones más valiosas que el cálculo de poder o los intereses mercantiles. Esta defensa de la relación entre personas como constitutivo de la vida social sitúa a la solidaridad como un valor central que aportará sentido y finalidad a la labor de esas instituciones promotoras del pensamiento crítico, entre ellas el periodismo.

Esta es una modesta aportación teórica fruto del convencimiento de que el periodismo seguirá siendo una herramienta útil para el ciudadano siempre que acepte que en el perfeccionamiento está su supervivencia. Con este paradigma, quizá podamos volver a encontrar en el periodismo no sólo técnicos y máquinas que procesan datos a toda velocidad, sino esos héroes que ayudan a entender el mundo y que tanto echa en falta Russell Baker<sup>77</sup>, periodistas no sólo interesados en el poder y el dinero, habituados a prosperar con las desgracias del mundo, sino entregados a la tarea de buscar sentido a la realidad en el encuentro con el prójimo.

#### 6.1. UNA FILOSOFÍA PARA EL PERIODISMO

La pregunta que se planteaba en el capítulo 3 era: ¿Tiene sentido el periodismo en la cultura de la posmodernidad? Y el planteamiento que se hacía era el siguiente: el periodismo ha sido uno de los factores que han impulsado el

---

<sup>77</sup> Baker, R. (2007). "Goodbye to Newspaper?". *New York Review Books*. Vol. 54, nº.13. 16 de agosto de 2007. <http://www.nybooks.com/articles/20471> [consultado en enero de 2007].

paradigma de lo instantáneo y de lo efímero que ha caracterizado una cultura que ha dado la espalda a los discursos narrativos y a la reflexión para entregarse a la novedad, lo inmediato y la velocidad, un paradigma que ha tenido entre sus consecuencias más importantes la indiferencia del ciudadano hacia lo público.

Parece entonces que la respuesta a la pregunta planteada debería ser negativa. Al renunciar a la reflexión, el periodismo vive en el caos y en la falta de sentido. Según el diagnóstico de Lash (2005) ésta es ya la realidad de la sociedad mediática. Sospecho que para este autor la pregunta estaría incluso mal planteada, puesto que, desde su punto de vista, el periodismo *es* posmoderno. Sin embargo, en la argumentación de esta tesis se entiende el periodismo como una institución de la modernidad cuya vocación es la búsqueda de sentido. Siguiendo, pues, esa línea argumentativa el horizonte de los medios no es el caos, porque los medios los hacen los hombres y el ser humano no puede dejar de buscar el sentido a la realidad que vive. “Si bien la historia carece de fines –dice Popper (2006: 289)-, podemos imponérselos, y si bien la historia no tiene significado, nosotros podemos dárselo”.

La película *Grand Canyon*, de Lawrence Kasdan, es una desoladora descripción de la gran ciudad posmoderna: una jungla de caos, violencia, desamor, soledad y estrés en la que los habitantes se ocupan en sobrevivir, sin tiempo para pensar en lo que ocurre y sin comprenderlo. La mayoría acepta pasivamente la realidad, algunos se lamentan: “¿qué hemos hecho mal?”, pero sólo uno se atreve a imaginar que “las cosas no tienen por qué ser así”. La película termina con los personajes mirando con asombro el paisaje grandioso del Gran Cañón de Colorado, y con el siguiente diálogo: “¿Qué te parece?”- “Que no todo es tan malo.”

Desde esa perspectiva está pensada esta tesis. El diagnóstico de Lash, como el de Lippmann y tantos otros autores realistas y pesimistas, es acertado, pero no hace justicia a toda la realidad. Y mucho menos tiene por qué determinar el comportamiento de los individuos. El mismo Lippmann, de hecho, con su quehacer diario –durante más de cuarenta años escribió sus columnas periodísticas- contradecía su propio pesimismo teórico respecto a la democracia y el periodismo. Es decir, no todo es tan malo, y si lo fuera “las cosas no tienen por qué ser así”. Los grandes aciertos de los hombres siempre han sido impulsados por la insatisfacción o el inconformismo con la realidad.

“Como constructores de esfera pública, ¿pueden los periodistas continuar operando sin una filosofía pública?” Esta es la pregunta que lanzaba Jay Rosen, uno de los teóricos del Periodismo Cívico, que ya era en sí una filosofía que trataba de corregir las deficiencias de la teoría liberal a partir de la constatación del “desfase entre la construcción teórica y el mundo empírico” (Miralles, 2004). La reflexión que aquí se propone plantea, de la mano del racionalismo crítico y del humanismo cívico, una superación de las limitaciones del liberalismo individualista que permita salir al periodismo del callejón sin salida al que ha llegado el dilema entre el servicio público que deben prestar y el sistema de propiedad privada en el que se desenvuelven.

Expondré una visión normativa del periodismo que fundamentaré en dos ejes: el racionalismo crítico y el humanismo cívico. Esta apuesta por la racionalidad se apoya, como dice Popper (2006: 444), en un acto de fe, en una decisión moral que marca nuestra actitud hacia los problemas de la vida social: aunque sean las emociones y las pasiones lo que guíe los comportamientos humanos más que la razón, el deber como hombres es hacer todo lo posible para remediarlo e intentar que la razón desempeñe un papel importante. Resignarse ante la naturaleza irracional de los hombres o despreciar la razón acusándola de poco realista es un crimen que conduce a la violencia como árbitro de cualquier disputa (Popper, 2006: 447).

A continuación, esa base teórica sostendrá una exposición concreta de los valores del periodismo que considero más coherentes con esa teoría y más adecuados para construir debates periodísticos en la cultura de la posmodernidad. Por último, veremos cómo ese tipo de periodismo sigue vivo y en continua renovación en las tendencias renovadoras de las páginas de opinión de los periódicos.

### **6.1.1. El periodismo, sede del pensamiento crítico**

El periodismo exalta lo novedoso y lo inmediato. Su producto es veloz, instantáneo, fugaz. Apenas deja tiempo para la reflexión. Estos parámetros hacen casi inevitable una tendencia a la superficialidad, la simplificación e incluso la banalización. Sin duda, además de con racionalidad, el periodismo ve la realidad a través de la sensación, el impacto y la emoción. La preponderancia del “factor

emocional o percepción sentimental de la realidad por contraposición a la percepción cognitiva o intelectual” es una tendencia cada vez más acusada en los medios (Dader, 2008). Además, la posición de privilegio que ocupan los informadores en la escena pública los empuja a menudo a las redes del poder político y económico, con nefastas consecuencias en forma de mentiras, falsedades y manipulación. No obstante, y a pesar de esta realidad constatable diariamente, el periodismo se empeña en mantener vivos unos códigos éticos que señalan la búsqueda de la verdad como su primera obligación. Parece que asistimos a una contradicción entre las cosas que hace el periodismo y las cosas en las que cree, entre su práctica y su idealismo. “Los fines y los criterios se han distorsionado hasta lo irreconocible”, decía Dewey (2003) en un análisis sobre las contradicciones entre los ideales y la realidad escrito a finales de los años 20. Sus palabras, referidas a la democracia norteamericana, en la que se daba “una perversión del ideal entero del individualismo para ajustarse a las costumbres de una cultura del dinero” (Dewey, 2003: 60), suenan tan frescas para describir el panorama actual como cuando fueron escritas: mientras la teoría dice que “el hombre concibe y utiliza las máquinas para sus propios fines humanos y morales” lo que sucede en realidad es que “vivimos como si las fuerzas económicas determinasen el crecimiento o la caída de las instituciones y dictasen el destino de los individuos. La libertad se convierte en un término poco menos que obsoleto; nos ponemos en movimiento, funcionamos o nos paramos al son de una gigantesca máquina industrial. El actual sistema implicaría un esquema de valores rematadamente materialista” (Dewey, 2003: 55).

¿Se abandona la obligación de la búsqueda de la verdad y otras normas éticas por equivocación, comodidad, perversión o simplemente porque se ha decidido que son ideales inalcanzables, reglas escritas en papel mojado? ¿Cuáles son las causas de la contradicción entre los ideales y lo que hacemos? ¿Cómo se podría superar la contradicción? Según Dewey (2003: 59), glorificamos los mitos del pasado, nuestras creencias, pero aceptamos resignados el ‘statu quo’ en lugar de preguntarnos cómo emplear los medios con los que contamos para construir una mejor convivencia. Lippmann dirá que no es función del periodismo buscar la verdad, que a ésta hay que dejarla en manos de los expertos. Lash (2005) irá aún más lejos: la verdad ya no se busca de la forma en la que se solía hacer. En esta tesis mantengo esa obligación como vigente y posible. Veremos cómo puede

hacerlo el periodismo y cómo lo hace cada día: con la debilidad, precariedad y modestia de sus escasas fuerzas, pero con la tenacidad y constancia que requieren sus altas ambiciones. Sin embargo, esas normas éticas se quedan en papel mojado si no hay detrás una forma de pensar, una forma de concebir al periodismo y sus obligaciones cívicas que haga que esas normas se asimilen e interioricen y se desarrollen en el actuar diario del periodista.

Frente a la expansión del corporativismo en todos los aspectos de la vida, la mecanización y la uniformización del pensamiento en una sociedad masificada, Dewey (2003) defendió la creación de un nuevo individualismo: un proyecto de convivencia que se desarrolla en común impulsado desde la libertad individual y hacia la consecución de valores a los que se guarda lealtad. Decir que es un proyecto común significa que el individuo aprende a enfrentarse a las realidades al recoger las energías que surgen de la vida de la comunidad. Si estas energías sólo están enfocadas al beneficio económico o a la lucha por el poder no servirán de ayuda al ciudadano a la hora de orientarse en el mundo. Los ideales de las personas y del sistema social estarán enfrentados, lo que crea individuos desamparados, confusos y desorientados. Dewey creía, no obstante, que en la sociedad hay creencias, instituciones, voluntades que promocionan una realidad diferente a la impuesta por los criterios economicistas imperantes. Y hay, sobre todo, interacciones, comunicaciones, relaciones basadas en valores como la solidaridad, la amistad, la ayuda mutua, etc. La ocultación de estas interacciones del mundo de la vida es lo que crea la apariencia de uniformidad y apatía pública. Entonces, las instituciones y la tecnología son instrumentos en manos de individuos, un poder potencial que puede orientarse hacia el dinero o hacia el enriquecimiento de la vida humana. No son fines sino medios para conseguir algún fin. El problema es, para Dewey, qué hacer para humanizar la civilización y la tecnología para que sirvan a la vida de las personas. Su planteamiento será que si se expanden las comunidades de esfuerzo cooperativo y de búsqueda de la verdad el resultado será una forma de emancipación. Impulsar esas comunidades es tarea de todas las instituciones democráticas, pero también de cada individuo, que debe asumir la responsabilidad que le da el poder adquirido por las nuevas tecnologías.

También el periodismo es un medio que puede conducir a ese objetivo de enriquecer la vida de los ciudadanos. Dewey (2003) se quejaba de que las

instituciones sociales que se guiaban por criterios mercantiles estaban conspirando contra los individuos. Pero, a la vez, las posibilidades de la individualidad sólo pueden llevarse a cabo a través de las instituciones sociales y en las relaciones entre individuos. Es decir, que los peligros de la opresión y las promesas de emancipación están en el mismo lugar: en la relación del individuo con la sociedad. El periodismo, si es verdad que está hecho de la conversación ciudadana, aparecerá unas veces como mecanismo deshumanizador y otras como alumbrador de humanidad. Que se incline hacia uno u otro lado dependerá tanto de los periodistas como de los lectores. En sus manos está poner al periodismo del lado de la conspiración, por utilizar el término de García Noblejas (1997), en favor de la libertad. Así lo expresaba, metafóricamente, Dewey (2003: 175-176): “Para alcanzar una individualidad plena, es necesario que cada uno de nosotros cultive su propio jardín. Ahora bien, ese jardín no está aislado por una valla: no es un recinto estrictamente delimitado. Nuestro jardín es el mundo, en la parte que más toca a nuestra propia manera de ser”.

El periodismo tiene a su cargo el cuidado de una parte de ese jardín. Es una más de entre las tareas de la razón humana cuyo cometido es hacernos comprensible el mundo en el que vivimos. De la elección de las herramientas adecuadas dependerá que esa parte del jardín del mundo sea habitable. Su cometido de registrar la actualidad tiene dos componentes: el primero es la narración - con el lenguaje humano se escriben relatos que explican el mundo-, el segundo es la discusión crítica de los diversos relatos explicativos con el objetivo de mejorarlos (Popper, 2005: 66). Este método crítico es una herramienta intelectual inventada en Grecia que establece que una teoría es sólo un punto de partida que funciona como un desafío a su refutación o perfeccionamiento por parte de nuevos investigadores. Este método es la esencia del racionalismo.

Si no utilizamos esta herramienta de la discusión crítica la información se vuelve estéril, sin objetivo, sin finalidad. Es la información sin reflexión (Lash, 2005) o simple reproducción de mensajes discontinuos y sorprendidos, la reflexión de segundo orden: “observación en el modo de observación de la observación” (Luhmann, 2000: 124). Por eso, dice Luhmann que “los medios de masas trabajan persistentemente en su propia desacreditación: se comentan, se discuten, se corrigen a sí mismos. Lo definitivo son los temas y no las opiniones”, no se sabe al final nada aparte de que hay distintas opiniones sobre un asunto y “aprendemos

sólo a observar la observación” (Luhmann, 2000: 101). La comunicación social no llega así a ser conocimiento sino mero presente conocido para afrontar expectativas. A la vista de esta limitación, Lippmann dijo que la función de los periódicos sólo podía ser señalar los temas porque no se debe confundir la verdad con las noticias.

¿Pero qué entendemos por racionalismo? Popper (2005) entiende por razón una actividad intelectual del pensamiento que incluye la observación y el experimentalismo. El pensar claro y la experiencia serían vías de conocimiento más fiables que la emoción o las pasiones. El racionalismo es una actitud práctica en la que predomina la disposición a escuchar los argumentos críticos y a aprender de la experiencia. Consiste, explica Popper (2005), fundamentalmente en admitir que ‘yo puedo estar equivocado y tú quizá tengas razón, y con un esfuerzo podemos los dos acercarnos a la verdad’. A través de la argumentación y la observación cuidadosa se puede alcanzar incluso algún tipo de acuerdo que ayude a entender o resolver problemas difíciles en los que hay intereses en conflicto. Y puesto que se aprende a razonar con otros, la razón es un producto de la vida social. La búsqueda de la verdad en la actitud racionalista necesita, por consiguiente, de la cooperación de todos (Popper, 2006: 437-438). En este sentido, sería seudorracionalismo creer que sólo una élite de hombres escogidos tiene posibilidades de razonar. Porque la razón no es una facultad de los hombres (Lippmann) sino que proviene de la comunicación con los demás hombres (Dewey). Lippmann, con su idea del gobierno de los expertos, apelaba a la razón con una finalidad antirracional, igual que, según explica Popper (2006), Platón atacaba la libertad de pensamiento al apelar al gobierno de los sabios. Porque la democracia no es sólo un juego de poder o de recuento de votos. La desconfianza hacia el hombre y el temor a la razón conducen a la búsqueda de un tirano. Si se confía en la razón y la crítica como método, en la responsabilidad personal, no se puede aceptar la vuelta a una sociedad cerrada basada en el mando, la obediencia y la sumisión. No obstante, esta llamada a la cooperación de todos, no está reñida con la idea de una mayor responsabilidad de aquellas personas que tengan especiales capacidades. De hecho, pese a su desconfianza hacia la democracia, Lippmann actuó siempre desde la profunda convicción de que el hombre podía organizar su vida mediante la razón y de la obligación que pesaba sobre los

mejores de entre los ciudadanos de intervenir en la vida pública para ayudar a los demás en la comprensión de los asuntos más complejos.

La razón implica también respeto y tolerancia. Para el acercamiento a la verdad es más importante el argumento que la persona que lo defiende. Lo que significa que se debe siempre respetar al otro, porque por despreciable que sean sus opiniones siempre pueden cumplir un papel en la clarificación de los problemas a través de la confrontación. La razón no reside en la inteligencia. Razonar no quiere decir utilizar la mente y pensar mucho (uno puede ser muy inteligente y sin embargo ser egoísta, irrazonable y prejuicioso) sino estar abierto a la discusión con otros. Ser inteligente es ser capaz de aprender de la crítica. Al deber nuestra razón a los demás, la base de la razonabilidad es la argumentación, la crítica y el arte de escuchar. Como hemos visto con Mill, el adversario tiene derecho a hacerse oír y defender sus argumentos. Es la actitud contraria a la de pensar que el otro siempre se equivoca o de que de nuestros males siempre tienen la culpa los otros, tan habitual en la confrontación política actual. En realidad, esa apertura al otro aleja al racionalismo de cualquier desviación autoritaria. La razón es incompatible con el autoritarismo. Sólo se desarrollará si se fomentan instituciones que protegen y salvaguardan la crítica y la libertad de pensamiento. El racionalismo exige una política humanitaria enfocada hacia la libertad, no planificada ni autoritaria, ni dirigida por élites, sino impulsada por la razón crítica, respetuosa de los individuos, que utiliza no la fuerza sino la comunicación, con el lenguaje humano como medio común, que sólo establece como obligación moral unos patrones de claridad que sirvan de vehículo del razonamiento, como instrumento de información significativa.

Esta idea de cooperación y tolerancia para el desarrollo de un debate racional también conduce a la responsabilidad: tenemos la obligación de responder de las acciones nuestras que afectan a otros. De este modo “el racionalismo se halla vinculado con el reconocimiento de la necesidad de instituciones sociales destinadas a proteger la libertad de la crítica. Y establece una especie de obligación moral para el sostén de estas instituciones” (Popper, 2006: 451).

Además, continúa Popper (2006), el verdadero racionalismo se caracteriza por la conciencia de sus limitaciones y la modestia intelectual aprendidas en el reconocimiento de los errores propios y la aceptación de la absoluta dependencia

de los demás. Nadie puede ser su propio juez. Descubrimos nuestros errores gracias a la crítica de los demás. Una humildad intelectual que nos lleva a no esperar demasiado de la razón, a saber que un argumento nunca agota un problema. Sus objetivos también son modestos y razonables. No la verdad absoluta, pero sí un acercamiento a ella. Quizá no sirva para “ver claramente, pero sí para ver con mayor claridad que antes” (Popper, 2006: 441).

Por último, el hecho de que el racionalismo sea crítico le lleva a estimular la imaginación. Y esta es una vía que permite conjugar la necesidad de preservar un espacio para la articulación de ideas con las tendencias hacia la dramatización y sentimentalización de los acontecimientos en el periodismo actual. Pensar que el otro puede tener razón requiere un gran esfuerzo de imaginación en casos de conflictos humanos. A través de la compasión nos ponemos en el lugar del otro y eso es una vía para la crítica racional, pero en problemas de gran escala es difícil, dice Popper (2006), movilizar a la gente a la solidaridad a través de la emoción. Sin embargo, la razón sostenida por la imaginación nos permite comprender que los hombres situados en remotas distancias, a quienes no conocemos, son parecidos a nosotros y sus relaciones mutuas son como las que nos unen a nuestros allegados. Popper (2006) no ve posible una actitud emocional directa hacia la totalidad abstracta de la humanidad. Podemos amar a la humanidad sólo en ciertos individuos concretos. Pero mediante el pensamiento y la imaginación podemos llegar a desear la ayuda a todos aquellos que la necesitan. El periodismo yerra cuando en casos de catástrofes lejanas intenta promover acciones solidarias a través de imágenes de impacto. Porque la emoción se agota y al cabo de dos telediarios nos hemos olvidado de los padecimientos de esos seres lejanos o nuestra atención se ha desplazado hacia una nueva catástrofe. Con todo, la imaginación es imprescindible porque nos hace saber que no solo existe aquello que vemos y que en el mundo hay más cosas.

He aquí, pues, todo un programa de actuación para el periodismo como escenario e institución para el desarrollo del pensamiento crítico que necesitamos para ser más libres y buscar la verdad. Las claves del racionalismo crítico mencionadas por Popper (búsqueda de la verdad, apertura al otro, discusión, modestia y honestidad intelectual, tolerancia, reconocimiento de errores) se convierten en los valores fundamentales del periodismo entendido como arte del discernimiento y que desarrollaré más adelante.

Ahora bien, como advierte Popper, este programa es inviable sin paciencia y tiempo para la reflexión. ¿Es posible un debate racional crítico en la era de la información? Este es el asunto de fondo que plantean las discusiones sobre la desaparición de los periódicos, que tienden a identificarla con la propia desaparición del periodismo. Espada (2007: 14) se pregunta “por qué esa crisis del formato se desplaza con tanta facilidad hasta el sentido; es decir, del periódico al periodismo”. La razón sería que en el mundo digital se pierde la principal característica del periódico que ha definido al periodismo: la periodicidad y el rito de lectura que aportaban orden a la realidad, jerarquía en las noticias. Contrariamente a lo que sostiene Lash (2005), para Espada en el periódico todavía hay un propósito de ordenar el caos racionalmente, no hay todavía una disolución total en lo novedoso. Con Espada, sostengo que el periodismo tiene en su esencia la vocación por buscar el sentido y el orden en el caos de la actualidad. La desaparición de un medio, de un soporte, ¿tiene que tener la consecuencia de la pérdida del sentido de lo que se pretendía hacer con él? Tenga o no esa consecuencia, lo que sí es inevitable es la necesidad de afrontar el desafío de la pervivencia del periodismo en un contexto tecnológico y mediático en el que la inmediatez y lo novedoso predominan sobre la reflexión y la señalización de lo importante. “El periódico es, sobre todo, un orden. Y desde luego, no sólo temporal. No sólo envuelve la jornada. También todo aquello que merece ser impreso y en la forma (mundo, provincia, ciudad, política, cultura, deporte) e importancia (una columna, cinco, página par o impar) en que merece ser impreso. La era digital ha puesto en crisis ese patronaje del mundo. Todo, lo merezca o no, puede ser impreso, y de hecho lo es. Y no sólo eso: las relaciones de jerarquía entre lo que es impreso se han debilitado extraordinariamente. Las portadas de los viejos periódicos de papel podían hacer dudar de que en efecto la noticia elegida para abrir a cuatro columnas fuese la más importante del día. Pero no había duda de que era la más importante para el periódico, y por lo tanto para sus lectores. Por el contrario, la consulta de un diario digital, a lo largo de la inmensa mayoría de los días corrientes, no permite responder con certeza a esta información fundamental. Porque lo más importante es, siempre, lo que acaba de ocurrir” (Espada, 2007: 14). Indudablemente esa “crisis del patronaje del mundo” tiene repercusiones en el periodismo y la vida democrática. Defender la pervivencia del sentido del periodismo en ese entorno, porque es uno de los

pilares de la democracia, es un proyecto que creo todavía útil. Al menos mientras se apura la experiencia de una democracia que haya renunciado a imponer un cierto orden en el caos.

Este proyecto parte, como he dicho, de una decisión moral de no caer en la resignación ante el caos. Frente a la resignación, este proyecto requiere de un paradigma intelectual que contribuya a la regeneración del debate público desde el periodismo. El humanismo cívico de Alejandro Llano completa el racionalismo crítico de Popper y ofrece una base teórica para la acción práctica de un periodismo que quiera contribuir a la ampliación de la libertad humana en los tiempos que corren.

### **6.1.2. El humanismo cívico**

Como hemos visto con Habermas, la tecnoestructura formada por el entrelazamiento del poder político con el mercado y los medios de comunicación ha dificultado la participación del ciudadano en el espacio público. Un punto de encuentro entre la teoría de Habermas y la propuesta de Llano (2004) es que la revitalización del espacio público surgirá de los propios ciudadanos y de su capacidad de crear redes de interacción que puedan funcionar como diques de contención de la manipulación política y la mercantilización mediática. Pero, además, completa la visión procedimentalista de Habermas con un contenido ético: la necesidad de sustentar las reglas en determinados bienes y valores. Esta propuesta regeneracionista, basada en el ejercicio de la responsabilidad ciudadana de pensar con espíritu crítico e independencia, la denomina Llano humanismo cívico, que implica un cambio de paradigma intelectual que ayude al ciudadano a no perderse en la complejidad creciente del mundo actual. La aportación de Llano es oportuna porque se apoya en un paradigma de la verdad que sustituye al paradigma de la certeza, propio del racionalismo moderno (Popper diría seudorracionalismo) y que ha tenido como consecuencia la degeneración del espacio público por el predominio de una visión mecanicista de la realidad y que entró en crisis con la posmodernidad.

Entre las características del nuevo 'paradigma de la verdad', Llano destaca la dimensión ética, la cooperación de muchos en una empresa común y la relación entre las personas como punto constitutivo de las comunidades que se forman en

la sociedad. Los valores cívicos surgidos de las relaciones vitales (familias, grupos) basados en la cooperación en defensa del bien común convierten el mundo vital en el centro de gravedad de la vida pública y un fortalecimiento de este mundo vital enriquecerá las fuentes de sentido. Es precisamente la complejidad del mundo lo que obliga a situar a la persona en primer plano. Pero no el individuo, sino la relación entre individuos. Esta defensa de la relación entre personas como constitutivo de la vida social sitúa a la solidaridad como un valor central que aportará sentido y finalidad a la labor de esas instituciones promotoras del pensamiento crítico, entre ellas el periodismo. Solidaridad entendida como “un continuo dar y recibir no calculado, según las dependencias mutuas que constituyen la trama del tejido comunicativo” (Llano, 2004: 59), lo que MacIntyre llama “virtudes de la dependencia reconocida”, entre las que se encuentran la generosidad, agradecimiento, respeto, pudor, consuelo, cuidado del otro, atención a la humanidad que sufre, etc. En definitiva, “el humanismo cívico implica el paso de un planteamiento empirista y pragmático de tipo técnico a un enfoque netamente antropológico, en el que se pondere el valor de la verdad como perfección del hombre” (Llano, 2004: 60).

El humanismo cívico se ofrece así como una vía superadora del individualismo liberal sin caer en el comunitarismo. Completa el liberalismo con la búsqueda de la solidaridad y el refuerzo de la participación ciudadana en la esfera pública. Frente a la antítesis individual-colectivo, plantea una concepción realista del hombre en sociedad. Para la concepción humanista de la vida civil, la libertad tiene una doble dimensión: personal y social. No puede reducirse a la regla ‘tu libertad termina donde empieza la mía’, que es una visión individualista que nos encierra en nosotros mismos y deja como única viabilidad de convivencia un contrato social en el que se entrega la propia libertad para obtener seguridad. En cambio, el humanismo cívico inserta la libertad “en una comunidad de ciudadanos en el que sea posible aprender a ser libres” a base de correcciones, leyes, proyectos comunes, etc (Llano, 1999: 79). Se trata de una libertad en sentido positivo, libertad-para, que se fundamenta en un sentido de pertenencia a una comunicación e implica el deseo de participar en la vida pública. Esta libertad no se reduce a tener autonomía en el ámbito privado, sino que significa que cada ciudadano es fuente del poder político a través de la participación en el debate sobre los asuntos de interés general. El fundamento antropológico de esta

concepción de la libertad es la idea de que sólo en relación con otros puede el hombre alcanzar su ideal de autorrealización porque el yo humano es un “vector de proyección y entrega” (Llano, 1999: 1987) que alcanza su plenitud en la apertura amorosa a los otros. Si hay una verdad sobre lo que es el ser humano, la clave de la libertad será la proyección hacia esa verdad. La libertad, por lo tanto, no se desarrolla espontáneamente sino guiada por bienes, virtudes y normas. Pero un empeño de tal magnitud supera las fuerzas de cualquier ciudadano aislado y exige la ayuda de otros.

Más que la contraposición entre el individuo y lo colectivo, la causa de la burocratización de las sociedades liberales es la brecha abierta entre el poder y la vida real de los ciudadanos. Y la mercantilización de los medios de comunicación es una consecuencia de la pérdida de sustancia ética y de su consideración como poder (el cuarto poder de la teoría liberal), que a su vez provoca el aislamiento de los individuos. En el periodismo, aunque la teoría liberal asume como presupuesto que la democracia necesita de unos ciudadanos informados y dispuestos a participar en los asuntos que afectan a la colectividad, la realidad es que los altos costes de la entrada en el mercado limitan la libertad de expresión y la participación en el mercado central de las ideas. El humanismo cívico plantea un impulso a la participación a partir del redescubrimiento de la fuente de sentido que es el mundo vital, la presencia inspiradora de la ética personal en la mecánica política; es decir, no reforzando lo privado, el mercado, sino el tejido de las relaciones ciudadanas que no están contagiadas por el afán de poder o el interés económico. Prácticas de ciudadanía al hilo de una conversación humana que tiene como fin la verdad. Porque, sin interés por los demás, el individualismo empobrece. La falta de vínculos humanos deja al individuo inerte ante el poder, lo que termina provocando más desmotivación para participar en la vida pública.

En definitiva, la superación que el humanismo cívico plantea de la teoría liberal pasa por esa dimensión social del hombre y la valoración de la participación y por la puesta en primer plano de los bienes y virtudes que sirven de inspiración a las reglas deontológicas. Veamos estos aspectos:

#### 6.1.2.1. *El bien*

Las normas no hacen a los periodistas éticamente buenos. La pieza que le falta al individualismo liberal es la educación, que es lo que concreta las normas

abstractas en decisiones prácticas. Las reglas siempre serán aplicadas por personas a partir de los bienes que valoran y de las virtudes que forjan. La conversación pública no puede prescindir de esos bienes y virtudes. Entender el periodismo como promotor del bien común es encajarlo como pilar de una sociedad que tiene como objetivo la verdad como perfeccionamiento y el bien como finalidad, perseguidos dialógicamente. El operar humano tiene un carácter propio que no se puede reducir a criterios económicos. Tiene un fin en el ser propio del hombre, el valor humano que nos abre hacia el otro. Separar ética y periodismo surge de la ausencia de un uso humanista de la razón (considerada en todo su alcance humano). Entre el individualismo (que encierra la ética en el ámbito privado y utiliza como principal criterio el resultado de las acciones) y el colectivismo (que sacrifica al individuo a la razón total de un destino único y necesario), Llano plantea un camino superador: el humanismo cívico práctico, que con el objetivo de vivir bien aspira a conjugar técnica y normas morales, una filosofía política. Siguiendo a Leo Strauss, Llano recuerda que toda acción pública está orientada por el conocimiento del bien: la sociedad buena. La filosofía política es la explicación de la búsqueda del conocimiento del bien social. Esto quiere decir que el estudio de todos los fenómenos sociales lleva consigo juicios de valor. Los fines de las acciones sociales son la clave para evaluar las sociedades civiles, mientras que la neutralidad ética, la imparcialidad entre el bien y el mal, conduce a la indiferencia y el nihilismo, el inconformismo y la rutina (Llano, 1999). La exclusión de una filosofía política en el periodismo ha sido deshumanizadora porque ha llevado al relativismo: todo vale, no cabe el juicio moral cuando lo que importa es la eficacia económica o la imposición ideológica. Su rehabilitación abre perspectivas al humanismo cívico. Por lo tanto, es posible todavía el ejercicio humanista de la razón pública (Llano, 1999).

El objetivo último, añade Llano (1999), es la verdad, que en su dimensión más radical es el perfeccionamiento del ser del hombre porque constituye el bien de su inteligencia. Todo despliegue de la razón posee también un sentido práctico (inseparable de las acciones humanas). El humanismo cívico ordena el ejercicio práctico de la razón hacia el perfeccionamiento del hombre. Iluminar una idea del hombre como ser personal, consciente y libre, promotor del bien común social es el camino que el humanismo cívico ofrece como superador de las contradicciones entre el tecnosistema y el mundo de la vida (Llano, 1999: 100).

### 6.1.2.2. Participación y diálogo

Pero ¿cómo se hace operativo este humanismo cívico? ¿Cómo se puede acrecentar la vigencia de los valores? ¿Qué ocurre cuando no disponemos de una ética comunmente aceptada? El gran desafío es descubrir procedimientos que hagan posible el ideal democrático de solidaridad a través de una concepción del hombre como ser libre (cuya libertad tiene una constitutiva dimensión social) y dotado de una dignidad inviolable. Llano descarta tanto el relativismo como la resignación a una ética light y apuesta por el diálogo racional basado en la verdad práctica como método democrático para el ejercicio de la razón pública. Este camino pasa por concebir el bien social como un valor humano común, y por entender la libertad como un proceso abierto hacia ese valor humano.

El paradigma de la verdad supone un uso abierto y dialógico de la razón. Asume la incertidumbre en vez de la seguridad, acepta el esfuerzo de la rectificación del error, de la contraposición de diversas concepciones, sometiéndolas a prueba para avanzar hacia el conocimiento de la realidad (Llano, 1999: 59). La ética no es sólo fruto del consenso dialógico o un cálculo utilitarista, sino que se incorpora a la vida a través de las virtudes y se refiere a bienes reales con fundamento ontológico válido para todos, aunque haya lugar para diversas interpretaciones y nunca haya un acuerdo total sobre los bienes que se persiguen. Pero el acuerdo es posible porque se reconoce en todas las personas un logos político común y un interés por la justicia que salga a la luz en el diálogo abierto. El consenso racional no aspira a un acuerdo unánime y total sino al mejoramiento social del ejercicio justo y razonable de la libertad. Los enclaves democráticos de este consenso social son los ámbitos del pensamiento. El periodismo es uno de ellos.

Este diálogo racional (como método democrático para el ejercicio de la razón pública), desde la perspectiva de Llano, exige que no sólo se discuta de intereses sino también de estimaciones éticas, que se expongan argumentos para demostrar que lo que se persigue tiene relevancia social, no sólo interés general, y está ordenado al bien común, es decir, que es éticamente positivo. Para explicar este contenido ético del diálogo, el humanismo cívico recurre a la teoría aristotélica de la polis como marco institucional: si toda actividad humana está orientada a valores y es social (se realiza entre personas), la polis es el conjunto de comunidades particulares y su esencia es la virtud ciudadana de participar para

el bien de la comunidad. Pero la ciudad, dice Aristóteles, es una pluralidad. La vida buena surge de la buena educación, ésta de la buena ley y ésta de las diferencias de opiniones y la libre participación en la vida pública. El método de Aristóteles exige que toda investigación comience con el examen dialéctico de las opiniones. Los principios éticos se mantienen proyectados y corregidos por opiniones y decisiones libres de los miembros de la comunidad (Llano, 1999). Es decir, es un diálogo plural orientado por bienes y virtudes. En esta línea, Spaemann defiende un pluralismo limitado por “un contingente irrenunciable de aspectos comunes, un repertorio de asociaciones vinculado a conceptos públicamente importantes” (Spaemann, 2004: 12), una comunidad de asociaciones fundamentales que hagan posible la convivencia: tolerancia respeto al otro regulada por el derecho para garantizar la libertad de todos.

Por último, en cuanto a la participación en el debate, no se puede apostar por la racionalidad sin confiar en la competencia moral de las personas y en su capacidad de descubrir la verdad. Por eso es pseudorracional la propuesta de Lippmann de alejar el debate de los periódicos y restringir la toma de decisiones a la élite del poder y los especialistas. Optar por el control de las élites es colocar el orden político por encima de la libertad, a cambio de tener la posibilidad de distinguir entre lo acertado y lo erróneo. El precio es una radical pérdida de sustancia moral al cambiar verdad por certeza. Por el contrario, optar por la libertad es asumir el riesgo del error y el desorden político. Negar la capacidad del ciudadano de razonar, conocer lo que es bueno para el colectivo y tomar decisiones responsables, y ceder a los expertos la exclusividad de la toma de decisiones sobre la vida pública son actitudes que van unidas a la desconfianza sobre la posibilidad de alcanzar consensos y tienen como resultado la neutralización política de los ciudadanos, su marginación de la vida pública, el ensanchamiento de la brecha entre poder y ciudadanía y el aumento de la colonización del mundo de la vida. Las decisiones dejan de tomarse a partir de la riqueza vital de las relaciones ciudadanas y se toman por cálculo político basado en el poder y la ideología. Esto supone un desarraigo de la ética de las prácticas vitales.

Sin embargo, en la base del humanismo cívico está la convicción de que todo ciudadano es capaz de distinguir lo bueno de lo malo en la vida pública y de discernir sobre la justicia de las leyes. Pero esta capacidad cognitiva es limitada y

dialéctica, lo cual implica un pluralismo político no relativista. Las posturas plurales se enfrentan en una deliberación pública, en una discusión racional sobre la justicia o injusticia de una decisión que afecta a todos. Esto no quiere decir que todas las opiniones sean igualmente acertadas, sino que la deliberación debe ayudar a clarificar cuál es la opinión que más se acerca a la verdad. La dialéctica tiene un propósito final, aunque la clarificación total no se alcance en la mayoría de los casos. Esta renuncia a la certidumbre garantiza, como decía Popper, el alejamiento de las tentaciones dogmáticas y autoritarias. Siempre cabe un espacio para la discrepancia, advierte Llano.

Entonces, ¿la participación ciudadana soluciona la mercantilización-burocratización de la vida pública? No, pero es el riesgo del ejercicio de la libertad personal, la apuesta de su fuerza innovadora. Su cancelación es más perjudicial que su ejercicio defectuoso. Dewey decía que nunca un pueblo se ha equivocado más que su élite de intelectuales, y pruebas de ello hemos tenido de sobra a lo largo del siglo XX. Por el contrario, negar la fuente última de la producción de sentido vital es lo que hace que se suprima la distinción entre lo éticamente acertado y lo éticamente erróneo. La erosión de la vida pública aumenta cuando el ciudadano siente que no se cuenta con él y cuando aquellas instituciones que deberían estar a su servicio han escapado de su control o se han desintegrado moralmente. La vida en la sociedad abierta, dice Popper (2006), exige esfuerzos permanentes al aceptar la responsabilidad de actuar con racionalidad, al aceptar el precio de ser más humanos. Precisamos, dice Llano, instituciones sólidas que refuercen las virtudes cívicas, sin las cuales la vida de la democracia se seca, y que proporcionen a los ciudadanos recursos intelectuales para hacer frente al relativismo cultural que, según Popper (2005), es el factor más paralizante de la discusión. No hay nada que discutir cuando renunciamos a la posibilidad de comparar costumbres o leyes para decidir que unas son mejor que otras, una actitud que crea un obstáculo a la disposición a aprender de los demás y al intento de mejorar las cosas.

#### *6.1.2.3. Renovación ética para un periodismo de calidad*

Según la hipótesis de Llano (1999), con el estrechamiento entre la cultura cercana al mundo de la vida y las tecnologías de la información se abre camino la posibilidad de que el diálogo racional vuelva a ser el método propio de la razón

política en una sociedad democrática (participativa, libre y pluralista). Es decir, la emergencia de la ciudadanía en la esfera pública contribuirá a la regeneración de la esfera pública al aumentar la visibilidad de las relaciones de solidaridad y confianza, distintas de las relaciones de interés propias de la vida política. La conversación ciudadana se puede convertir en una fuerza limitadora de las mentiras de los medios. Desde el enfoque que le estamos dando a los medios en esta tesis, que muestra la influencia mutua entre ellos y la sociedad, que se moldean mutuamente, hay que insistir en el periodo de cambio que está atravesando la actividad periodística tanto en formas de actuar como de pensar y que abre una puerta para la renovación ética basada en la potencia humanizadora de la libertad y del protagonismo social del ciudadano. Lipovetsky (2005) ha analizado la recuperación de valores y la renovación ética del periodismo en la cultura individualista. En todo caso es una ética razonable animada por un esfuerzo de conciliación entre los valores y los intereses, entre los principios de los derechos del individuo y las presiones de la vida social. Normas que limitan la expansión individualista legitimando las obligaciones colectivas. Una forma de poner límites a la cultura del todo vale. La demanda de ética puede contribuir a la mejora del periodismo como actividad social enfocada a hacer un mundo mejor.

Una de las manifestaciones concretas de esta renovación ética en el campo de la comunicación es la apelación al diálogo en las instituciones sociales para que las decisiones se tomen tras un debate plural en el que participen expertos, pero también gente corriente. La verdad moral ya no es un derecho que se pueda monopolizar en nombre de una autoridad tradicional, profesional o confesional, sino que “en el compromiso democrático se busca la deliberación transdisciplinaria, la confrontación entre lógicas adversas” (Lipovetsky, 2005: 228).

La renovación ética no es fruto de una degradación de los medios, puesto que no se puede asegurar que hayan tenido un mejor comportamiento en épocas anteriores. Desde sus orígenes en el siglo XIX, la prensa moderna jamás ha dejado de ser vituperada por sensacionalista o manipuladora, aunque quizá sea cierto que en tiempos recientes la crisis de confianza ha aumentado. El aumento de su poder unido a las acusaciones reiteradas y fundadas de falta de responsabilidad, abusos, superficialidad y mercantilización han reactivado la necesidad de una reflexión ética. ¿Cómo se concreta esa revitalización ética? Según Lipovetsky

(2005), no con grandes proclamas sobre los deberes del periodista, sino con la búsqueda de formas de garantizar la libertad de prensa frenando la lógica mercantil del sensacionalismo, la simplificación o la trivialidad. Lipovetsky (2005) aboga por buscar el remedio a los fallos de la prensa lejos de la ética posmoralista porque la ética entendida en el contexto cultural del individualismo y el bienestar nunca será suficiente. El sentido de la responsabilidad evitará lo más inaceptable (la mentira descarada, los ataques contra la intimidad y la dignidad de las personas) y ayudará a mejorar el periodismo, pero no garantizará la existencia de un periodismo que reclama la vida democrática. La clave está en la identidad del periodismo: la apuesta por una información completa y justa a pesar de un contexto mediático dominado por la televisión y los medios sensacionalistas. Una ética basada en la formación humana y profesional para “el desarrollo del gusto por la verdad y la curiosidad hacia los hechos” (Lipovetsky, 2005: 244).

## 6.2. LOS VALORES DEL PERIODISMO

En un encuentro con periodistas el 12 de junio de 2007, Tony Blair, en vísperas de su retirada del poder, lanzó un duro ataque contra los medios de comunicación (incluidos los digitales) por su tendencia al sensacionalismo y su énfasis en el impacto por encima del equilibrio. Actúan, dijo, como "bestias salvajes para reducir a pedazos la reputación de las personas". Nadie quiere dejar pasar una noticia, la pugna por cuotas de un mercado cada vez más reducido ha hecho que el motor de las noticias sea el impacto que tienen sobre el público, lo que calificó de peligroso: "El impacto es lo que importa. La exactitud es importante, pero es secundaria. (...) Los diarios de calidad afrontan las mismas presiones que los tabloides; las televisiones, las mismas que los diarios. Hay que conseguir audiencia, mantenerla y atrapar sus emociones. Algo interesante es menos poderoso que algo que conmociona"<sup>78</sup>, añadió Blair en el Instituto Reuters

---

<sup>78</sup> "Blair dice que la lucha por la audiencia crea bestias salvajes en la prensa". *El País*, 13 de julio de 2007. [http://www.elpais.com/articuloCompleto/internacional/Blair/dice/lucha/audiencia/crea/bestias/salvajes/prensa/elpepiint/20070613elpepiint\\_14/Tes](http://www.elpais.com/articuloCompleto/internacional/Blair/dice/lucha/audiencia/crea/bestias/salvajes/prensa/elpepiint/20070613elpepiint_14/Tes)

para el Estudio del Periodismo, en la sede de la agencia británica en Canary Wharf de Londres.

Esta dinámica ha tenido graves consecuencias: el escándalo y la controversia derrotan al periodismo moderado, los errores se convierten en engaños, "el miedo a perderse algo hace que los medios de hoy, más que nunca, cacen en manada", los mensajes que recibe el público son parciales y desequilibrados porque se mezcla información y opinión: "ya no hay grises, sólo blanco o negro".

La lucha feroz por la audiencia y la tirada está teniendo efectos nocivos en la comunicación política ya que los políticos, para acoplarse al ritmo febril de los medios han tenido que simplificar sus discursos y adaptar su actuación a esa necesidad de impacto: "Voy a decir algo que poca gente en instituciones públicas admitirá, aunque sea cierto: gran parte de nuestro trabajo, más allá de las grandes decisiones, es aguantar a los medios, su enorme peso y su constante hiperactividad". Una distorsión que también afecta a otros actores sociales: "Todo personaje de la vida pública, pertenezca al mundo de la política, las fuerzas armadas o el deporte, se pasa buena cantidad del día respondiendo a la prensa o preparando una estrategia mediática sin poder concentrarse en su trabajo. Por momentos, el peso de esto es verdaderamente abrumador". Según el primer ministro británico, los cambios que vive el mundo de la información han agravado además el antagonismo entre la prensa y los políticos. Los medios, dijo Blair, distorsionan la perspectiva que la gente tiene de la vida pública. "Ese daño socava la confianza del país y sus creencias, perjudica la evaluación sobre sí mismo, sus instituciones; y sobre todo, reduce nuestra capacidad para tomar las decisiones correctas. Creo que la relación entre la vida pública y los medios está ahora dañada de una manera que requiere ser reparada". Aunque admitió que "las relaciones entre los medios de comunicación y los políticos son, necesariamente, difíciles y así tiene que ser", Blair reclamó responsabilidad a los periodistas y una reflexión sobre cómo satisfacer las demandas del público de una información imparcial, seria y equilibrada.

---

Blair señalaba así algunas de las causas de la profunda crisis del periodismo de nuestra época. Lo que hizo el primer ministro británico es describir un panorama real en el que “los valores del negocio se han vuelto, cada vez más, los valores de los propios periodistas”, como denunció el periodista del *New York Times* William Serrin en un libro publicado en 2005 y que recogía los documentos de un ciclo de conferencias organizado por The New Press y el departamento de periodismo de la New York University (Fontcuberta y Borrat, 2006: 225). Por completar la descripción de Blair, el dignóstico de Serrin, según recoge Borrat, señalaba que al margen de los libros de estilo y los códigos deontológicos, hay otra serie de reglas que son las que imperan en la práctica periodística: privilegiar a los poderosos, marginalizar a los pobres, tomar muy en cuenta aquellos casos que interesan a los editores y sus amigos, no aventurarse en lo inusual –que puede ser considerado extraño, incluso peligroso–, no proponer casos que exijan cierto tiempo para ser cubiertos. Cobardía, sumisión a intereses particulares, desprecio por la verdad, pereza, rutina. Ese parece ser el aire que respiran los periodistas en las redacciones, según las críticas ampliamente repetidas desde hace décadas. Lo que aquí propongo es una alternativa teórica.

Aunque en sus orígenes y modelos más rudimentarios los periódicos fueron en el siglo XVIII instrumentos de liberación, como hemos visto en esta tesis (capítulo 1), el periodismo moderno ha vivido desde finales del siglo XVIII atrapado en medio de dos campos de fuerzas: la presión de lo comercial y el peso de sus valores éticos. Aunque pensemos que la calidad y los beneficios no tienen que ser dos opciones contrapuestas y asumiendo la idea de que ganar dinero es una obligación de todas las empresas, es un hecho que a lo largo de más de un siglo esta disyuntiva ha sido un factor de conflicto. Y ha dado lugar, en el análisis de Bourdieu (1997; 2005), a dos principios de legitimación del quehacer periodístico: el prestigio de los principios o valores (fijados en los códigos deontológicos) y la prioridad por conquistar un público masivo para conseguir beneficios.

Algunos de los principios han surgido como una apuesta del periodismo de calidad para distinguirse del periodismo que tiene como prioridad las ganancias económicas. Por ejemplo, la objetividad y la obligación de separar información y opinión han sido métodos que en su origen respaldaban la idea del periodismo de calidad. Periódicos como *The New York Times* fueron los que promovieron el

paradigma de la objetividad a finales del siglo XIX como una alternativa digna, seria y civilizadora a los periódicos amarillos (Mindich, 1998). Pero son más evidentes las influencias en sentido contrario: la popularización del periodismo serio, de modo que ningún periódico podría delcararse libre del contagio del sensacionalismo.

Lo que da a esta encrucijada entre beneficios-valores una fuerza mayor en el periodismo que en otros ámbitos de la cultura, como el arte o la literatura, es que en el periodismo el peso de lo comercial va unido a la aceptación del producto por parte de una parte importante de la población y al carácter eminentemente social del periodismo. Es decir, el periodista trabaja por encargo del público. Por lo tanto ¿no debe darle al público lo que éste quiere? Esa es la coartada de los medios sensacionalistas: ofrecemos lo que le gusta a la gente, nos guiamos por los niveles de audiencia. Por lo tanto, en la balanza de lo comercial también reposa todo el peso de las corrientes dominantes de cada época, el espíritu de los tiempos, se podría decir. Cuando las características de la época contradicen los valores de una institución, lo lógico será que la institución se hunda por inservible. El proceso de personalización que hemos analizado sitúa al 'periodismo de los valores' en una situación de desgarró: orden y objetividad en la cultura del caos y la subjetividad.

Pero se debe tener en cuenta que tanto el periódico de calidad como el tabloide sensacionalista son productos del mercado. Aunque hemos destacado algunas de las consecuencias negativas de la influencia de la lógica comercial en el periodismo, nuestro enfoque del mercado no es de desconfianza o de rechazo. No veo el mercado como la causa de la desnaturalización de lo público o como el culpable de la degradación de las potencialidades democráticas de la ciudadanía. Por ello, tampoco creo que la mejora de la calidad del periodismo pase por la intervención del poder político a través del fomento de medios públicos. El mercado no genera valores de forma mecánica. Detrás de cada decisión hay una persona con autonomía. La esfera pública de un sistema de mercado puede ser vista como un espacio interactivo donde algunos proponen, otros eligen voluntariamente y todos se influyen mutuamente. Desde este enfoque las relaciones de poder no son las únicas posibles. El mercado no nos convierte a todos en dominantes o dominados. También puede ser visto como un ámbito en el que se desarrollan intercambios entre ciudadanos libres y se equilibran las

relaciones de poder. Esta es la perspectiva de Mora y Araujo (2006): el mercado como un ámbito de intercambio donde se realiza la libertad de los individuos. En el mercado de opinión, cada individuo del público interactúa con el resto de actores sociales que intervienen en el debate. En este paradigma del intercambio, emisor y receptor tienen una relación asimétrica, pero cambian permanentemente sus papeles. Lipovetsky (2005) también respalda esta idea cuando dice que la competencia es un remedio contra algunos de los males del periodismo como el sensacionalismo o la espectacularización y que una de las consecuencias de la incipiente renovación ética que ya hemos analizado es el aumento de la división en la galaxia mediática entre medios de calidad y medios basados en el escándalo o lo puramente emocional.

Hasta aquí hemos visto qué es lo que hace el periodismo en el nuevo contexto comunicativo y cómo está cambiando sus procedimientos para adaptarse a las nuevas demandas sociales. Pero si lo que pretendía en esta investigación es reflexionar sobre la necesidad de una renovación filosófica del periodismo es obligado apuntar la dirección hacia la que desde mi perspectiva puede encaminarse el periodismo que necesita la sociedad actual. Lo que viene a continuación es la exposición de los valores del periodismo, las características que forman su identidad moral, deducidos de lo que se ha argumentado en los capítulos precedentes. Es decir, partiendo de una concepción del periodismo fuertemente arraigada en su historia como la que he defendido aquí me propongo ahora explicar cuáles son los valores y métodos del periodismo que considero útiles para que el periodista cumpla su papel en la sociedad actual y según la idea de comunicación que hemos elegido como más coherente con nuestra tesis.

Describiré una visión moral del periodismo que se nutre de las ideas de numerosos autores, entre ellos Kapuscinski (2006), que mencionaba tres pilares sobre los que debía apoyarse un periodista para comprender lo acontecido: formación, observación-investigación y reflexión. Estos tres pilares forman la raíz de la que en nuestra argumentación surgirán los valores y métodos que hacen del periodismo lo que llamaré un arte del discernimiento. Un tipo de periodismo que es imprescindible en una democracia deliberativa porque proporciona una plataforma de discusión.

Pero, tras los análisis que hemos hecho de las influencias de Internet y, sobre todo, de las tendencias hacia la sentimentalización como vía preponderante

de acercamiento periodístico a la realidad, la propuesta de esta tesis plantea una combinación de los modelos positivista y hermenéutico del periodismo. El primer modelo es indispensable por su apego a lo empírico, su rigor a la hora de contar sólo lo que oye, ve y comprueba, su precisión en la acotación de los límites, su respeto por lo hechos. El modelo hermenéutico, por su parte, es insoslayable porque, querámoslo o no, informar es interpretar. Añade creatividad al rigor, se fija en las intenciones además de en los comportamientos, busca significados. Aceptar que todos los relatos objetivos de la realidad son en parte subjetivos permite una combinación enriquecedora de ambos modelos y aumenta la responsabilidad del periodista a la vez que engrandece el desafío de su trabajo. Pero no puede establecerse una tipología separada de ambos modelos, como si pudiera haber periodistas positivistas y periodistas hermeneutas conviviendo en los medios, como sugiere Borrat (2006: 236-241), sino que ambos modelos deberían ir siempre unidos, de forma que esas dos diferentes formas de acercarse a la realidad se complementaran y, sobre todo, se limitaran mutuamente. En esa doble exigencia de precisión y creatividad reside el periodismo como arte del discernimiento. Desde este enfoque argumentaré cada uno de los valores que creo centrales del periodismo que necesita la sociedad de hoy. Pero antes de pasar a explicar los valores considero necesario ampliar este enfoque básico que presento como una visión moral del periodismo.

El periodismo exige una implicación personal del periodista, que pone en juego sus valores a la hora de interpretar la realidad. No aspira a reflejar la realidad de forma neutra, sino que indaga en la significación profunda de la noticia e intenta darle relieve a los hechos poniéndolos en contexto. Ese esfuerzo técnico y personal requiere del periodista un trabajo exhaustivo de investigación y de comprobación de las informaciones (modelo positivista), pero también le exige reflexión y valoración (modelo hermenéutico). Una perspectiva correcta sobre la información será aquella que en última instancia y tras recorrer esas dos fases de comprobación empírica y reflexión valorativa, se responsabiliza de diferenciar lo verdadero de lo falso. Una información completa no significa verdadera: cantidad y calidad no tienen por qué ir unidas. Dar todos los datos de una realidad no debe librarnos de “realizar un estudio reflexivo sobre la realidad que conduzca a una síntesis válida sobre el hecho y su significado. Con lo que se traiciona el origen y motivo de la propia interpretación en nombre de la

interpretación" (Galdón, 2001: 110). Esta perspectiva es una apuesta por el compromiso con la verdad que lleva al periodista a tomar partido y expresar juicios bien fundados. La profundidad de un artículo periodístico dependerá de las conclusiones personales de su autor. Pero el autor ha de hacer el esfuerzo de entender los hechos tal como son en sí mismos y a las personas como son ellas mismas más allá de lo que son para nosotros. Entender el papel del periodista como alguien que reflexiona para descifrar los acontecimientos, y para lo cual necesitará tanto recursos intelectuales como emocionales, significa situar en primer plano la visión moral del periodismo porque de ella dependerá el sentido de su acercamiento a la realidad. Ese fue el empeño constante del reportero Kapuscinski: una mirada que llene de sentido una realidad distante que sólo se abrirá a nosotros con un acto de desprendimiento y diálogo. Como dice Kundera de la novela, la moralidad del periodismo es el conocimiento. Como el novelista, también el periodista le dice al lector que las cosas no son tan sencillas como piensa y se lanza al descubrimiento de la realidad consciente de las dificultades del conocimiento y de lo esquivo de la verdad. Esta dificultad sitúa al periodista en la obligación de cooperar y continuar profundizando el camino en el que muchos otros están embarcados.

La India fue el primer país de la carrera de Kapuscinski como reportero y su "primer encuentro con la otredad". De ese encuentro con una realidad desconocida aprende la lección de la humildad al percatarse de su ignorancia. El periodista no es alguien que sabe sino alguien que busca. "¡No grita: lo sé, yo sé! Todo lo contrario: se oculta en la sombra para destacar respuestas de otros" (Kapuscinski, 2006: 97). Para preguntar a los que saben más tiene que ir en su busca. La realidad está fuera de nosotros y si queremos conocerla tenemos que acercarnos a ella. En periodismo la realidad es el ser humano. "Tenemos que ir a buscarlo, emprender el viaje, y cuando ya lo encontremos, sentarnos junto a él y escuchar lo que nos quiera decir, escuchar, recordar y tal vez apuntar" (Kapuscinski, 2006: 91), comprobar la veracidad de los datos reunidos y contrastarlos con otras versiones. El reportero viaja para "comprobar, comparar, precisar" (Kapuscinski, 2006: 121). Y debido a la incertidumbre e inestabilidad propia de la verdad sobre los asuntos humanos, "consciente de que trata con una realidad "de cosas inciertas y conocimiento sesgado e incompleto" (Kapuscinski, 2006: 203), el periodista no tiene más remedio que justificarse, disculparse, actuar

con cautela, ser honesto con el lector, aclararle cómo ha sabido las cosas y advertirle que lo que le cuenta está lleno de lagunas: *según dicen, que nosotros sepamos, que yo sepa, según creo, de acuerdo con lo que supe por boca de, según lo que cuentan, se dice que...* expresiones todas ellas que Kapuscinski extrae del relato de Heródoto, a quien considera su maestro del reportaje.

Esta recolección de datos e historias, no obstante, debe tener un sentido. No se trata de una captación pasiva o de una búsqueda a ciegas. “Cuando se trata de comprender la acción humana, resulta que la noción empirista o mecanicista de ‘hecho’, que es la que habitualmente se maneja, trasvasada sin más desde la física, carece de sentido vital (...) porque carece de referencia jerárquica a bienes y fines, que son los que motivan o atraen la acción humana” (García-Noblejas, 2000: 190). Esto lo aprendió Kapuscinski en 1965 en Argel, a donde llegó tras recibir la confianza de que iba a ocurrir algo importante. Llegó a la capital argelina al día siguiente del golpe de estado contra Ben Bella y se encontró con que la vida cotidiana transcurría con normalidad, que no había ni soldados patrullando, ni manifestantes, ni cadáveres en las calles, ni siquiera el ruido de disparos lejanos. Al verse a sí mismo enfurecido al no encontrar acción y escenas de impacto y, por lo tanto, haber hecho un largo viaje inútil se dio cuenta de que iba por un camino equivocado, “el camino de la búsqueda de imágenes espectaculares, de la ilusión de que es posible escudarse en la imagen para sustituir con ella el intento de penetrar más profundamente en la comprensión de la realidad” (Kapuscinski, 2006: 255). A la vez, descubrió cuál era el verdadero camino del periodismo, cuál era el sentido de su búsqueda: lo que hay debajo y detrás, lo que oculta lo inmediato, lo que desencadena los hechos. Con escenas de impacto o sin ellas, la relevancia de los hechos hay que buscarla en lo que no se ve a simple vista: “¿Cómo se ha producido tamaña tragedia? ¿Qué revelan estas escenas de aniquilación, llenas de gritos y de sangre? ¿Qué fuerzas subterráneas e invisibles al tiempo que poderosas e indómitas las han desencadenado? ¿Revelan el final de un proceso o, por el contrario, su inicio? ¿No augurarán acaso más conflictos y nuevos actos cargados de tensión? (...) No sería posible intentar llegar más allá (...) empecé a buscar el trasfondo y los resortes del golpe, intentando averiguar lo que escondía y qué significaba, para lo cual me puse a hablar con la gente, a observar sus rostros y comportamientos, escrutar el lugar y, también, a leer; y todo con el fin –en una palabra- de intentar comprender algo” (Kapuscinski, 2006: 255).

Kapuscinski recurre a las historias humanas, la emoción, los sentimientos como formas de dar sentido a los hechos, pero también señala la importancia del contraste de opiniones y del análisis de ideas. En el parecer de Kapuscinski, al ser las personas que cuentan los hechos tal como los han vivido la principal fuente de las noticias, la historia que escribe el periodismo no será una historia objetiva sino “una historia pasada por la criba subjetiva de otros” (Kapuscinski, 2006: 306), un factor de subjetividad que deformará siempre la realidad. No será la historia real, sino la historia contada por alguien. Repite esta idea el reportero polaco en muchas otras ocasiones dejando bien claro cuál es su idea sobre el discutible tema de la objetividad, un asunto crucial en el periodismo que no puede soslayar ninguna teoría.

### **6.2.1. La objetividad, un registro de la realidad**

A principios de siglo XX, bajo la influencia de la filosofía positivista, se impuso una actitud objetivista según la cual la información debía ofrecerse sin ningún tipo de intromisión personal del periodista, que debía limitarse a exponer asépticamente sólo aquellos hechos objetivos que pudieran ser verificados. Se entendía que las apreciaciones personales o subjetivas forman parte del reino de la opinión y no había manera de verificarlas científicamente y por lo tanto tampoco se las podía señalar como verdaderas o falsas. Sin embargo, en el proceso comunicativo este objetivismo científico se revela imposible porque nunca se podrán realizar las comprobaciones necesarias de un hecho hasta tener la seguridad plena de que es plenamente verdadero en todos sus aspectos (Muñoz Torres, 1995). En el periodismo muchas de las informaciones proceden de una única fuente en la que se deposita la confianza y nunca habrá una certeza total de que lo que cuenta es verdadero. El objetivismo es, por lo tanto, un método imposible, principalmente, porque, como hemos visto en el capítulo 5, informar no es una actividad técnica o mecánica sino una tarea intelectual que implica a toda la persona, un asunto práctico que exige necesariamente un punto de vista personal, un enfoque y unos presupuestos previos.

Como reacción ante el fracaso de este método objetivista, arraigó en la profesión periodística la opción contraria: el subjetivismo. Desde la crítica al objetivismo se viene a decir que si es imposible conocer objetivamente la realidad

entonces todo conocimiento es subjetivo en el sentido de que el sujeto es su razón última. Según esta teoría, que desemboca en el relativismo, la verdad depende del sujeto, por lo tanto las interpretaciones que se hagan de la realidad no son verdaderas ni falsas, ya que no existe forma de medir la verdad. Se deduce entonces que el conocimiento humano es incapaz de alcanzar verdades que se adecuen a la realidad. Todo es según el cristal con que se mira. Este subjetivismo, que se ha ido consolidando conforme se reforzaba la cultura posmoderna, es, a mi entender, tan peligroso para la información como la pretensión objetivista porque la renuncia a buscar la verdad lleva a los medios a justificar que su guía de actuación, o su método de interpretación, sea la propia ideología, el servicio al poder o la búsqueda de beneficios. Las consecuencias de esta filosofía periodística (extendida por convicción o por resignación) han sido señaladas en esta tesis, entre ellas las denunciadas por Blair.

Abogar por la posibilidad de un periodismo objetivo significa optar por una vía intermedia, entre el objetivismo y el subjetivismo, para explicar la relación que se da entre los hechos y el sujeto. A partir de la teoría del realismo filosófico, esta vía intermedia otorga al periodismo la capacidad de conocer lo real, aunque nunca con absoluta certeza sino con limitaciones. Por una interpretación objetiva se entiende entonces la capacidad de aproximarse a la verdad, aunque la verdad del periodismo será siempre parcial, incompleta, nunca definitiva. La adecuación entre el conocimiento humano y la realidad nunca es absoluta, sino relativa e incompleta, ya que es imposible captar la totalidad de lo real (Muñoz Torres, 1995).

Como señala Kapuscinski (2006), en el periodismo la verdad siempre es una verdad captada y comunicada por un sujeto, el periodista, cuya visión de la realidad está marcada por limitaciones de todo tipo: creencias, experiencia, cultura, ideología, prejuicios, capacidad, etc. Por lo tanto, un mismo hecho puede ser interpretado de formas diferentes por dos periodistas, porque cada uno se enfrenta a la realidad de diferente forma. El periodista informa siempre desde una perspectiva concreta, con un tiempo y un espacio limitados, lo que condiciona su capacidad para conocer la realidad sobre la que informa. Estos factores complican el trabajo del periodista, pero reconocer la dificultad de la búsqueda de la verdad no equivale a afirmar su imposibilidad.

Los desastres de la objetividad tan denunciados (Tuchman, 1972; Galdón, 2001) no son consecuencia del método sino de la actitud dogmática de pretender que la verdad que uno capta con las pobres herramientas del periodismo pueda ser la verdad definitiva. La defensa que aquí hago de la objetividad es precisamente la de un método de racionalismo crítico que garantiza por un lado una mejora de la búsqueda de la verdad en colaboración con el público y por otro una defensa de la duda frente a las imposiciones de una subjetividad que, tras renunciar a la posibilidad de alcanzar una verdad objetiva, nos entrega una visión de la realidad cerrada. Es decir, creo que en la cultura actual son más nocivos los excesos de la subjetividad que las limitaciones de la objetividad. Además, argumentaré que los ataques contra la objetividad se suelen basar en un malentendido sobre lo que ella significa.

Así pues, todos los factores personales, que nos dan una perspectiva concreta, no deben verse como obstáculos insalvables sino como condicionantes que el periodista debe esforzarse en superar. De manera que lo que interesa al público es que la interpretación final sea veraz y fiable. El valor de una información es su contenido y su referencia a la realidad. Como dice Desantes (1972): “La objetividad viene a ser el esfuerzo del sujeto por conseguir que su conocimiento sea objetivo, es decir, como adecuado al objeto”. No es sólo un deber moral, sino que “es ante todo y en primer lugar una exigencia que atañe al ámbito cognitivo, lo que podríamos denominar una actitud intelectual” (Giménez Armentia, 2005). Por lo tanto, la objetividad es “un esfuerzo personal y técnico, sincero y honesto de abarcar los hechos e informarlos respetando lo que son en sí mismos, aunque sean diversas las perspectivas desde las que se los pueda observar” (Benito -1972-, citado en Giménez Armentia, 2005 ).

Para Popper (2005), la objetividad se basa en la crítica racional recíproca. No tiene que ver con un estado imparcial de la mente del observador, sino en la índole pública y competitiva de lo que éste afirma. Por lo tanto es lo opuesto al dogmatismo, pero no lo opuesto a la subjetividad. Se trata, por encima de todo, de una mentalidad abierta y humilde a la hora de afrontar la realidad. La objetividad tiene que ver con la búsqueda de la verdad a través de la claridad en la exposición de los argumentos y la eliminación crítica del error a través de su sometimiento al análisis de diferentes interpretaciones. Tanto la verdad como la crítica dependen de la claridad porque “no se puede evaluar críticamente las

ideas si no se las presenta con la suficiente claridad" (Popper, 2005: 98). La objetividad no significa la pretensión de observar la realidad con una mente limpia una vez nos hemos liberado de los prejuicios. No hay forma de hacer eso porque incluso muchas de las ideas que tenemos pueden ser prejuicios de los que no tenemos conciencia. Además, una mente purgada de todas las teorías y pura sería, dice Popper, una mente vacía. Siempre se opera con teorías: "Todas las observaciones están impregnadas de teoría (...) toda observación es una interpretación de hechos a la luz de una u otra teoría" (Popper, 2005: 103). No existe la observación pura, sin componente teórico. Lo único honesto que se puede hacer es formular explícitamente las teorías que sostenemos. Esto es un hecho tan inevitable como evidentemente peligroso, porque interpretar hechos con teorías preconcebidas o prejuicios puede llevarnos a fortalecer esos prejuicios en contra de los hechos. ¿No vemos esto todos los días en las páginas de los periódicos? Los prejuicios son un obstáculo para la observación y la interpretación de la experiencia. Toda observación puede ser interpretable con nuestra teoría y utilizarla para reforzar nuestras opiniones. Podemos interpretar los hechos a través de nuestra creencia sólo con el propósito de reforzar nuestras opiniones.

Uno de los equívocos que han ocurrido con la objetividad proviene de haber establecido una falsa dicotomía entre objetividad e interpretación. Informar ya significa interpretar. Como señala Borrat (2002: 72): "Para 'proporcionar hechos' el periodismo siempre ha tenido y tendrá que asignar significados a los datos reunidos y construir tramas con esos datos: no proporciona 'hechos' sino narraciones y argumentaciones sobre esas tramas. Y para ello no pasa del 'contenido' al 'contexto': aquél incluye a éste, éste no existe sino como parte constitutiva de la trama narrada y argumentada. La 'oferta de orientación', cuando existe, forma parte siempre del mensaje, y muchos receptores nos negamos a someternos a esa suerte de paternalismo mediático que ella representa. No pedimos una 'orientación'. Reclamamos, sí, un equilibrio informativo en los relatos y un amplio pluralismo en las opiniones para orientarnos por nuestra cuenta".

Desde la recolección y selección de hechos hasta su jerarquización se producen juicios subjetivos. No hay información sin la operación intelectual de interpretar hechos engarzándolos a su contexto. Pero interpretar no es lo mismo

que opinar. Hay diferencias entre los juicios de interpretación y los juicios de opinión. Oponer la objetividad a la interpretación es una falacia conceptual (Casals Carro, 2005: 347). Separar información de opinión es una exigencia de un conocimiento lógico-lingüístico. Narrar es describir y explicar (extraer de la realidad lo relevante, sintetizar y relacionar a partir de la percepción influida por la educación, las creencias, la ideología, la experiencia, etc) en una situación emocional concreta. En el proceso de interpretar una realidad intervienen variadas operaciones intelectuales: captar, ordenar, combinar, relacionar, analizar, sintetizar, proyectar. E influye la emoción, el carácter, la cultura, etc. Etimológicamente, recuerda Casals Carro (2005), interpretar significa traducir entre dos personas lo que se dice. Es una intermediación: recoge y da un significado según la propia capacidad. Lo que hacen los periodistas como intermediarios sociales es una atribución de sentido. Este juicio de interpretación no es una opinión sino el resultado de la capacidad de razonar y distinguir lo verdadero de lo falso. De ahí que la objetividad sea una exigencia de explicación como forma de no distorsionar la realidad al aislar los hechos. La interpretación será la base para la posterior argumentación. Relatar requiere la comprensión de los aspectos fundamentales del hecho para poder darles un significado. Una vez captado el hecho, ordenado y relacionado se emite un juicio de interpretación. Se orienta y enfoca la atención sobre aspectos concretos. Mientras que la opinión es un juicio explícito y valorativo sobre hechos, acontecimientos o intenciones.

Teniendo en cuenta esto, la objetividad es un enfoque crítico: el sometimiento de nuestras observaciones a la crítica conscientes del peligro de los prejuicios, la apertura a la cooperación crítica de otros. Objetividad equivale, por lo tanto, a debate. Lo que implica una cierta disciplina sobre uno mismo: esfuerzo personal por superar nuestros prejuicios y disposición a ser criticados. Lo contrario de la objetividad es la distorsión intencionada, la interpretación sin ecuanimidad ni honradez, la expresión de interpretaciones desde posiciones dogmáticas. Con objetividad, el periodismo no designa un discurso unívoco, científico, indiscutible, la verdad pura. El discurso periodístico es un grado más, una categoría basada en la posibilidad de distinguir lo honrado de la impostura.

La disciplina de la objetividad implica una actitud (responsabilidad) y un método (cuidado), que autores como Kovach y Ronsensiel (2003) han reformulado como verificación, rigor profesional y honestidad personal. Pero la

objetividad sigue siendo un concepto desprestigiado tanto en el ámbito académico –“cómo hablar de la objetividad sin hacer el ridículo”, se atreve a decir Dayan (2008)- como en el mundo profesional, donde se la ve a menudo como uno de los culpables de la crisis del periodismo y, por lo tanto, en su eliminación se basan algunas de las propuestas renovadoras que surgen de lo que se suele llamar periodismo ciudadano. Sin embargo, en esta tesis se defiende la objetividad como un valor del periodismo desde un punto de vista teórico, como hemos visto, y también por motivos prácticos: el nihilismo posmoderno, que ha rechazado el positivismo, pero también la racionalidad, ha tenido consecuencias en el periodismo en forma de desprecio de los géneros, preponderancia de lo introspectivo y relativismo respecto a toda norma ética o estética, negación de la objetividad como un concepto trasnochado que enmascara estrategias de poder, puesto que la verdad no existe y no se puede asegurar que nada es cierto. Además, en un contexto como el actual en el que las nuevas tecnologías están potenciando la expresividad, la intervención individual y libre de cualquiera en el debate, la inmediatez, mezcla de ficción y realidad, etc, los excesos de la subjetividad son más nocivos para esa comprensión del mundo que las limitaciones de la objetividad. En los tiempos que corren es necesario defender la objetividad porque nos va a permitir reforzar los diques de contención de la deriva de las aguas del periodismo hacia el mar de la ficción. La objetividad sigue siendo, en nuestra hipótesis, un método fiable para acercarnos a la verdad. Aunque, como dice Mindich (1998), la objetividad para el periodismo es una pregunta más que una respuesta, un tema de debate y no un dogma.

Lo que ocurre con las ataques a este concepto es que se basan en aquello que no es la objetividad. Es decir, que se ha desprestigiado el concepto a base de distorsionarlo, aunque algunas críticas están bien fundamentadas en algunas de las concepciones de la objetividad que se han extendido en manuales y libros de texto. El problema, dice Mindich (1998), es que la objetividad, pese a que ha dominado el periodismo convencional durante gran parte del siglo XX, no ha sido bien definida y explorada, y si no tenemos una clara concepción de la objetividad no podremos defenderla o atacarla en la práctica diaria. Para ayudar a clarificar el término, examinemos lo que no es la objetividad:

- Equidistancia. La objetividad no es equilibrio entre las partes implicadas en un asunto controvertido. Ser objetivo no es ser equidistante. No estamos

obligados a dar la palabra a todos los implicados en la noticia, ni siquiera a ofrecer todos los puntos de vista de una realidad. Aunque hacer eso puede ser deseable si queremos ofrecer una información más completa y justa. Pero no siempre es necesario para conseguir una visión clara y ajustada de la realidad, veraz, y, sobre todo, no siempre es posible cuando se pasa de la teoría a la vida real, como explica Kapuscinski (2006) con su experiencia en la guerra de Angola.

- Distanciamiento. La objetividad no es desapasionamiento, frialdad, alejamiento de la realidad y de las personas que protagonizan una noticia. La empatía, el vínculo con el otro e, incluso, el compromiso con determinadas ideas no son enemigos de la objetividad. El periodista no puede ser un testigo impasible, advierte Kapuscinski (2004), para quien la causa de la crisis del periodismo no es la falta de objetividad sino la desinformación provocada por una errónea mentalidad periodística: el error está en la mirada del periodista no en sus métodos. Un problema que no se soluciona con distanciamiento ni con frialdad ni con equilibrio de fuentes. Porque es un problema de punto de partida, de perspectiva, de mirada. El problema no es si somos objetivos o no objetivos sino el para qué somos objetivos o decimos que lo somos. Uno puede ser muy objetivo informando de frivolidades, equivocando su perspectiva, poniendo el foco sobre la parte de la realidad más visible o superficial y olvidándose de mirar detrás o debajo. Ese periodismo entonces puede hacer más daño que un periodismo comprometido con una ideología. "Hoy al cronista que llega de hacer una cobertura, su jefe no le pregunta si la noticia que trae es verdadera, sino si es interesante y si la puede vender (...) es el reemplazo de una ética por otra, éste es el cambio más profundo que se está dando en el mundo de los medios" (Kapuscinski, 2004). El distanciamiento que se le puede exigir al periodista es de otro tipo: "Una distancia entre el informador y el hombre, una duda metódica practicada por el profesional en vista de sus propios prejuicios o incluso de sus opiniones más firmes" (Voyenne, 1984, citado por Casals Carro, 2005).

- Impersonalidad. La objetividad no es renuncia a la subjetividad. Un periodista puede ser más objetivo cuando se convierte en testigo e informa a partir de una impresión personal. Ser testigo es lo opuesto a estar lejos. El testigo es alguien que ve o conoce algo y da fe de ello. Cuando hemos vivido algo, e incluso hemos participado en ese hecho, tenemos más posibilidades de construir un relato objetivo, es decir, próximo a la realidad tal como se ha producido. Es

más difícil que puedan engañarnos, o al menos el esfuerzo que tienen que hacer los manipuladores es mayor: tendrían que convencernos de que no hemos visto lo que hemos visto. Pero ver, tocar, estar cerca, participar incluso, ser testigo no garantiza tampoco la objetividad. Para construir un relato objetivo como para cualquier actividad humana intelectual se necesitan habilidades especiales y medios específicos para cada caso concreto. La claridad de visión puede exigir unas veces una mayor implicación personal y otras un cierto desapasionamiento.

- Captación mecánica sin mediadores. La objetividad no significa que es más fiable lo que se ve en directo, sin mediación. Porque ver no es comprender, como han estudiado Ramonet, Sartori o Bourdieu. La instantaneidad tampoco implica objetividad. Ante la inmediatez y cercanía con la que los medios son capaces de transmitirnos los acontecimientos, con profusión de imágenes de impacto, Giner le pide al periodismo “menos ruido y más sentido”<sup>79</sup>. En su afán por profundizar en la realidad e ir más allá de las apariencias, Kapuscinski (2004) solía renunciar a los medios técnicos como la grabadora, que se supone que pueden aumentar la objetividad de un reportaje. Al contrario, para el periodista polaco la verdad está más allá de ciertos hechos. Encontrar la verdad de la gente, ser objetivo, estará más cerca de un equilibrio entre lo subjetivo y lo impersonal. A veces el periodista aparece, se implica, etc, y a veces necesita desaparecer. Lo mismo ocurrirá en los relatos con la presencia o invisibilidad del periodista. “Para llegar a la gente intento crear situaciones en las que mi presencia no se nota y mis interlocutores se muestran lo más naturales posible”, dice Kapuscinski en *El mundo de hoy* (2004). En todo caso, lo que intentará evitar el periodista es alterar los hechos. Métodos técnicos que supuestamente deberían servir para ofrecernos un registro de la realidad y aproximarnos a la verdad, sin embargo, pueden ser rechazados en nombre de la objetividad. Así lo pensaba también García Márquez

---

<sup>79</sup> A propósito de la cobertura periodística de la guerra de Irak, Giner escribía: “Bombs are easy to report. But what we need is more explanation. Less noise and more sense”.

Giner, J. A. “The Nacional Post: Bombs in Baghdad”. En *What’s Next: innovations in newspapers*, el 13 de abril de 2007.

<http://www.innovationsinnewspapers.com/index.php/2007/04/13/the-national-bombs-in-baghdad/>

cuando se negaba a utilizar la grabadora para así favorecer la interactividad con el entrevistado. No se puede pretender que una cámara de televisión capte la realidad de una persona por el mero hecho de grabarla en imágenes. La técnica puede aportar pruebas de la realidad, simplemente, pero no explicarla.

Por lo tanto, objetividad es una actitud que facilita el entendimiento. Una actitud que implica interés y disponibilidad para escuchar la historia personal de alguien, los puntos de vista de los otros. Una escucha activa que también implica un enriquecimiento del periodista, que cambia de alguna forma su punto de vista tras un encuentro en el que hay diálogo y una aportación mutua. A esa actitud se le puede llamar responsabilidad, que significa ser conscientes de que la realidad está en nuestras manos y por lo tanto es nuestra obligación respetarla y cuidarla. Cuidar significa poner diligencia, atención y solicitud cuando se hace algo. Todo eso es la objetividad y de ahí que haya utilizado el término 'registro'<sup>80</sup> para hablar del periodismo: una mirada minuciosa, un examen cuidadoso y diligente que sirva para señalar lo que se detecta que puede ser importante e, incluso, para descubrir algo que está oculto.

En conclusión, para que el valor de la objetividad siga siendo válido hay que comprender bien todos los aspectos que pone en juego y entender que el distanciamiento tiene límites, que el no partidismo puede ser de muchos tipos, que la pirámide informativa puede ser utilizada también con propósitos manipuladores o empobrecedores, que es imposible captar el mundo sin algún tipo de filtro cultural y que el periodista siempre mira el mundo con una visión coloreada por sus valores. La definición que da Mindich (1998) no está lejos de la argumentación que he seguido en este epígrafe: ser objetivo es intentar captar la verdad como el reportero la ve y tras negociar con sus editores y lectores.

### **6.2.2. El factor emocional: el periodista como observador parcial**

---

<sup>80</sup> Diccionario de la Real Academia Española. Vigésima segunda edición. Versión en Internet. [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=registrar](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=registrar) [consultado en enero de 2008].

Con todo lo dicho hasta aquí creo que se entenderá que lo radical no es la objetividad sino la realidad. Y a ella no se accede simplemente con un método racional. Éste debe ir enlazado con otras dimensiones del ser humano: la historia, la cooperación con otros en comunidades de aprendizaje e investigación, la ética, la narrativa que ensaya tramas de búsqueda de sentido, etc. Dimensiones que dan al método de conocimiento una dimensión artesanal llena de connotaciones sociales y personales. Todo despliegue de la razón posee también un sentido práctico (inseparable de las acciones humanas). La verdad del periodismo es una verdad práctica, social y temporalmente situada (Fuller, 1996). De forma que el periodismo no puede ser nunca una copia o un calco de la realidad, pero sí un registro. Y registrar significa, según la definición que da la Real Academia de la Lengua, “mirar, examinar algo con cuidado y diligencia”. La búsqueda de la verdad, dice Popper (2005), exige talento para criticar y talento para imaginar en una confrontación en la que junto a la razón intervienen elementos no racionales (instintos, problemas personales, ansia de ganar).

Por eso lejos de nuestra intención está defender una idea trasnochada de objetividad entendida como pretensión de captar la realidad tal cual es sin implicación personal del periodista. Todo lo contrario. Entendemos por objetividad un método de verificación (Kovach y Rosenstiel, 2003), un estilo y, sobre todo, una actitud basada en el esfuerzo de un sujeto (Desantes, 1972) por ser fiel a la realidad por encima de sus condicionantes personales. Pero se puede apostar por la objetividad y mantener la idea de un periodista como observador subjetivo que cuenta lo que ve y escucha según una perspectiva personal que implica unos valores, una sensibilidad, unas creencias y unas ideas. Ese factor personal no es un obstáculo insalvable para la posibilidad de una descripción objetiva del mundo. En este epígrafe se verá que esa descripción objetiva puede conseguirse a través del apasionamiento e incluso de la implicación máxima del periodista en aquella realidad que observa. Que mucho más importante que la perspectiva, el mayor o menor distanciamiento, será la actitud del periodista, la honestidad intelectual que condiciona todos los aspectos de su método.

Esta perspectiva ofrece una vía de solución al problema tantas veces denunciado de la sentimentalización de los marcos periodísticos como una de las causas de la espectacularización de la política y de la esterilización del debate en la esfera pública. La tendencia a dramatizar los acontecimientos y a valorarlos

desde criterios emocionales puede no ser un factor completamente negativo si el periodismo cuenta con un respaldo teórico que oriente su trabajo según ciertos valores, entre ellos una idea de la racionalidad que no excluya lo emocional.

Hemos considerado en esta tesis a la racionalidad crítica como la característica fundamental del debate público. La reflexión del periodista-intelectual sobre la actualidad debe ser racional como sinónimo de búsqueda de la verdad a través de la argumentación y la recogida de pruebas en una discusión abierta al encuentro con propuestas diferentes. Siguiendo las teorías de Bettetini y Fumagalli (2001), apuesto por formas de racionalidad comprensivas. Para estos autores las emociones no son ciegas sino modos de percibir ligados a cierta intencionalidad (un mirar la realidad caracterizada de un cierto modo) y a las convicciones. La emoción ayuda a percibir las cualidades del mundo, y la razón da la medida del valor de los objetos y de las situaciones. El intelecto sin emociones está ciego frente al valor, lo que le incapacita para comprender el significado de lo acontecido (Bettetini y Fumagalli, 2001: 89-90). Rechazar las emociones por miedo a dejarse influir por ellas supone rechazar modos de ver el mundo que son esenciales para comprenderlo plenamente. Sin embargo, con una imaginación empática podemos ponernos en el lugar del otro. No se puede interpretar la realidad sólo con criterios extrínsecos, sin el conocimiento del valor humano de las situaciones en juego. Así entendía Kapuscinski (2003: 82) la clave que puede permitir al periodista acercarse a lo verdadero: "La bondadosa y abierta actitud de acogida al Otro, al Diferente, actitud que domeña al mal y crea un clima en que lo mejor y lo más importante deviene posible".

Este argumento suele ser esgrimido a menudo para descalificar la objetividad como valor periodístico. Pero, como hemos visto, el concepto de objetividad no excluye la implicación emocional del periodista en aquello que observa. Simplemente le da argumentos y armas para impedir que sus sentimientos distorsionen su visión. Implicarse en la historia e incluso utilizar la primera persona pueden ser procedimientos que contribuyan a la objetividad, tanto como la impersonalidad y el distanciamiento, si sirven al lector para comprender mejor la realidad contada. Dependerá del uso que le demos a la primera persona: para llenar con ficción las lagunas de nuestra percepción, como recurso decorativo o como vía narrativa que contribuya a hacer más transparente

nuestra perspectiva. “Un uso inteligente y cabal del ‘yo’ aporta veracidad al relato periodístico” (Espada, 2007)<sup>81</sup>.

La separación entre razón y emoción implica una separación entre lo real y lo imaginario, lo que tiene como consecuencia una reducción de la realidad que captamos. Chillón (2006: 20), que ha estudiado las implicaciones de la imaginación y la ficción en la construcción de relatos verídicos, sostiene que la subjetividad del observador es insoslayable. Según este autor, mientras la ficción recrea lo real con imaginación y sin un fin veridicente, el periodismo recrea lo real con imaginación igualmente, pero disciplinada por el compromiso ético de referirlo con veracidad, del modo más fehaciente posible. En ambos casos, la imaginación es la encargada de poner las palabras y los símbolos que recreen lo real con el objetivo de ordenar o explicar el caos de la experiencia. La diferencia es que el discurso del periodista buscará la objetivación. El resultado, dice, será un discurso facticio (artificial), una facción (algo producido) pero en ningún caso ‘sin ficción’, puesto que lo complejo de la realidad humana es que en ella aparecen fundidas acción, dicción y ficción, no se puede reducir lo real a hechos dados, objetivos y conclusos porque al ser todos los sujetos entes ficcionalizadores la ficción formará parte de la entretela de las acciones. Reproducir la realidad es imposible, cierto, sólo podemos representarla retóricamente con tramas argumentativas y narrativas que aportan un sentido. Como lo esencial por lo tanto no es reproducir la realidad sino explicarla, interpretarla, Chillón considera más preciso el término de facción (algo producido para dar hechura). Si embargo, en su razonamiento no veo claro por qué rechaza el término ‘no ficción’. El periodismo sigue siendo ‘no ficción’, entendida la ficción como hace Chillón: sin un fin veridicente. El hecho de que en el periodismo se interprete la realidad desde la subjetividad y con los símbolos aportados por la imaginación no significa que queda impregnado por la ficción ya que tiene el fin de la veracidad. Si ficción es lo que ha dicho Chillón, no veo ningún problema en seguir etiquetando al periodismo como ‘sin ficción’, que es lo que significa la expresión ‘no ficción’. Es

---

<sup>81</sup> [http://www.arcadi.espasa.com/mt-static/2007/01/27\\_de\\_enero.html](http://www.arcadi.espasa.com/mt-static/2007/01/27_de_enero.html)

decir no quiere decir que se soslayen los aspectos ficticios de los hechos sino que la interpretación se hace sin recurrir a la ficción como herramienta retórica.

Cuando Capote inventa el término 'novela sin ficción' o novela de no ficción lo hace precisamente con el objetivo de indagar en la realidad en el sentido que propone Chillón (2006): "los hechos poseen un carácter inveteradamente poliédrico: dimensiones, facetas, entretelas a menudo inadvertidas y sólo en parte susceptibles de escrutinio...". Solo se alcanzará una veraz explicación de lo acontecido con un acercamiento a la realidad con método e imaginación creadora, pero sin ficción. Cuando Lippmann reclama objetividad al periodismo lo hace porque sabe que los hechos son esquivos y no pueden reproducirse con afán de veracidad con una simple observación de aficionados, sin una formación y un método que aspiren a evitar las distorsiones y afeites de las que habla Chillón, es decir, sin ficción.

Pero lo que subyace en la argumentación de Chillón es el problema que acompaña a las teorías de la construcción de la realidad: que se equipara construcción con ficción y se viene a decir que construimos ficciones útiles. Frente a esta perspectiva, en esta tesis se defiende que las interpretaciones que hacemos son, en efecto, parcialmente una construcción de realidad, pero no una ficción. Creamos la realidad, pero también la descubrimos. Nuestras creencias sobre el sentido de la realidad pueden ser verdaderas o falsas. Al enfrentar nuestras interpretaciones con las de otros podemos percatarnos de que estamos equivocados (Lynch, 2005).

Con esta actitud, el periodista asume el rol de espectador parcial, lo que le permitirá valorar con equidad. Frente a la equidistancia o indiferencia, en las que a menudo cae el periodismo que renuncia al esfuerzo de reflexionar para separar lo verdadero de lo falso, ésta es una posición de equidistancia (Bettetini y Fumagalli, 2001: 90): próximo a la historia que cuenta y a sus protagonistas, pero sin intereses particulares directos. Implica una forma de mirar en la que cuenta la razón, pero también el sentimiento y la emoción, con sincero interés, pero sin egoísmo. Spaemann (citado en Bettetini y Fumagalli, 2001) distingue la actitud de un médico en cuanto científico del médico como persona que cura: a éste no sólo le pedimos que sea imparcial sino que nos trate como a otro sí mismo.

En periodismo, los hechos se seleccionan porque tienen repercusiones sociales e implicaciones individuales, en muchos casos emocionales. A través de historias particulares buscamos significados a situaciones o problemas a los que todos estamos expuestos en nuestra vida cotidiana. Compartimos con los demás un entorno de conflictos vitales y de sentimientos. Por lo tanto, la emoción será un factor indispensable para la comprensión del sujeto humano. Aunque la deformación de este aspecto emocional puede derivar en el sensacionalismo, el morbo, el entretenimiento y el espectáculo, forzosamente superficial y reductor de la experiencia humana, como recuerda Fontcuberta (2006), las emociones son indispensables en la subjetividad de nuestra percepción del mundo y en la interacción que entablamos con nuestros semejantes. Buscar estímulos puramente sensoriales, abordar los temas únicamente desde el aspecto emocional, pretender ahorrar al lector cualquier esfuerzo cognitivo son síntomas de infantilización. Conciliar la polaridad emoción-razón será una muestra de madurez en el tratamiento de los problemas. En una posición intermedia entre razón pura y emoción pura, Bettetini y Fumagalli (2001) apuestan por un equilibrio entre visión y decisión. Entre la elección pura totalmente racional basada en la creencia en la plena autosuficiencia del individuo y su voluntad, las elecciones morales en un mundo de carácter ético y con significados verdaderos el acierto de nuestra observación dependerá de la atención que pongamos, de ahí que para Iris Murdoch la elección moral sea una cuestión de visión, matizada o condicionada por nuestro empeño en “observar el mundo con una atención amorosa, fruto a su vez de un empeño moral, que nos permite ver a las personas y las cosas respetando las características y las exigencias. El trabajo de atención construye (reconoce) las estructuras de valor del mundo que nos rodea y nos permite después llevar a cabo elecciones adecuadas” (Bettetini y Fumagalli, 2001: 92-93). Esta es la posición que tan bien explicó Kapuscinski (2005) en sus ensayos sobre su experiencia periodística cuando hablaba del interés y la bondad. La bondad sirve al conocimiento porque proporciona una honesta percepción de lo que está en juego, “un paciente y justo discernimiento de lo que debemos afrontar, que es el resultado no simplemente de un abrir los ojos sino de un tipo perfectamente familiar de disciplina moral” (Murdoch: 1985: 35-42, citado en Bettetini y Fumagalli, 2001). Por eso, cuando hay valores importantes en juego, la visión moral es lenta y debe ser paciente. El ámbito de los valores, las experiencias o las

emociones es lo que nos permite ponernos en la perspectiva del sujeto, y poder así completar la visión que aportan los cálculos racionales abstractos. La visión realista queda matizada por la compasión.

Frente a las bestias salvajes que hacen añicos a la gente y su reputación de las que hablaba Blair, el periodista se acercará a la realidad con mirada compasiva. El carácter moral de su mirada no dependerá de las historias que cuente, porque básicamente pueden seguir siendo las mismas que las de un reality show actual o las de cualquier testimonio periodístico de impacto, sino de cómo se cuenten y analicen. Sólo si se hace con verdad se despertará la piedad y la solidaridad del lector. Para la comprensión del mundo, Arendt decía que necesitamos del “corazón comprensivo” de las plegarias de Salomón (Bettetini y Fumagalli, 2001), el don que, más allá de la pura reflexión y el simple sentimiento, nos hace soportable vivir en un mundo común, con otros que siempre son extraños. Ese don, que Arendt llama la facultad de la imaginación, es el que nos da acceso a la peculiar densidad que envuelve todo lo que es real garantizando un destello de luz de la verdad. La imaginación nos da también la distancia adecuada para ver las cosas en su verdadero aspecto de tal manera que podamos verlo y comprenderlo sin parcialidad, con familiaridad pero con el alejamiento necesario para ver con perspectiva la extrema cercanía de las cosas que nos da la experiencia directa. Este es el tipo de imaginación y de posición ante los hechos que nos permitirá orientarnos en el mundo y comprenderlo.

En el campo de un debate racional y crítico en los medios, en el que se acogen diferentes puntos de vista, la imaginación es una dimensión enriquecedora. Pensar que el otro puede tener razón requiere de un gran esfuerzo de imaginación, mayor cuanto más complejos son los conflictos humanos. Como explicaba antes con Popper, a través de la compasión nos ponemos en el lugar del otro, y eso es una vía alternativa a la crítica racional, pero a escala grande es difícil que la emoción mueva a una solidaridad duradera. Sin embargo, la razón, sostenida por la imaginación, nos permite comprender que los hombres situados en remotos lugares, y a quienes no vemos, se nos parecen y que sus vidas y problemas son como los nuestros. Mediante el uso del pensamiento y la imaginación podemos llegar a sentir la necesidad de ayudar a aquellos que lo necesitan.

George Orwell estuvo en España durante la guerra civil como miembro de las Brigadas Internacionales. Participó en combates y resultó herido de bala. Escribió *Homenaje a Cataluña*, que “puede leerse como un reportaje objetivo” (Hitchens, 2003: 206). Era partidario, apasionado y se implicó a fondo, pero describió lo que vio con objetividad porque buscó la verdad y por la forma en que lo hizo. Hitchens defiende la objetividad de Orwell basándose en las siguientes cualidades: conocimiento de la propia subjetividad para contemplar lo objetivo y una lucha continua con ella, compromiso con el lenguaje como compañero de la verdad (un habla transparente que signifique lo que expresa y que pueda ser sometida a refutación en sus propios términos, un lenguaje común con reglas aceptadas y comprendidas como condición de la democracia), confianza en que todas las personas, hasta las más estúpidas, pueden detectar una mentira, y, por encima de todo, honestidad intelectual para anteponer la búsqueda de la verdad a nuestras opiniones, aceptando que los hechos son sagrados porque objetan nuestros dogmas y nos defienden de las mentiras. Además, también utilizó recursos como una escritura de oraciones cortas, sin adjetivos, detalles que dan credibilidad, etc. Por eso dice Hitchens que lo que ejemplifica Orwell “es que los puntos de vista en realidad no cuentan; que lo que importa no es lo que se piensa, sino *cómo* se piensa” (Hitchens, 2003: 213). En ese *cómo* se encuentra la objetividad, que no es sinónimo de verdad, pero que es imprescindible en el camino de la verdad. Orwell escribió con objetividad. El error en el relato no disminuye su importancia.

Otro ejemplo que puede clarificar este entrelazamiento de razón y emoción en un método objetivo lo encontramos en un artículo que escribió David Grossman sobre la guerra de Israel contra el Líbano del verano del 2006<sup>82</sup>. Este novelista e intelectual israelí perdió a su hijo de 20 años en un combate y, días después, escribió un artículo de fondo en forma de carta al hijo perdido. ¿Es posible analizar con objetividad un conflicto que ha tenido consecuencia tan

---

<sup>82</sup> Grossman, D. “Nuestra familia ha perdido la guerra”. *El País*, 21 de agosto de 2006.

[http://www.elpais.com/articulo/opinion/familia/ha/perdido/guerra/elpepiopi/20060821/elpepiopi\\_5/Tes](http://www.elpais.com/articulo/opinion/familia/ha/perdido/guerra/elpepiopi/20060821/elpepiopi_5/Tes)

[consultado en septiembre de 2007]

terrible? ¿No estará Grossman incapacitado para ver con claridad una realidad de la que es víctima directa? ¿No empaña la emoción en este caso cualquier percepción racional de los hechos? Si entendemos la objetividad como un proceso puramente mecánico de captación de la realidad la respuesta sería que esta persona no puede ser capaz de analizar con distanciamiento y frialdad unos hechos en los que está tan implicado. Entender la objetividad como lo vengo haciendo aquí significa que la claridad moral y honestidad intelectual de este escritor israelí le hacen encauzar la emoción, el dolor y los métodos de observación de la realidad hacia la búsqueda de la verdad. Lo que hacen de su artículo una versión de los hechos discutible, pero, ante todo, útil en el debate público es su esfuerzo de racionalidad y el valor añadido de la profundidad de la vivencia que se ofrece a ser compartida.

En un entorno mediático de espectacularización y banalidad, el periodismo puede ofrecer contenidos en los que la emoción vaya asociada a la reflexión y apostar por seguir siendo un espacio privilegiado que aproveche la fuerza emocional de la narración y la profundidad de la lectura reflexiva. Fontcuberta se refiere a un periodismo con competencia emocional “capaz de distinguir entre la emoción necesaria para la comprensión de la noticia y de su contexto y el morbo o sensacionalismo que se emplea únicamente para la manipulación de los instintos del público” (Fontcuberta, 2006: 96). En ese tipo de periodismo, como el que ejemplifica la historia de Grossman, la afectividad fortalece el conocimiento.

### **6.2.3. Un mercado de ideas para crear solidaridad**

De cómo pensemos la sociedad se derivará el lugar que ocupe en ella el periodismo. La crisis de la modernidad llega cuando se deja de creer en la idea básica de que se puede ordenar la vida desde una perspectiva abstracta y a priori, aunque ésta sea el orden racional. Como hemos visto hasta aquí, en la cultura de la posmodernidad ya no se concibe un diseño divino de lo social, pero tampoco se acepta que el orden social sea fruto de un contrato social o de una imposición del Estado, sino que es simplemente el resultado de las acciones de los hombres. A partir de esta idea se puede pensar la sociedad sin reducirlo a lo individual y pensar en el individuo sin someterlo a lo colectivo, como se intentó en el capítulo

1 de la mano de Tocqueville y Mill. Es decir, el hecho social no es un programa diseñado desde el exterior que se impone al individuo, sino que hay una relación de codeterminación entre lo social y lo individual que hacen de la sociedad un proceso dinámico modelado por los actos individuales. Y de esto es de lo que da cuenta el periodismo: de los actos de los hombres en la sociedad, de las relaciones sociales de unos con otros. El periodista es una persona que mira a los otros y los escucha para ayudarles a ponerlos en contacto entre ellos y con la comunidad.

El entusiasmo y el apasionamiento nos llevan en busca del otro, pero cuando estamos frente a él se necesita algo más, también fundamental: el respeto. Kapuscinski (2006: 290-291) lo explica diciendo que el motor del periodista es la curiosidad por el mundo: “el deseo de estar allí, ver todo aquello a cualquier precio y vivirlo en carne propia (...) recorrer el mundo de punta a punta por su propia voluntad, sin imposición alguna, con el único fin de conocerlo, estudiarlo y comprenderlo, para luego, además, describirlo todo”. ¿Cómo nace esta pasión?, se pregunta Kapuscinski. Tal vez -responde- de la misma forma que surgen las preguntas que se hacen los niños cuando ven barcos en el horizonte: ¿De dónde vienen los barcos? ¿De dónde han salido? ¿Hay más al otro lado del horizonte? Pero esa curiosidad no será ciega, como hemos visto, sino que en el buen periodista estará encauzada por la necesidad de aprender y por la capacidad de hacer buenas preguntas que le permitan después describir el mundo, después de comprender que hay muchos barcos, pero cada uno es único e importante.

Para Dewey (2004), el discurso y la verdad tienen lugar en la comunidad. Para Rorty (2005), los que obran mal son aquellos que actúan contra el proyecto que nos hace ser lo que somos en tanto que comunidad. Este filósofo definía la solidaridad como la expansión de la conciencia hacia el nosotros, el sentimiento de que otras personas y nosotros mismos formamos un nosotros. Y esto se logra, decía, no a través de las grandes teorías sino con los pequeños detalles de la vida de la gente. Para llevar a cabo esta tarea el periodismo ha sido un medio idóneo. Y también para cumplir esta función se necesita la dimensión imaginativa que he mencionado en los valores anteriores. Porque fundamentar la solidaridad en ideas puras no ha dado buen resultado, como se ha visto sobradamente en los proyectos utópicos del siglo XX. Lo que funciona es “la identificación por vía de la facultad de la imaginación, el reconocimiento de que los miembros de un grupo

que era menospreciado son, en los aspectos importantes, como uno mismo o como aquellos que uno quiere” (Rorty, 2005: 97).

El filósofo americano establece como ingredientes de la actitud solidaria la tolerancia con respecto al que es diferente y la flexibilidad necesaria con respecto a nosotros mismos que nos permita estar abiertos al cambio. Rorty (2005) defendía la necesidad de crear instituciones que funcionaran como mercados de ideas, lugares en los que la gente discute ideas opuestas sobre cómo atrapar su tiempo mediante el pensamiento y con el objetivo de mejorar la vida social. El periodismo sería uno de esos mercados de ideas donde el periodista desempeñaría un papel de creador de solidaridad humana. Al intelectual creador de solidaridad adornado con las virtudes de la tolerancia y la flexibilidad lo llamaba Rorty (2005) el intelectual ironista, cuya visión y formación le permitiría actuar como un defensor de la comunidad frente a sus enemigos: ha leído tanto, explicaba, que no se deja engañar por un vocabulario que se cree en relación privilegiada con la verdad y que ignora el dolor de los demás. Un periodista de este tipo se inscribiría en un proyecto pragmático dedicado al cuidado de la libertad, la defensa de la esperanza liberal, la reducción de la crueldad y la expansión de la solidaridad humana.

Entre los límites de la verdad periodística, que es aquella que puede ser dicha en un momento determinado, sin certezas (Fuller, 1996), se entiende la opción de Rorty cuando asegura que se puede cuidar la libertad sin apelar a la verdad. “El reconocimiento de la incertidumbre es esencial en la teoría de la libertad de expresión” (Fuller, 1996: 75). Si la verdad absoluta fuera demostrable, la principal razón para permitir el debate abierto desaparecería. No sería necesario ir al mercado de las ideas para encontrar una idea del bien o de lo bueno, que podría ser percibido con claridad por todos, y sólo los locos no lo verían. El debate de la sociedad abierta debe basarse en la humildad acerca de cada punto de vista en discusión y en la aceptación de lo defectivo de la naturaleza humana (Fuller, 1996).

#### **6.2.4. Diálogo abierto para la cooperación**

Trataré de explicar en este epígrafe por qué la cooperación es un valor del periodismo y expondré los motivos que refuerzan este valor tradicional en el

actual panorama comunicativo que parece promocionar la actuación individual. En el epílogo que escribió Carl Bernstein para el libro publicado por su compañero Bob Woodward sobre la historia de Garganta Profunda señaló precisamente la cooperación como una de las claves del éxito de la mítica investigación periodística del caso Watergate. Más importante, incluso, que el valor de la fuente principal o que la independencia del medio o que la audacia de los periodistas. Para Bernstein, en aquella ocasión el periodismo alcanzó una de sus más altas cumbres gracias a la convicción que tenían todos los que intervinieron (redactores, fuentes, editores) de que la historia se escribía en equipo en un proceso lento y meticuloso en el que cada paso que se daba era mirado con lupa y matizado desde variados puntos de vista. “Después de todo, de eso se trataba la cobertura del caso Watergate: de cooperación. Mi cooperación con Bob [Woodward], la nuestra con Bradlee y la de Bob, aunque extraña e incompleta, con Garganta Profunda. En conjunto se sumaba a un sentimiento de solidaridad. En la actualidad, los blogs de Internet y los programas de televisión no tienen eso. No hay red de seguridad ni frenos, nadie que te haga preguntas, te haga dudar o te inspire. No hay redactores jefes” (Bernstein, en Woodward, 2005: 180).

Siguiendo la concepción estricta del periodismo de McNair (1998), como registro veraz de la actualidad en forma de relatos (datos, significados, contexto) contruidos en torno a supuestos, creencias y valores que forman diferentes visiones del mundo, Héctor Borrat (2006) considera a los periódicos como narradores polifónicos que congregan como voces a periodistas y lectores en una densa y móvil red de interacciones que convierten a todos en autores de una narración global. En la selección y procesamiento de las noticias influye la decisión subjetiva del periodista, pero también la intervención de otros periodistas, que permanecen en el anonimato o fuera de la vista del lector, y por las matizaciones de los comentaristas. En la esfera de la sociedad, el proceso informativo recibe la influencia de los grupos con sus intereses y de las demandas del público. De modo que los periodistas son a la vez influyentes e influidos. De la complejidad de estas interacciones dependerá la calidad del periodismo resultante. Siguiendo el paradigma del periodismo como sistema de acciones sociales, Borrat defiende un proceso informativo en el que tienen un peso alto los factores estructurales, como las rutinas y las presiones de la institución en la que

se trabaja, pero en el que la intervención de los sujetos individuales también son decisivos a la hora de modificar los sistemas y las estructuras. Se apoya en las teorías complementarias de Weischenberg y Reus para sostener “la fuerza normativa del sistema de los medios, de las instituciones, pero mostrando a la vez, de manera más clara, que día a día los periodistas producen algo en cuya calidad han participado (...) se trataría de fortalecer la personalidad frente a aquellos mecanismos del oficio que ponen obstáculos a la creatividad y el coraje” (Fontcuberta y Borrat, 2006: 173). De una enriquecedora interacción (que no excluye el conflicto) entre actores sociales, periodistas e instituciones surgirá un proceso informativo de calidad. Para que esa interacción sea enriquecedora tendría que ser posible una implicación de los participantes en las distintas esferas (sujeto, profesión, institución, sociedad). Es decir, si la esfera profesional, la redacción en la que se toman decisiones importantes sobre la selección de temas, trabaja completamente de espaldas al público las posibilidades de interacción de éste disminuyen. Sin embargo, aumentará su peso cuanto más transparente sea la redacción. Hacia la transparencia apuntan algunas de las innovaciones más interesantes que está ensayando el periodismo. Sobre eso hablaremos al final del capítulo.

Se puede ver esta apertura hacia la interacción como un refuerzo del periodismo o como una disolución. Como vimos en capítulos precedentes, abundan las interpretaciones enfocadas hacia esta segunda opción: el periodismo ya no es necesario. En cuanto a la primera opción, lo que indica es que la interacción arrebató al periodismo el control del debate público, pero lo mantiene en una posición de liderazgo. En la interpretación de Bardoel que cita Borrat (Fontcuberta y Borrat, 2006: 178-179), junto a un periodismo viejo que pervivirá y cuya función es orientar al ciudadano a través de la explicación y el comentario a través de la construcción de escenarios de debate y con un modo de comunicación unidireccional, surgirá un periodismo nuevo que da al ciudadano un papel activo, donde la información circula de un modo interactivo y no unidireccional, y en la que el periodismo se reduce a una función instrumental de archivo y memoria. Los medios dejan de tener importancia como suministradores de información o de hechos para centrarse en la gestión de contextos y significados. Como bien señala Borrat, el problema de esta oposición periodismo viejo orientador-periodismo nuevo instrumental es falsa. Y así creo haberlo

argumentado también en esta tesis. “El periodismo es siempre una forma de interpretar y, por lo tanto, de orientar: al dotar de significados y sentido a los datos empíricos que encuentra o recibe, es siempre orientativo (...) suministra posibles versiones de lo acontecido” (Fontcuberta y Borrat, 2006: 180). Es asimismo falsa la idea de que el periodismo clásico suministra hechos más que significados ya que toda información incluye interpretación de datos.

Como hemos señalado en esta tesis, este debate ni siquiera es nuevo. Se reproduce aquí la discusión que entablaron Lippmann y Dewey, ya ampliamente analizada en el capítulo 2. A su vez, el periodismo ciudadano se declara heredero de la corriente del periodismo del siglo XX representada por John Dewey (Varela, 2005), que fue relanzada por el periodismo cívico en los años 80 del siglo XX, frente a la línea realista, elitista y objetiva de Lippmann, basada en la transmisión de información más que en el debate. Tanto la propuesta de Dewey como la del periodismo cívico entienden el periodismo como un arte democrático encaminado a la búsqueda de la verdad a través de la discusión entre los miembros de una comunidad, una misión que la tecnología viene a potenciar gracias a su potencial de interactividad e inmediatez para entablar conversaciones a las que todos pueden tener acceso. Pero en ninguno de los dos casos se dice que los mediadores (expertos, especialistas, periodistas) deban ser excluidos de la discusión. Simplemente advierten que ésta sólo será fructífera si surge en la vida comunitaria de una forma abierta y plural.

Gillmor (2004) aclara que su defensa del periodismo ciudadano, del que es uno de los principales impulsores, se refiere al uso que los periodistas puedan hacer de Internet para canalizar la conversación ciudadana. Es decir, el editor sigue siendo protagonista. El cambio de paradigma en la información no supone una revolución de los valores periodísticos ni mucho menos una amenaza a la existencia de los propios periodistas como si fueran dinosaurios en vías de extinción, por utilizar una expresión ya convertida en lugar común para criticar el inmovilismo de la prensa tradicional frente al empuje de lo digital. Implica más bien un cambio de actitud de todos los actores implicados en el debate público: más transparencia y colaboración en los periodistas y más implicación de los ciudadanos en el proceso informativo. “El periodismo *open source* de Dan Gillmor no es más que el periodismo de siempre, basado en sus principios elementales, pero mejorado y ajustado a las necesidades de la sociedad gracias al multiplicado

feedback ciudadano que permite la tecnología (y que ni siquiera es nuevo)" (Almirón, 2006). El ciudadano ha venido a recordar al periodismo que es un elemento integral del sistema de la vida pública y el papel que desempeña le impone a su vez obligaciones cívicas. Para el consejero de *Le Monde* Jean-François Fogel, en el periodismo "la gran revolución es el cambio del comportamiento de la audiencia"<sup>83</sup>. Los periodistas cívicos se volvieron hacia el público para pedir su colaboración con el objetivo de mejorar el debate. Ahora la emergencia del público empuja al periodismo a dar un paso más: no sólo contar con el ciudadano como inspirador de su trabajo sino abrirles las puertas de los medios de comunicación como colaboradores y compartir con ellos el control de la agenda pública. Si el periodista acepta que el ciudadano también tiene información y capacidad para expresarse, que no es un individuo aislado en la masa sino una persona con sentido crítico, el método más idóneo para enriquecer el debate público es el diálogo abierto desde una actitud de humildad y cooperación.

En este contexto, los periodistas se ven obligados a cambiar su forma de pensar y actuar. En lugar de decidir en solitario qué historias interesan al público ahora empieza a escucharlo y a compartir con él esa decisión. Con estas premisas, el debate vuelve a un punto que siempre ha sido motivo de reflexión: ¿quién participa en el debate, cuál es el papel que una democracia asigna a cada actor social, qué actitud debe adoptar cada participante para que el debate sea lo más útil posible para la vida democrática? La revolución tecnológica ha venido a resaltar la necesidad de la sociedad de renovar sus escenarios mediáticos recolocando las posiciones de cada actor y redefiniendo los papeles que tienen que interpretar.

### 6.2.5. Transparencia

Entiendo por transparencia la comunicación de lo que sucede en el interior de las instituciones y en la toma de decisiones de los periodistas durante el

---

<sup>83</sup> Conferencia en la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) en Bogotá, junio de 2005 <http://www.etcetera.com.mx/pag54ne58.asp>

proceso informativo. El nivel de transparencia que debe exigírsele al periodismo siempre ha sido objeto de reflexión y es un asunto nuclear de esa profesión por su carácter social y su función de mediación. Por ejemplo, una de las normas básicas del quehacer periodístico es la que obliga a aclarar al lector cuáles son las fuentes que nos proporcionan las informaciones y la necesidad de justificar los casos en que se oculta al público. La transparencia tiene una relación directa con la credibilidad. Hay una cierta confianza del público en el medio que elige e incluso en la propia institución del periodismo, pero en última instancia el lector aceptará la veracidad de cada noticia si el periodista le muestra (cuando no le demuestra) cuál es su origen y cómo se la ha investigado. En este sentido una de las mayores preocupaciones recientes de los periódicos de calidad es el abuso de las fuentes anónimas y su alto coste en credibilidad. Por lo tanto, la transparencia tiene que ver con fuentes y métodos. Como afecta a algo tan nuclear del trabajo periodístico siempre será un asunto conflictivo. El mantenimiento del secreto también se presenta como una virtud del buen periodismo, por eso los periodistas del *The Washington Post* fueron unánimemente elogiados por haber sido capaces de guardar silencio sobre la fuente del caso Watergate durante más de treinta años. Pero el secreto siempre habrá que verlo como una excepción que debe servir a la verdad y no a la protección de intereses ocultos. Y, sin más remedio, conforme se ha hecho más compleja la estructura empresarial de los medios y más intrincada la circulación de información, sobre todo con la proliferación de los llamados *spin doctors*<sup>84</sup>, ha aumentado la necesidad de transparencia como un requisito de credibilidad. La multiplicación de las fuentes multiplica la incertidumbre. El periodismo seguirá necesitando el secreto, pero ya sabe que tiene que pagar un precio muy alto por él debido al justificado escepticismo del público. La transparencia debería ocupar un lugar al menos tan crucial como el secreto en la actuación de los periodistas. Joaquín Estefanía, que fue director de *El País*, lo explica así: "Para que los ciudadanos consideren imprescindible el periódico como nosotros queremos, el lector tiene necesidad de saber cuál es el funcionamiento real del mundo de los medios para fiarse de ellos. La opacidad refuerza siempre

---

<sup>84</sup> Fuentes profesionales de instituciones públicas y privadas que proporcionan información de interés para sus estrategias comunicativas.

la sensación de manipulación. La consigna es explicar qué hacemos, por qué lo hacemos y por qué es importante para la ciudadanía lo que hacemos. ¿Cómo se puede permitir una relación si estás insistiendo permanentemente de cara al público y de cara a los demás periodistas, en que todas las demás instituciones deben ser transparentes si tú no practicas ese mismo grado de transparencia que exiges?"<sup>85</sup>.

La transparencia es garantía de veracidad, muestra de humildad y sinceridad del periodista (que admite sus limitaciones e intenciones) y señal de respeto hacia el público, a quien se le da la opción de juzgar la validez de una información<sup>86</sup>. La transparencia aumenta la responsabilidad del periodista sobre aquello que cuenta, una consecuencia imprescindible si hemos aceptado también una mayor libertad e implicación de la subjetividad en el procesamiento de la información.

Entender el periodismo como foro de debate refuerza la necesidad de transparencia ya que, como señala Tuchman (1978), la calidad del debate público depende de la información disponible. No se puede discutir sobre lo que se ignora. Para implicar al ciudadano en el debate público se necesita proporcionarle las claves de los asuntos sobre los que se discute. ¿Qué criterios se han aplicado para seleccionar los temas? ¿Por qué se abordan por determinados aspectos y se desprecian otros? ¿Cómo se ha decidido qué parte de la realidad se pone sobre la mesa y cuál se ignora? En un entorno de saturación de mensajes, con la multiplicación de contenidos y fuentes, expansión de medios y proliferación de canales, convertida la función principal de los medios en la construcción de

---

<sup>85</sup> Conferencia en la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) en Bogotá, junio de 2005 <http://www.etcetera.com.mx/pag54ne58.asp>

<sup>86</sup> Entre las normas deontológicas más recientes aprobadas por *The New York Times* figura la obligación por parte del periodista de describir a su fuente, cuando el secreto es inevitable, de la manera más completa posible en cuanto a sus intenciones, sus motivos para exigir el anonimato y el origen de su información. Es decir, el periodista debe aclarar al lector cómo su fuente sabe lo que sabe, qué interés tiene en que se difunda eso que sabe y cuáles son los motivos que le hacen mantenerse ocultos.

escenarios para la competición de ideas y la confrontación de interpretaciones, el peso de la credibilidad se traslada a la propia interacción entre los diferentes actores (periodistas, fuentes, protagonistas de las noticias, público). Ese flujo caótico de la producción periodística puede verse como una democratización del debate, puesto que ninguna ideología logrará imponerse como la dominante y ninguna interpretación podrá mantenerse sin ser cuestionada (McNair, 1998). Pero el caos comunicativo será más democrático cuando más transparente sea. Es decir, como matiza Borrat (2006), la democratización no es ajena a las intenciones y actuaciones de quienes intervienen en la interacción comunicativa. Siguiendo a Manning (2001), Borrat advierte de la necesidad de “comprender cómo las estructuras y ciertas prácticas sociales dinámicas moldean los flujos de información generados por la actividad de las fuentes informativas y las necesidades de las organizaciones periodísticas” (Borrat, 2006: 273).

### 6.3. LAS ASPIRACIONES DEL PERIODISMO

#### 6.3.1. Encubrir o desvelar

Vivimos tiempos ficticios, proclamó Michael Moore cuando recogió su Oscar en marzo de 2003. La cultura de la imagen se caracteriza, paradójicamente, por la invisibilidad del poder. Según el análisis de Innerarity (2005), los poderes resultan invisibles y las representaciones ambiguas y engañosas. En una época en la que parece que podemos verlo todo, el verdadero significado de las cosas se encuentra oculto. El declive de la verdad ha sido posible, denuncia Frank Rich (2006), por el largo tiempo de devaluación de la información que ha tenido como consecuencia el adormecimiento de la sociedad. Los medios, que tenían como misión mostrar la realidad son, sin embargo, causantes de su ocultamiento. En lugar de dirigir nuestra atención hacia lo importante, nos distraen con lo trivial. Fontcuberta (2006) recurre a la teoría de los puntos ciegos de Goleman para señalar la responsabilidad de los medios de comunicación en el encubrimiento de la parte de la realidad que a los poderes no les interesa que se conozca. Conocemos el mundo a partir de esquemas mentales que dirigen nuestra atención hacia determinados aspectos desestimando el resto. Según la teoría del framing, los medios interpretan la realidad y la encuadran en unos marcos de referencia a partir de los cuales la audiencia discutirá sobre los asuntos públicos de modo que

una alteración en la definición de un problema causará cambios en las actitudes y opiniones del público (Scheufele, 1999). Las limitaciones del encuadre periodístico fragmentarían nuestra conciencia, desviarían nuestra atención y nos impedirían darnos cuenta de las cosas. Así se crean puntos ciegos, zonas bloqueadas que nos inducen al engaño y nos imposibilitan para una interpretación correcta de la realidad. En el plano colectivo, este proceso cognitivo significa que cada sociedad comparte una serie de esquemas o marcos, puntos de referencia y perspectivas comunes que nos dan el contexto y la forma en que debemos interpretar lo que ocurre. Los medios de comunicación tienen una gran responsabilidad en la imposición de esos marcos que a menudo están controlados por la visión del poder sobre las cosas generando dogmatismos, imponiendo versiones oficiales, negando partes de la realidad, produciendo mentiras sociales.

Saul Bellow nunca habló del *frame* periodístico, pero sí de los errores de enfoque y de las estrategias de distracción de los periodistas. “Los medios de comunicación, cuyo deber consiste en mantenernos informados sobre los nuevos acontecimientos, naturalmente no saben lo que está pasando. Está claro que no tienen ni la menor idea. La tecnología de que disponen es una de las maravillas del mundo, pero la mentalidad que la dirige acusa un retraso considerable sobre los ordenadores y los satélites” (Bellow, 2007: 202). Nadamos en información, pero estamos sumidos en la confusión y al borde del caos porque, denuncia el autor norteamericano, la mayor parte de las noticias que nos ofrecen los medios no sirve para nada y porque, convertidos los profesionales de los medios en animadores populares entregados a la búsqueda del impacto, la realidad que ofrecen es una distracción de la auténtica realidad. Bellow sostiene que los medios de comunicación padecen de autismo, “un estado mental caracterizado por ensoñación, alucinaciones e indiferencia hacia la realidad exterior” (Bellow, 2007: 207). Y culpa a intelectuales y periodistas del “peculiar pseudoconocimiento de lo que ocurre, del espesor de nuestra ignorancia, y de la confusión interna y descentrada de nuestro entendimiento, de nuestra inquietud” ante la crisis del mundo.

Un enfoque marcado por prejuicios que distorsiona la mirada con un inevitable sesgo es uno de los defectos del periodismo más denunciados. Se manipulan los hechos para encajarlos en nuestras teorías. Para confirmar nuestras hipótesis, rechazamos los detalles que no se ajustan a ellas y despreciamos el

auténtico significado de los hechos. La cobertura informativa del juicio del 11-M ha dado muestras sobradas de este comportamiento. Pero los pensadores públicos son hijos de la distracción, dice Bellow, y precisamente por eso están especialmente capacitados para dirigirse al público distraído y arrancarlo de la distracción ayudando a restaurar en las conciencias “ciertas esencias asociadas a la vida humana” y descuidadas en el mundo distraído. Alejarnos de la distracción se convierte en sinónimo de enfocar la atención, una de las cualidades que Tolstoi consideraba imprescindibles para escribir bien, como recuerda Bellow (2007) en el prefacio de *Todo cuenta: estilo perspicuo, fondo moral* (una postura firme sobre el problema del bien y el mal) y capacidad de atención.

Según el modelo normativo que defiende esta tesis, el periodismo está integrado en la maquinaria de la distracción, pero no forma parte de ella y debe actuar como un agente subversivo y desenmascarador de las mentiras oficiales. Entre sus obligaciones también está la de oponerse a ese nihilismo y el dogmatismo que anidan en los medios de comunicación cuando funcionan como formas de adoctrinamiento para controlar el pensamiento mediante la distracción y el aislamiento o la difusión de una imagen del mundo que se ajusta a la ideología dominante.

¿Están los medios capacitados para abordar la complejidad del mundo actual? ¿Son insalvables sus limitaciones? Se suele acusar al periodismo de distorsionar la realidad por medio de la simplificación que se produce cuando se ofrece una información fragmentada, descontextualizada, superficial, sensacionalista y espectacularizada. Es cierto que todas éstas son formas de representación distorsionada de la realidad. Sin embargo, en esos análisis (Fontcuberta, 2007) se olvida que junto a esos métodos la evolución del periodismo muestra una búsqueda constante de formas de captar la complejidad de la realidad. Se acusa a los periódicos de convertir los paradigmas en principios, las perspectivas con las que se enmarca la realidad en visiones del mundo únicas, excluyentes y, por lo tanto, simplificadoras. Pero se olvida que la tendencia del periodismo ha sido hacia la pluralidad y la interpretación basada en los contextos. Fontcuberta señala como ejemplo de simplificación, y por lo tanto factor de encubrimiento de la realidad, el periodismo mosaico (que ofrece contenidos fragmentarios y con escasa jerarquización de las noticias y las ideas, sin contextualización, sin visión global de los temas), un modelo al que opone un

periodismo-sistema, caracterizado por ser abierto, en continua relación con el entorno, basado en la interacción entre los interlocutores y el contexto como forma de abordar lo complejo de una forma global y dinámica. “El periodismo sistema explica procesos en los que los hechos aparentemente nuevos o inesperados son las sucesivas puntas de muchos icebergs sociales cuyas partes ocultas nunca fueron lo suficientemente mostradas. Y para ello sabe que las noticias necesitan ser explicadas, analizadas e interpretadas desde su principio (o desde su eclosión a la luz pública) hasta su fin” (Fontcuberta, 2006: 42). Abordar la complejidad de la realidad pasaría por los siguientes requisitos: máxima transparencia en la producción de la noticia, incluidos los criterios de selección y valoración, un esfuerzo por interpretar el significado de los acontecimientos, explicando desde múltiples perspectivas. El cambio que implica la aplicación del pensamiento complejo al periodismo supone cambios de mentalidad, renovación de algunos postulados de la práctica periodística, rechazo de otros, adaptación a las nuevas necesidades del público, refuerzo de la interacción con la ciudadanía, un enfoque de la misión del periodismo centrado en las necesidades de la democracia: ayudar al ciudadano a formar su juicio tras ofrecerle una información completa y veraz; explicar, interpretar, criticar. Acoger el pensamiento crítico de forma que los poderes sientan la presión de una ciudadanía fuerte y libre que no está dispuesta a permanecer cruzada de brazos ante los intentos de encubrimiento de la realidad. Es decir, el periodismo, como decía Bellow, es un agente infiltrado en las maquinarias de la distracción y cuya misión es boicotear los empeños de encubrimiento con detalles de iluminación.

El diálogo impulsado por el periodismo tiene, por lo tanto, una finalidad: desvelar lo oculto, desenmascarar las estrategias de los discursos del poder, a través de la formulación de las preguntas adecuadas. “Una pregunta bien construida ha sido siempre el único método para el conocimiento y el mejor y más racional de todos los argumentos. Una racionalidad como base que sostenga las privilegiadas torres de los principios democráticos” (Casals Carro, 2005: 298).

No obstante, la metáfora del mosaico sigue siendo acertada para describir la realidad mostrada por el periodismo y que se acerca a la idea de una actividad importante y que tiene que ver con la verdad, pero que se realiza con medios modestos, condiciones difíciles y un entorno hostil. El periodismo no puede dejar de ser fragmentario, incompleto, a veces insignificante y a menudo equivocado.

Pero es útil, con todas sus limitaciones. Y es útil cuando es abierto: cuando consciente de las limitaciones de la perspectiva individual acepta que la única posibilidad de acercarse a la verdad es a través de la colaboración y de la suma de perspectivas. Sólo ofreciendo muchas miradas se pueden reducir los puntos ciegos.

Y si no esperamos de él la verdad definitiva, pretensión de la que surgen en mi opinión muchas de las críticas feroces dirigidas al periodismo, puede ser una orientación válida para movernos en la vida pública entendida como un debate abierto y en continuo desarrollo, formado por pequeños fragmentos que van iluminando una realidad de la que nunca tendremos una visión completa y perfecta. Ahí reside la debilidad, pero también la fuerza del periodismo, que Sandor Marai comparaba con “el número que ejecuta un equilibrista al levantar un objeto pesado con un solo dedo y sostenerlo como si no tuviera peso alguno” y cuyo resultado era mostrar “los fenómenos cotidianos, efímeros pero tremendamente densos, con un gesto muy ligero, haciendo así evidente que en lo efímero había algo mágico, profundo y eterno” (Marai, 2006: 391).

Ni periodismo-mosaico ni periodismo-sistema pueden contar toda la verdad en el momento en que se producen los hechos. Pero eso no quita valor a lo que hacen como orientación en la vida pública. La clave está en insistir en que se puede introducir un cierto orden en el caos y en no abandonar la búsqueda de la verdad. Pero ¿cuál es la verdad del periodismo?

### **6.3.2. Orden y verdad**

Vivimos en la confusión, dice Bellow, pero todavía nos queda la capacidad “de pensar, de sentir y de distinguir” (Bellow, 2007: 123). Pese a lo que se diga, todavía no hemos sucumbido al caos. Se sigue escribiendo y leyendo. Es falso que la razón se encuentre más postergada que en épocas precedentes. Todo lo contrario, tras las catástrofes del siglo XX la razón encuentra un campo de acción más limpio y despejado. Los trágicos acontecimientos del siglo XX han traído algo positivo: “una reducción de prejuicios, un rechazo de ideologías decepcionantes, una capacidad de vivir con muchas clases de locura y un inmenso deseo de determinados valores perdurables: la verdad, por ejemplo; la libertad; la sabiduría” (Bellow, 2007: 124). La humanidad superviviente del siglo XX se ha

aligerado de ideologías opresivas y se encuentra más preparado para hacer frente a la mentira política. “Puede observarse en nuestros mejores contemporáneos un aligeramiento, una depuración. No se aligeran porque les importe menos sino porque les importa más, no porque les atraiga la estupidez de un estilo cínico sino precisamente porque les causa repugnancia esa forma de vanidad teatral y han llegado a detestar al hombre mundano. Quizás hayan acabado viendo que las teorías que habían aceptado durante décadas no tenían nada que ver con sus intenciones y actos más significativos” (Bellow, 2007: 176). Eso no significa que tengamos que rehuir los horrores de la realidad, pero sí hacerlo sin perder de vista que hay otra realidad menos aparente sin la cual el mundo que captamos es menos verdadero: “El alma de las cosas, su esencia, no es lo que vemos, sino aquello que no podemos ver y que –en el mejor de los casos- tan solo presentimos. El ojo es importante, lo más importante, pero, al mismo tiempo, ¡cuán limitado resulta! Con una simple ojeada, nos quedamos sin ver muchos mundos” (Kapusinski, 2003: 93). Bellow sostiene que el arte sí puede captar esas señales tan verdaderas como ocultas. Porque el arte, como decía Pound, bucea en el caos para extraer una apariencia de orden. Ante la “moderna realidad del desorden”, el hombre puede caer en el nihilismo o confiar en “esa libertad de aproximarse a lo maravilloso que no nos pueden quitar, el derecho, con ayuda de la gracia, de sacar el mayor partido de lo que poseemos, de aprovechar nuestra condición más de lo que cualquier ser humano haya hecho jamás” a través de un arte que “aceptando defectos e impurezas y haciendo las concesiones más realistas, siendo asimismo plenamente consciente del saco lleno de sentimientos personales capaces de volvernos locos, y teniendo en cuenta, finalmente, la crueldad, la humillación, la monstruosidad y el mal que conocemos, sea sin embargo un arte verdadero y poderoso. Y hasta divinamente bello, quizás, con un desprecio espectacular hacia el caos que nos rodea” (Bellow, 2007: 178).

El periodismo forma parte de ese empeño, quizá imposible pero necesario, de ordenar el caos que nos rodea. No con una simple ojeada, sino con atención. Como mediador entre el ciudadano y su entorno público, representa una realidad “no con la fugacidad de un instante aquí mismo, sino como un periodo consistente, objetivado, como algo que es posible percibir y comentar, como una referencia general” (Fontcuberta, 2006: 56). Los medios representan la realidad en un proceso de selección de temas, analizados y valorados. No se trata de

fotocopiar la realidad sino de moldearla para que se útil para la vida cotidiana de los ciudadanos. El orden que imponemos al caos de la realidad (con tal cantidad de información que una persona tardaría toda una vida en procesar) dependerá de los criterios de selección, de nuestra competencia para interpretarla y nuestra capacidad de pensar sobre ella. En el periodismo se establecen los temas, se ofrecen perspectivas sobre ellos y se les otorga importancia en un proceso dinámico e interactivo con múltiples participantes y que influirá en las decisiones del poder y en la vida de los ciudadanos. En definitiva, se dirige la atención del público hacia aquello que tiene valor en su vida y como respuesta a una natural necesidad de orientación. Se ha utilizado mucho la metáfora de los mapas para describir la presentación de la realidad que hacen los medios diariamente. Pero esa metáfora tiene un inconveniente. El mapa es algo fijo y se podría decir que exacto aunque a una escala manejable y útil para transitar por la realidad. El periodismo se asemeja más a una obra en construcción: abre caminos para abrirse paso por la realidad, pero evidentemente no pretende ser la realidad exacta. Lo que hace es poner señales de advertencia de peligros, aconsejar sobre determinado accidente del terreno, ofrecer diferentes itinerarios, despejar determinados espacios en los que considera conveniente detenerse. Si la realidad es el caos por explorar, el periodismo es la exploración. El camino trazado puede ser una pista polvorienta que no conduce a ningún sitio, pero también puede ser un trazado limpio y luminoso que más que introducir una falsa simplicidad en el caos lo que hace es reducir la complejidad. Trazar esos caminos significa crear sentido de la realidad. Por eso se dice que el periodismo no proporciona hechos sino narraciones y argumentaciones sobre hechos (Borrat, 2002), y que es un narrador de realidades (Casals Carro, 2005). Los géneros periodísticos responden a esa estrategia de los medios de organizar y presentar la realidad. Se suele achacar a la imposición de la lógica mecánica del formato una pérdida de creatividad individual y una cierta distorsión de la realidad cuando se actúa siguiendo rutinas. Es decir, un periodista puede contar una noticia que se produce por ejemplo con cierta periodicidad (una manifestación contra el terrorismo) y hacerlo de forma rutinaria siguiendo los parámetros trillados del género en cuestión. Incluso puede, y eso hace a menudo, interpretar y valorar una noticia con plantillas mentales y lugares comunes. Cuando eso ocurre, no parece que el culpable sea el formato sino la actitud rutinaria del autor. Los géneros son

pautas que facilitan el tránsito por esos caminos periodísticos y garantizan un orden jerárquico y una transparencia de intenciones que ayudan al lector a comprender la información. A menudo las rutinas conducen a la pereza y por lo tanto llevan al periodista a eludir sus responsabilidades con el lector ahorrándose esfuerzo de reflexión, de indagación auténtica e incluso de creatividad. Pero también es cierto que saltarse los formatos para favorecer la libertad imaginativa del autor dificulta el tránsito por los caminos de la caótica realidad. Es decir, se puede transitar vestido de esmoquin por esos caminos provisionales, pero quizá un austero mono de trabajo sea más útil. En todo caso, parece que lo conveniente sería un cierto equilibrio siempre al servicio de la comprensibilidad de la información. En su producto final, los periódicos ofrecen una visión ordenada de la actualidad con secciones y suplementos que pretenden organizar contenidos y ofrecer significados. El objetivo que se persigue con una presentación coherente de las noticias es ordenar, explicar y relacionar las diferentes informaciones, no sólo parcelar la información, de forma que el temario seleccionado sea coherente y esté articulado de tal manera que se facilite la búsqueda de sentido. Ese mundo reconstruido y ordenado diariamente por el periodismo debe cumplir tres requisitos: conocimiento previo que permita una selección y disposición de las noticias coherente; contextualización para profundizar en los hechos según su relevancia; y comprensibilidad, es decir, una presentación adaptada a las necesidades e intereses del público y a sus capacidades intelectivas. El periodismo vertebra sus contenidos a partir de unos criterios porque entre sus responsabilidades está la de ofrecer significados. No es un puzzle caótico ni una retahíla de piezas encadenadas sin sentido.

Así que ordenar la realidad desde el periodismo es darle un sentido que sea útil al ciudadano a la hora de manejarse en su vida diaria y en sus pensamientos sobre los hechos relevantes. Veremos a continuación por qué es importante entonces que el orden y el sentido en el periodismo se construyan a partir del respeto por los hechos, por las cosas como son, por la verdad objetiva como ideal regulador de los debates.

#### *6.3.2.1. La verdad del periodismo*

El periodismo actúa por aproximación acerca de realidades complejas. Como instrumento de la vida cotidiana y al versar sobre acciones humanas libres,

su objetivo es la verdad práctica, un acercamiento a la verdad a través de sucesivas correcciones, en un modo que incluye el riesgo y el error, hasta alcanzar una certeza moral, pero nunca la certeza científica (Fuller, 1996). Aunque aspire a la exactitud de los datos por medio de la comprobación, el sentido de los datos siempre estará abierto porque el conocimiento que ofrece el periodismo es mediado, incompleto e insuficiente. La comunicación pública se presenta borrosa, menos nítida cuanto más se mezcla verdad y mentira o cuando se renuncia a buscar la verdad (García-Noblejas, 2000).

Este carácter incompleto de la verdad humana no anula la idea de una verdad objetiva. Podemos decir que una idea es borrosa sólo si creemos que no puede enfocar con total nitidez una realidad que existe. Frankfurt (2007) defiende la utilidad práctica de la verdad. Si la verdad es deseable por las personas en sus vínculos personales y en muchas de las relaciones sociales ¿por que no habría de serlo en la esfera pública? En su libro *Sobre la verdad* defendió la importancia que tiene para la convivencia el respeto por la honestidad y la claridad a la hora de explicar los hechos en una época en la que predomina una actitud displicente hacia la verdad en el debate político y mediático. Para los posmodernos el establecimiento de la verdad sólo depende de perspectivas individuales o de imposiciones sociales. No hay forma de identificar una verdad con algún tipo de realidad objetiva. Ha dejado de ser útil el concepto de 'lo que los hechos son'. Una actitud ésta que, sin embargo, choca con los comportamientos de la vida cotidiana en las más variadas relaciones sociales: no nos fiamos de alguien que actúa simplemente por su percepción individual. Exigimos precisión, procedimientos que han demostrado fiabilidad en la experiencia, técnicas o estilos que garantizan algo bien hecho, formas de abordar los problemas que sabemos que darán mejores resultados. Sabemos que hay formas de hacer las cosas bien y formas de hacerlas mal, por lo tanto diferenciamos diariamente entre lo verdadero de lo falso. En comentarios sociales como los textos periodísticos la carga de subjetividad es mayor que en otros contextos, pero también le ponemos límites a la subjetividad en la interpretación de los hechos. Hay una dimensión de la realidad que ninguna interpretación puede vulnerar.

Una afirmación es verdadera si corresponde a los hechos o está de acuerdo con ellos. Aunque es difícil distinguir la verdad, sí podemos detectar si un enunciado se acerca más a la verdad que otro. La doctrina de la falibilidad

humana sostiene que nadie tiene la verdad absoluta ni el criterio de verdad absoluta. Pero la noción de verdad sí puede ser absoluta, aunque nunca tengamos la seguridad de haberla alcanzado. Funciona como una brújula de la discusión crítica (Popper, 2005).

Popper (1994) establece una clara diferencia entre verdad y certeza. La verdad es objetiva, mientras que la certeza es una cuestión de apreciación subjetiva y de grados, es relativa y depende de lo que esté en juego. Pero como nunca se puede estar seguro de no haber cometido un error, la certeza es inalcanzable. Combatir el error significa buscar la verdad objetiva y descubrir falsedades. Por eso el objetivo de la ciencia es la búsqueda de la verdad objetiva, sin aspirar a la certeza, puesto que el conocimiento humano es falible. La verdad incierta es todo lo que se puede encontrar. Pero los enunciados pueden ser verdaderos o falsos, según sea su correspondencia con la realidad. Al margen de nuestras convicciones subjetivas podemos decir algo que se corresponda con los hechos y entonces será una verdad. Esta idea le permite a Popper afirmar que la confusión entre verdad y certeza tiene como resultado el relativismo, que considera “una traición de la razón y de la humanidad” (Popper, 1994: 20). Todo esto tiene mucho que ver con el periodismo. Es obligación del periodista perseguir la verdad objetiva lo mejor que pueda, y según su conciencia. Pero debe ser consciente de su falibilidad y de su incertidumbre, y dejar bien claras las dudas razonables que encierran sus juicios y decisiones finales. La idea de conocimiento como búsqueda de la verdad y no como certeza lleva a Popper a interpretar la noción socrática de la ignorancia como conciencia de no saber nada y a defender el falibilismo y la modestia intelectual frente al cientificismo y la arrogancia intelectual. Si el conocimiento es una labor de conjetura disciplinada por la crítica racional, la lucha contra el pensamiento dogmático es un deber de todo método de conocimiento. Cada descubrimiento suscita nuevos problemas e incógnitas. Cuanto más se conoce más consciente se vuelve uno de la propia ignorancia.

Frente al relativismo radical que dice que se puede afirmar todo porque la verdad es un concepto sin significado, Popper (1994) apostó por un pluralismo crítico: se debe permitir la competencia de todas las teorías, con discusión racional y examen crítico, en aras de la búsqueda de la verdad. A partir de la tradición del pragmatismo americano, Nubiola (2002) ha desarrollado la idea de pluralismo

cooperativo como requisito indispensable para una organización social realmente democrática. Se trata de una perspectiva que ofrece una oportunidad de renovación filosófica para el periodismo desde su mismo punto de partida: la búsqueda de la verdad no como un problema teórico sino como una cuestión práctica, pragmática y comunicativa. Porque la verdad es algo que se descubre en los procesos comunicativos que los seres humanos despliegan libremente. Esta dimensión pública o comunicativa de la verdad es lo que le proporciona el carácter objetivo. Siguiendo a Wittgenstein, Peirce y Putnam, Nubiola (2002) destaca que la comunicación interpersonal es la que proporciona la pauta de objetividad en el ámbito cognoscitivo. La verdad se encuentra conectada con el carácter público del pensamiento, la dimensión social del lenguaje y el carácter racional de la realidad, tres elementos que construyen sentido en la comunicación humana. La búsqueda de la verdad es una tarea colectiva y cooperativa: se avanza mediante el diálogo con los demás, a cuyo escrutinio sometemos nuestras ideas. La objetividad en el periodismo no dependerá sólo de la calidad de nuestra percepción, sino de la comparación de nuestra perspectiva con otras posibles. El pluralismo como lo entendía Popper, no sólo es aceptar las opiniones contrarias sino admitir que quizá tengan razón: "Lo importante no es que todos los participantes piensen de la misma manera, sino que salgan de la reunión distintos a como ellos eran cuando entraron" (Marquard, 2006: 138).

Para alcanzar esa verdad el periodismo pone en juego tanto saberes técnicos como prácticos (éticos, estéticos, políticos, retóricos). Al tratar sobre acciones personales y libres su actividad se adscribe a la facultad intelectual humana. Su campo de acción (las acciones libres personales y sus implicaciones sociales) convierte a los periodistas en expertos en el comportamiento de los seres humanos. De aquí surgirá su responsabilidad, no sólo de su destreza técnica. Su actuación profesional dependerá en su origen de su visión del ser humano. Por eso para alcanzar la verdad práctica del periodismo es necesario combinar el valor de la objetividad con el valor del respeto por el prójimo. Porque, como dice García-Noblejas (2000), lo preciso no necesariamente es lo verdadero. La verificación no es suficiente porque nunca sabremos cuántas comprobaciones son suficientes para certificar la verdad de una historia. La racionalidad no reside sólo en buscar pruebas, sino en la actitud que supone el uso crítico de argumentos y datos: más que en la búsqueda de certezas, el acercamiento a la verdad se basará

en la crítica de las teorías y en el aprendizaje de los errores para mejorar. “Sólo la idea de la verdad nos permite hablar con sensatez de errores y de crítica racional, y hace posible la discusión racional, vale decir, la discusión crítica a base de errores, con el serio propósito de eliminar la mayor cantidad de éstos que podamos, para acercarnos más a la verdad. Así, la idea misma de error –y de falibilidad- supone la idea de una verdad objetiva como patrón” (Popper, 1972: 280).

Tampoco basta la exigencia de sinceridad porque se puede estar sinceramente en el error. La verdad práctica necesita de una actitud veraz: el coraje de seguir investigando y de rectificar los errores hasta alcanzar una certeza moral y después seguir indagando, atraviéndose a aclarar ante el público cuál es el nivel de nuestras certezas; y de una visión de la información basada en el respeto al otro: la verdad con caridad o veraz comprensión, que tiene presente que el periodismo trata de asuntos humanos, que versa de la vida de personas, y que por lo tanto la verdad debe congujarse con el trato justo, que sólo podrá conseguirse si el periodista es capaz de ponerse en el lugar del otro (García-Noblejas, 2000). En conclusión, el periodismo racional cumple su función social cuando respeta al otro como persona, evita hacer el daño y está enfocado hacia el bien. Porque la verdad es humana y nos hace mejores personas. Además de racional, la búsqueda es afectiva y vital, pues aspira a descubrir un horizonte de sentido para la propia vida y para la comunicación con los demás, señala Nubiola glosando a Juan Pablo II.

#### 6.3.2.2. *La importancia de la verdad en la discusión*

Aunque se suele alegar que los juicios normativos no remiten a hechos que puedan considerarse verdaderos o falsos, también ese tipo de juicios se sustentan en otro tipo de juicios no normativos, en afirmaciones sobre hechos. Si no se acepta que se puede establecer la veracidad de una afirmación sobre hechos no tendremos un criterio sobre la corrección o incorrección de nuestras decisiones. Por eso la indiferencia hacia la verdad es nociva para la convivencia. Por eso es útil el respeto por los hechos, y mucho más importante que la actitud de fidelidad a uno mismo. “Las personas precisan verdades que les permitan gestionar su estar en el mundo (...) nuestro éxito o fracaso en cualquier cosa que emprendamos, y por tanto en la vida en general, depende de si nos guiamos por la verdad o de si

avanzamos en la ignorancia o basándonos en la falsedad” (Frankfurt, 2007: 44). Las personas necesitan la verdad, les es indispensable para comprenderse a sí mismos, les es útil para desarrollar sus relaciones sociales.

Cuanto más relevantes sean las verdades que conocemos más útiles nos resultarán para nuestras vidas. Pero la relevancia no depende de una apreciación individual. Los hechos pueden ser relevantes independientemente de nuestra intervención. Ignorar un hecho no le resta relevancia en el caso de que la tenga. Lo que ocurrirá será que si lo ignoramos nos perdemos la capacidad de utilizarlo para mejorar nuestra actuación individual o social. Si no sabemos algo importante con la necesaria amplitud no tendremos los recursos intelectuales que necesitamos para afrontar las decisiones que tenemos que tomar relacionadas con el asunto en cuestión. Ahí reside la importancia de los hechos en el periodismo de opinión y la clave que explica la frase ‘las opiniones son libres, pero los hechos son sagrados’. “En tanto que aprehendemos las verdades que necesitamos conocer, podemos elaborar los juicios sensatos sobre lo que nos gustaría que ocurriera y sobre los resultados a los que, con toda probabilidad, nos conducirían los diversos cursos de acción posibles” (Frankfurt, 2007: 69).

La frase “las opiniones son libres, pero los hechos son sagrados”<sup>87</sup>, tan vilipendiada en los últimos tiempos, no significa otra cosa que la libertad de expresión tiene límites y que el principal de ellos es la verdad. Es decir, todo puede ser dicho, pero no todo lo que se dice tiene que ser tolerado. No todas las opiniones merecen el mismo respeto. Es una proclamación antirrelativista. Cuando se dice que “los hechos son sagrados” lo que se está estableciendo es que existe diferencia entre el conocimiento y la ignorancia. No significa que se pueda recortar un hecho de la realidad y presentarlo ante el público tal cual, como quien desprende un trozo de mármol de una cantera, para poder decir ésta es la verdad. Lo que esa frase dice es que en el marco de la libertad de expresión y del derecho a una información veraz, uno puede opinar libremente, pero no todas las

---

<sup>87</sup> “Comment is free, but facts are sacred”. Frase atribuida a CP Scott en su ensayo, de 1921, “A hundred years”. <http://www.guardian.co.uk/newsroom/story/0,11718,850815,00.html> [consultado en enero de 2008].

opiniones tienen el mismo valor. Es decir, que el límite de la libertad de expresión está en el respeto por la verdad. Que en el periodismo el debate debe regirse por los mismos criterios que la información.

“Cualquiera debe poder hablar, pero sabiendo que hablar no es gratis – explica Arcadi Espada-. A veces conferenciar pausadamente puede ser lo mismo que vocear la palabra ¡Fuego! en un centro comercial iluminado por las vísperas navideñas. Hay que rendir cuentas de los delitos contra la verdad. Debe rendirlas el hombre y no el texto. Yo imagino, ¡y hasta con ilusión!, a un hombre en la cárcel por negar que centenares de miles de personas murieron en Auschwitz. Pero con la misma ilusión veo sus tesis expuestas en las librerías. Eso sí, con un prólogo que incluya la cuenta y sentencia del Tribunal sobre el hombre que publicó la sarta de innobles mentiras que a continuación pueden leerse”<sup>88</sup>.

Si no procuramos informarnos a fondo y conocer la realidad, nuestras opiniones serán atrevidas o temerarias y tendrán una mayor posibilidad de error, por lo tanto serán menos útiles en el desarrollo de debate que las opiniones informadas. Aunque eso no significa que una opinión no sea verdadera porque proceda de alguien que no se ha informado. “En tanto la opinión es un juicio acerca de hechos o circunstancias comunes a muchas personas, habitualmente es susceptible de un análisis lógico de consistencia y de correspondencia con las condiciones del mundo real” (Mora y Araujo, 2005: 56).

Esa frase, además, lo que está declarando es que la persona que opina en público tiene una mayor responsabilidad y por lo tanto mayor obligación de esforzarse en ser exacto. Todo el mundo puede opinar, y muchas opiniones son meras ocurrencias o apreciaciones espontáneas, pero quien opina en público y aspira a tener cierto peso en el debate público lo hace porque cree que está en disposición de alcanzar un grado de verdad alto porque conoce la realidad sobre la que opina por experiencia o porque la ha examinado a fondo y ha dedicado

---

<sup>88</sup> Espada, A. “¡Fuego!”. El Mundo, miércoles 5 de diciembre de 2007.

<http://e-pesimo.blogspot.com/2007/12/firmas-federico-jimnez-losantos-arcadi.html>

[consultado en febrero de 2008]

tiempo a reflexionar o porque su conocimiento le acerca a esa realidad. El ideal de una comunidad política deliberativa requiere ciudadanos comprometidos con la vida pública, que opinen libremente, pero suficientemente preparados para informarse y participar en el debate racional que se desarrolla en las instituciones democráticas.

Cuanta más información veraz y relevante tenemos de nuestro entorno más seguros nos sentimos y con más libertad podemos actuar. La seguridad no depende de que la realidad que vemos o que se nos ofrece sea acogedora. Puede ser una realidad peligrosa, llena de problemas, como de hecho es en nuestras sociedades, pero si tenemos buena información sabremos manejar mejor nuestros miedos y encontrar las mejores respuestas a los desafíos. En este sentido, el periodismo, como ventana de la realidad, tiene la responsabilidad de hacer visible todo aquello que el ciudadano necesita ver para aumentar su libertad y, a la vez, para hacerle sentir más seguro. Sólo si tenemos una porción suficiente de la verdad sobre nuestros problemas cotidianos podemos opinar sobre cómo son las cosas. “Si carecemos de las verdades necesarias, no tenemos más guía que nuestras propias e irresponsables especulaciones o fantasías y los persistentes y poco fidedignos consejos de los demás (...) Actuamos a ciegas” (Frankfurt, 2007: 74).

El debate sólo podrá considerarse racional cuando disponemos de las verdades suficientes sobre los hechos porque las razones están constituidas por hechos. El conocimiento de hechos veraces es lo que alimenta nuestras razones para creer en algo. Eso es lo que significa ser racional: reconocer que los hechos y las afirmaciones verdaderas sobre ellos son indispensables a la hora de tomar decisiones. En la base de la racionalidad está, por lo tanto, la creencia en la posibilidad de discernir entre lo verdadero y lo falso. Por eso el debate racional tiene entre sus peores enemigos el cinismo y el relativismo posmoderno. En la esfera pública, si a finales del siglo XIX la traición de los intelectuales consistió en el sacrificio de las ideas de justicia y libertad en nombre de intereses políticos o ideológicos (Benda, 2005), en las décadas de la Guerra Fría la sacrificada fue la verdad, tal como lo vio Martin Amis en su apasionado ensayo ‘Koba el Terrible’ sobre “la gran humillación de los intelectuales” (Amis, 2004: 48) ante el totalitarismo soviético: “La verdad podía aplazarse; había cosas más urgentes en aquel momento” (Amis, 2004: 57).

Reconocer la sacralidad de los hechos no implica una postura dogmática. Todo lo contrario, ya que se admite que la verdad tiene diferentes aspectos, es inagotable y existen diversos caminos que llevan a ella. La experiencia humana siempre acontece de un modo concreto y plural. Dar cuenta de ella implica siempre un entrelazamiento de pensamiento, hechos y valores. El acercamiento a la verdad, por lo tanto, no tiene otro camino que el del contraste empírico y la discusión, que pueda corregir y mejorar el conocimiento. Porque no sólo hay diferentes maneras de pensar, sino maneras mejores y peores. Pluralismo no es claudicar ante proposiciones que no queremos aceptar, sino el resultado del respeto a los individuos y la defensa de que todos se expresen en un ejercicio de libertad responsable. Contrariamente a lo que defiende un relativismo que está cada vez más extendido en nuestra cultura, en el desarrollo de la conversación humana (y el periodismo es un nivel más de ella) podemos acercarnos a la verdad objetiva. El contraste con la experiencia y el diálogo racional puede llevar a reconocer errores y aciertos. Es decir, que el diálogo no solo implica respeto por lo que piensan los otros, sino búsqueda de la verdad. “La verdad es lo que los seres humanos nos entregamos unos a otros para forjar relaciones significativas entre nosotros” (Nubiola, 2002).

La verdad es objetiva, pero es difícil de alcanzar. Como funcionamos por conjeturas en nuestro camino hacia la verdad, la libertad de pensamiento y crítica será el fundamento de todo progreso. Sin discusión de todas las certidumbres y sin libertad para someter todas las verdades a examen no puede haber progreso social. El conocimiento pasa necesariamente por el cuestionamiento de la validez de todas las teorías. Popper (1972) justifica la libertad de pensamiento y discusión como valores liberales por el papel que desempeñan en la búsqueda de la verdad. Puesto que la verdad no es manifiesta y no es fácil de hallar, su búsqueda exige imaginación, ensayo y error, y el descubrimiento gradual de nuestros prejuicios a través de la discusión crítica. El objetivo del periodismo de opinión no es tanto buscar certezas como tratar de avanzar a través del error y la crítica. Lo que persigue es respuestas a nuestros problemas difíciles. Y cuanto más complejo es un problema, más improbable es hallar soluciones acertadas. Tanto el anhelo de verdad que anida en el ser humano como la necesidad de mejorar la forma de organizar la convivencia social convierten en una obligación moral la aplicación de la inteligencia a las cuestiones éticas y sociales.

Esta manera de enfocar el problema de la verdad niega el paradigma de la certeza, como ya hemos visto con Popper y Llano, y fundamenta el paradigma de la verdad (MacIntyre), según el cual lo importante es la finalidad que se persigue en una investigación. En el campo académico, dice Nubiola (2002), pero también en el ámbito de la información de actualidad, el objeto de la investigación no es sólo la verdad sino también lo relevante, lo importante o significativo para nosotros. Hay muchas verdades triviales que no tienen interés e importancia. La actividad intelectual deberá aunar tanto el rigor como la relevancia humana. Lo mismo se puede decir del periodismo. El rigor solo no lleva a la verdad, por lo tanto no se considera un criterio de validez formal sino como una virtud epistémica como actitud del investigador por ser justo con aquello que trata. La libertad intelectual completa al rigor dándole al investigador capacidad de ver los problemas y creatividad para plantear argumentos novedosos..

#### *6.3.2.3. Discusión racional o chisme global*

En su último libro, Al Gore (2007) se quejaba de que uno de los males de la reciente política americana era el progresivo arrumbamiento de un auténtico debate racional en la vida pública que pudiera aportar una luz más nítida a las decisiones finales. Aquí hemos tratado de justificar la discusión pública como uno de los pilares del sistema democrático. Pero todavía queda pendiente una pregunta sobre la que es necesario reflexionar: ¿Cómo hay que hacer ese debate? Para que el debate contribuya a que las decisiones políticas sean más justas para la colectividad ¿quién debería participar?: ¿los informados? ¿los poderosos? ¿los entendidos? ¿los elegidos? ¿todos los ciudadanos? ¿también los ignorantes, los desinformados, los desinteresados, los analfabetos? ¿todos los ciudadanos a un mismo nivel? Todos los ciudadanos tienen capacidad para formarse una opinión razonada sobre los asuntos públicos, decía Pericles en la democracia ateniense. ¡Cuánto más sabio es un hombre que una multitud!, objetó Hobbes. Los liberales alertaron del peligro de la opresión de la opinión mayoritaria. Los liberales conservadores desconfiaban de los beneficios de dar la palabra a lo que llamaban el populacho. Lippmann dijo que sólo los que tienen toda la información necesaria están capacitados para tomar decisiones responsables.

Teóricamente sólo con la libre participación de todos en el debate podremos llamar democracia a un sistema político. En la realidad la participación quedó

restringida a las elites, una minoría con formación y poder para pensar y expresarse, lo que tuvo como consecuencia un alejamiento de la ciudadanía de la vida política y el deterioro de la democracia. Con internet se pronosticó una nueva era de democratización del debate gracias al aumento de la capacidad de los individuos para expresarse en público en redes de conversación horizontal que van ganando en influencia. Sin embargo, también esta amplificación de la conversación ciudadana tiene aspectos distorsionadores del debate que se están poniendo en evidencia con cada caso de interés público. Así, el debate suscitado por el caso de la desaparición de la niña Madelaine ha llevado a observadores como India Knight (2007) a denunciar cómo internet, lejos de clarificar y racionalizar el debate, ha convertido la conversación mediática en un ensayo del “chisme global” al borrar las fronteras entre las noticias y los rumores. Ahora que todos los ciudadanos tienen una opinión y un canal para expresarla, con la posibilidad añadida de hacerlo bajo el anonimato, la conversación pública se acelera en un torrente imparable de verdades, ficción, teorías y chismes. Se nivelan las opiniones y la cantidad se impone sobre la calidad. Todo puede ser dicho y escuchado, no importa que degrade o intoxique. El público, cuando tiene poder, se presenta como un enemigo del debate racional.

Aunque lo que deberíamos decir es que el enemigo de la razón es la opinión masificada. Popper (1972), como antes Mill, ya nos enseñó a desconfiar del mito de la opinión pública que atribuye al pueblo una sabiduría ilimitada y de la idea de que la voz unánime del pueblo debe ser nuestra autoridad final. Señalaba que el poder de la opinión pública debía ser puesto bajo sospecha como una forma irresponsable de poder debido, entre otras cosas, a su anonimato. Aunque la opinión pública, añadía, a menudo muestra una sensibilidad moral superior a la de la élite en el poder, es peligrosa como árbitro de la verdad o del gusto. No es cierto que ‘el pueblo siempre tiene razón’. Entonces ¿estaba Popper propugnando la restricción del debate a la élite como defendía Lippmann? No. Lo que el autor austriaco defendía era una moderación de la opinión pública por el hábito de la discusión liberal. Esa sería la forma de contrarrestar los peligros del chisme global. Todo el mundo tiene derecho a expresarse en público y a ser escuchado. Pero eso no significa que todas las opiniones valgan lo mismo, tengan el mismo peso, influencia y responsabilidad. Popper concebía la opinión pública más bien como una respuesta pública a los pensamientos de los “aristócratas del

pensamiento". Esta expresión suena elitista, sin duda, pero no es ni mucho menos incompatible con la democracia. Es, por el contrario, coherente con su planteamiento de la democracia como un sistema cuya supervivencia depende de que existan instituciones que acojan y desarrollen el pensamiento crítico. En estas instituciones o escenarios la discusión tiene una serie de requisitos, el primero de los cuales es el contraste de teorías. Al frente de ellas hay líderes de opinión cuyas intervenciones, a menudo minoritarias o incomprendidas, van empujando la opinión pública hacia el debate. Sus discusiones sirven como modelo y acicate para la conversación ciudadana.

Desde esta óptica la pregunta sobre quién debe participar en el debate se reformularía de la siguiente manera: ¿cómo podemos organizar el debate de forma que los que intervienen (que pueden ser difusores de chismes) causen el menor daño posible? Esta es una forma de plantear la cuestión realista y adecuada para la situación actual. Cómo organizar el debate mediático para contrarrestar al alud de observaciones sin fundamento, irrespetuosas, ofensivas, triviales o enmarcadas en criterios puramente emocionales que se ha desencadenado en casos como el de Kate McCann, que, según denunciaba Knight (2007), ha sido tratado con el mismo tono con el que se aborda la carrera de una estrella de pop.

Este planteamiento, que es similar al formulado por Popper sobre el control de los gobernantes, puede llevar a una teoría modesta y razonable. Más que preguntarnos quién interviene en el debate hay que preocuparse de que el debate sea lo menos nocivo para la ciudadanía. Es ya un hecho que la blogosfera está cambiando la conversación mediática, pero ¿lo está haciendo para bien? ¿está profundizando en nuestra comprensión de la realidad? ¿está ensanchando nuestras perspectivas? ¿O por el contrario está elevando el nivel de ruido en el debate? (Skube, 2007). ¿Existe alguna forma de detectar los errores, los abusos, las malas interpretaciones, los argumentos interesados o torticeros que abundan en cualquier debate político? No hay fuentes fiables que garanticen la certeza, diría Popper. La validez de un argumento no puede proceder entonces de una autoridad indiscutible o infalible. El único método fiable es el sometimiento de los argumentos a la crítica. El racionalismo crítico manifiesta la convicción de que nunca debemos aceptar el imperativo de una autoridad como base ética, la verdad está por encima de toda autoridad humana. Si aceptamos la

responsabilidad de nuestros actos últimos debemos someter a crítica todos los argumentos del debate. Por lo tanto, más que la calidad de quienes intervienen en el debate, lo decisivo es que el método del debate sea una auténtica crítica objetiva. Cualquier fuente es válida si está sometida a la crítica. El examen crítico de los argumentos es el método de búsqueda de la verdad. Un debate será objetivo si ha sido sometido a crítica, discusión libre, competencia plural.

En esta línea se sitúa el pensamiento de Mill y su defensa de la discusión, como ya hemos analizado en el capítulo 1. Sólo la libertad total de opinión y de discusión puede establecer algo racionalmente en los asuntos humanos sin certeza científica. La discusión es una condición necesaria para el descubrimiento de la verdad, aunque no suficiente, dirá Berlin (1998): hay que permitir la libre expresión de todas las ideas, incluso aquellas que atentan contra la humanidad, porque se supone que en la discusión se percibirá la verdad y la falsedad y prevalecerá la primera. ¿Qué ocurre cuando ganan los manipuladores, los mentirosos, los fanáticos, los demagogos? ¿Qué precio es justo pagar –se pregunta Berlin (1998)- por el gran bien de la libertad de expresión? Sin la libre discusión, la verdad degenera en dogma y muere. Sólo con la oposición puede mantenerse viva.

Se alegrará que proponer este método de debate, objetivo y racional, no evitará que el debate que se desarrolla entre la multitud sea trivial o irracional. Pero la clave del planteamiento de Popper es el control del poder, los contrapesos, los límites a los abusos. Por eso hace hincapié en el fortalecimiento de los escenarios del pensamiento crítico. El periodismo es uno de esos escenarios que, por su peso en la sociedad, su visibilidad e influencia entre la ciudadanía y su poder de control de la política, tiene una misión clave para el sostenimiento de los debates democráticos: la crítica racional de los asuntos que interesan a la convivencia. La disyuntiva entre el gobierno del público o de la élite, dice Popper (1994), deriva de ideologías como el platonismo o el marxismo que aspiran a una sociedad perfecta. Desde la perspectiva de la falibilidad de toda acción humana, la pregunta fundamental es cómo deben ser las instituciones para que se favorezca el contrapeso del poder (sea éste de las élites o de las multitudes). El periodismo aparece entonces como el lugar privilegiado que de hecho es, pero cuyo poder va acompañado de una enorme responsabilidad: la de constituir órganos de crítica.

Este planteamiento no anula la idea de la libre participación de todos en el debate público como aspiración para revitalizar la democracia. Sin caer en el elitismo de Lippmann, sí defiende un desigual reparto de papeles y responsabilidades entre los participantes en los debates. Porque la masa no existe. Creer en la libertad implica, irremediablemente, creer en la libertad de cada individuo y su valor como ciudadano. Aunque cada voto vale lo mismo y aunque todos tienen la posibilidad de opinar, de hecho las personas mejor preparadas, con más interés o más informadas tendrán más influencia. Los intelectuales y los periodistas se situarán entre los individuos con mayor responsabilidad en su actuación pública. “Todo intelectual tiene una responsabilidad muy especial. Tiene el privilegio y la oportunidad de estudiar. A cambio debe presentar a sus congéneres (o a la sociedad) los resultados de su estudio lo más simple, clara y modestamente que puedan. Lo peor que pueden hacer los intelectuales –el pecado cardinal– es intentar establecerse como grandes profetas con respecto a sus congéneres e impresionarles con filosofías desconcertantes. Cualquiera que no sepa hablar de forma sencilla y con claridad no debería decir nada y seguir trabajando hasta que pueda hacerlo” (Popper, 1994: 114).

Como modelos de debate, como incitadores de la discusión racional e impulsores de hábitos razonables de discusión ¿están los medios de comunicación a la altura de sus responsabilidades? Encontramos diariamente buenos ejemplos de debate, pero es innegable que esas iniciativas basadas en la reflexión quedan a menudo ocultas por otras formas que, en sintonía con una concepción del periodismo como entretenimiento o puro espectáculo, o arrastradas por la vertiginosa corriente de una información que renuncia a profundizar en los temas, convierten la conversación social en ruido. Estos modelos de debate son nocivos para la vida pública cuando su propósito es diferente a la búsqueda de la verdad o la ayuda al ciudadano a comprender. No se trata de que haya formatos buenos o malos: una tertulia, un chat, un blog con comentarios o una página editorial de un periódico son plataformas para el debate, pueden darle forma, condicionan pero no determinan su calidad. Lo determinante para un debate es la expectativa: qué esperamos de él, qué queremos conseguir. En esta tesis sostengo que el debate periodístico será liberal y democrático cuando entre sus expectativas destaca el discernimiento entre lo verdadero y lo falso. Pues es precisamente la indiferencia hacia la verdad, lo que Amis (2004: 48) llama

“epidemia de desinterés selectivo”, más que la manipulación, la propaganda o la mentira, lo que actualmente distorsiona el debate mediático.

#### 6.3.2.4. *Charlatanería o discernimiento*

Si el chisme es nocivo sobre todo para la dignidad de las personas afectadas porque se vulnera su derecho a la imagen, a su honor y a la protección de su intimidad; hay algo más nocivo todavía que las habladurías para el debate público: la charlatanería. Lo más característico de la charlatanería es el desinterés por la verdad, la despreocupación por ver las cosas como son. El charlatán no pretende describir la realidad, no se molesta en ver si sus afirmaciones son correctas, no presta atención a los hechos, le da igual la exactitud. Actúa de forma irreflexiva. “Su falta no estriba en que no logre presentar las cosas correctamente, sino en que ni siquiera lo intenta” (Frankfurt, 2006: 42). Si el periodismo es una actividad en la que es crucial la distinción entre lo verdadero de lo falso, el desinterés por la veracidad de lo que se dice puede ser peor que la simple mentira o la calumnia. El charlatán no miente porque no sabe si lo que dice es verdadero o falso, no se ha parado a pensarlo, no le interesa porque sus prioridades son otras. Este desinterés por lo real es una característica, dice Frankfurt (2006), de discusiones informales como las tertulias que, en el caso de las que tanta preponderancia han adquirido en los medios de comunicación audiovisuales, tienen una importante influencia en el debate político. También se puede considerar un tipo de tertulia las discusiones desencadenadas en los foros y chats digitales a propósito de los temas de actualidad. Todas estas formas de discusión forman parte del debate mediático en sus formas más innovadoras. El auge que están adquiriendo influye en el tipo de debate que cada sociedad genera. Prestar atención a sus características será importante, por lo tanto, para evaluar la calidad del debate público. Y una de ellas, quizá la esencial, es precisamente su informalidad: se habla en ellas con la conciencia de su liviandad. Los participantes intervienen sin dar por supuesto que estén comprometidos con lo que dicen, más bien se habla con provisionalidad, “lo esencial es posibilitar un alto nivel de desenvoltura y un enfoque experimental o exploratorio de los temas discutidos. De ahí que se procure gozar de un cierto margen de irresponsabilidad, de manera que los tertulianos se sientan animados a transmitir lo que piensan sin demasiado temor a que se les tome la palabra” (Frankfurt, 2006: 47). En las

tertulias informales que tienen lugar entre las personas en su vida cotidiana es válida esta ligereza. Se habla a la ligera y eso es lo que se espera de este tipo de encuentros. Se puede decir que lo propio de estas tertulias informales es la trivialidad. Por eso uno se siente algo incómodo cuando en uno de esos encuentros fugaces alguien interviene con excesiva seriedad o que pretende hablar de temas considerados serios, que parecen necesitar otro tipo de ámbitos. En realidad, en esas tertulias lo que se dice se hace con la misma rapidez con que se olvida. Y nadie nos echará en cara al día siguiente algo que dijimos con excesiva vehemencia porque se acepta que también se dijo sin sustancia. El problema surge cuando estos hábitos de discusión se trasladan al debate político y éste se 'tertulianiza'. Cuando esta manera de discutir se convierte en la forma habitual del debate mediático anulando otras formas posibles.

Lo que molesta de las tertulias mediáticas no es que se digan mentiras, sino la irresponsabilidad de hablar sin sentido, sin saber, sin la previa observación de hechos. Ocurre algo y se opina inmediatamente: los hechos vendrán luego y ya veremos si se ajustan a nuestro discurso. La ideología y los prejuicios no se someten a la prueba de los hechos, lo que se pretende es que nuestra ideología pueda explicar cualquier hecho. Tenemos que opinar con urgencia, la descripción de los hechos puede esperar. ¿Hay acaso alternativa? El interés por conocer la verdad nos debería llevar en la dirección inversa: la opinión puede esperar, conozcamos primero los hechos. Frankfurt (2006) señala que toda charlatanería entraña algún tipo de faroleo. Es cierto, no conocemos las cartas a las que nos enfrentamos, pero tenemos que arriesgar desde la intuición o desde el vacío. Tanto si mentimos como si faroleamos (opinamos sin conocer mínimamente los hechos) estamos transmitiendo algo falso, pero mientras la mentira enuncia una falsedad, el farol lo que hace es una falsificación. Los discursos de este tipo más que falsos son fraudulentos. Un debate de este tipo, enfocado en el poder propio o ajeno, en la vanidad o en la ambición, sin reflexión y sin interés por la verdad, será un fraude. No se trata de que las tertulias mediáticas estén mal hechas. Todo lo contrario, tienen éxito, consiguen buenos niveles de audiencia, movilizan al público, crean opinión e influyen en los políticos. La clave es que pueden falsificar el debate. Y esta falsificación es más peligrosa que la manipulación directa, la propaganda o la difusión de mentiras, porque éstas pueden ser desenmascaradas y desactivadas. Y el mentiroso descubierto sufrirá el descrédito social. Sin

embargo, el charlatán no contrae responsabilidad ninguna. Es esta falta de responsabilidad lo que debería activar las alarmas en el periodismo. Y es esta irresponsabilidad lo que deja al público indefenso ante este tipo de debates, porque no tiene forma de defenderse del engaño. Ante la mentira se puede oponer la verdad, podemos desactivarla aportando datos, pruebas, etc, pero el humo, las palabras ligeras sin sentido, dichas a bote pronto no encuentran límites en los hechos ni en los argumentos, precisamente porque entre sus características está la improvisación y la escasa reflexión. No se puede premiar el colorido, el ingenio, la imaginación, la provocación y después pretender poner las barreras del análisis y la deliberación. El charlatán no intenta engañarnos acerca de los hechos sino sobre su intención: da una falsa representación de sí mismo como empeñado en buscar la verdad, pero a diferencia del mentiroso, que en realidad quiere alejarnos de la verdad, él lo que oculta es que en realidad la verdad no le interesa. Su único objetivo es hacer pasar lo que dice, conseguir sus fines, y a ellos sacrificará los hechos si es necesario. El fin no es el engaño en sí mismo, sino algo ajeno a la verdad y a los intereses del público. Eso también debería despertar la desconfianza del periodismo. Finalmente, el resultado más grave de esta forma de falsificación es que el hábito de la charlatanería termina incapacitando para decir la verdad. El resultado para el periodismo, de confirmarse la hegemonía de este tipo de debates, será un alejamiento de la verdad. Ese será el precio del desinterés por discernir lo verdadero de lo falso y de sacrificar la búsqueda de la verdad a otro tipo de fines.

Frankfurt (2006) apunta tres causas que extienden la charlatanería: las circunstancias de la sociedad mediática y los ritmos acelerados de comunicación que hacen que constantemente se exija de alguien que hable sin saber y se alimente la vida pública con discursos apresurados; en segundo lugar, la convicción arraigada en nuestra cultura y reforzada con la democratización de la tecnología de que todo ciudadano tiene el derecho a opinar sobre cualquier tema y de que todas las opiniones deben ser toleradas y tenidas en cuenta; y por último, la consolidación de una mentalidad escéptica que niega que podamos tener acceso seguro a alguna realidad objetiva, el éxito de las doctrinas antirrealistas que socavan la confianza en el valor del esfuerzo intelectual por discernir entre lo verdadero y lo falso, renunciando así al ideal de exactitud y objetividad para dar prioridad al ideal de sinceridad.

La argumentación de esta tesis tenía el propósito de construir una alternativa que preserve la posibilidad de un debate que siga siendo racional. Sin embargo, hemos visto cómo los medios de comunicación son a menudo causantes más que víctimas de la distorsión de la realidad. Ellos también contribuyen a obstaculizar nuestra percepción del verdadero estado de las cosas; haciéndolo, más que con mentiras, con su defectuosa forma de enfocar el mundo, de modo que lo trivial oculta lo relevante. Cuando se nos hurta el mundo real en el que se desarrollan las experiencias comunes y se lo sustituye por una visión edulcorada o exageradamente sórdida del mundo, se dificulta el encuentro entre las personas alrededor de sus problemas reales. Si el ciudadano percibe que instituciones sociales como los medios han traicionado el pacto de fiabilidad se siente aislado y se aleja de esos escenarios que les prometían un acceso veraz a la realidad. Pero sean o no los medios culpables, el pacto sigue vigente. Si los obstáculos son ahora quizá más altos que nunca, el refuerzo del compromiso del periodista con la verdad es ineludible.

En conclusión, ¿cómo actuar entonces? Si el objetivo es evitar los chismes y la trivialidad (la irracionalidad de la multitud) y el triunfo de la mentira o la charlatanería (el abuso del poder, la extensión del caos) ¿cómo debe ser el debate en las sedes del pensamiento crítico como el periodismo?

En primer lugar, la discusión no necesita un lenguaje común ni unas bases comunes. En segundo, su valor no reside en la capacidad de alcanzar consensos sino en la apertura al otro para comprenderle y mejorar el conocimiento de los participantes. Es decir, pluralidad y crítica para avanzar hacia la verdad. La defensa que hace Popper de la mayor responsabilidad de la élite intelectual junto a la apertura máxima del debate de modo que es más enriquecedora la confrontación que el consenso le lleva a decir que “si no hubiera ninguna torre de Babel, deberíamos inventarla” (Popper, 1972: 422). Considero esta perspectiva novedosa para una época de auge de lo políticamente correcto en la que, como he analizado en el capítulo 3, se confunde discusión con polémica y se coloca el consenso como una aspiración deseable pero a la que hay que sacrificar las intervenciones que se salen de los cauces establecidos. En este sentido, Marquard explica el pluralismo como un método de defensa de la verdad a través de la división de poderes, “incluidos los poderes que son las convicciones” (Marquard, 2006: 136). Afirmar la contingencia de las posiciones plurales, aclara Marquard,

no significa caer en la arbitrariedad, pero sí exige la comunicación con los otros, que es lo que nos permitirá enriquecer nuestro conocimiento de la realidad. Por eso es más importante la pluralidad que el consenso.

Se suele discutir la importancia del debate con el argumento de que cuando las posiciones están alejadas, como suele ocurrir en la arena política, se eterniza y resulta paralizadora en un mundo que reclama decisiones rápidas y contundentes. ¿Es entonces la discusión estéril cuando la discrepancia entre los participantes afecta a los principios más elementales y cuando no se comparte una base común? Lo que nos enseñó Popper (2005) es que lo que esteriliza una discusión es la impaciencia por alcanzar acuerdos definitivos sobre el asunto discutido. Además, ni siquiera es siempre deseable el acuerdo. Incluso llegó más lejos Popper al argumentar que es precisamente la confrontación entre concepciones antagónicas, incluido el choque de culturas, lo que lleva al hombre al pensamiento crítico. Al enfrentarnos con las ideas del otro comprendemos que todo conocimiento humano es falible. El hecho de que siempre haya muchas opiniones sobre cualquier problema muestra que no todas son verdaderas. Cada una de ellas debe verse sólo como un punto de partida que funcione como un desafío a su refutación. Por eso no se debe esperar que de la confrontación surjan acuerdos inmediatos y definitivos. Más importante que el consenso o la imposición de nuestras opiniones es la clarificación de nuestras propias posturas y las del otro. La discusión racional es un ideal que “no apunta a la conversión y es modesto en sus expectativas: eso basta y sobra –si tenemos la convicción de poder ver las cosas bajo una nueva luz o de habernos acercado más a la verdad” (Popper, 2005: 68).

Para que sea posible el aprendizaje a través de la apertura a la crítica del otro es necesario que quienes discuten se fien unos de otros. Tan unidos como los conceptos de verdad y facticidad van los de verdad y confianza. También la vida cotidiana está plagada de vínculos de confianza con los que las personas se relacionan bajo la promesa de ser veraces y fiables unas con otras. Traicionar esa confianza con mentiras erosiona la relación, rompe los vínculos. Las mentiras debilitan la cohesión social, llevan a los individuos a encerrarse más en sí mismos y se pierden los beneficios de la ayuda mutua. ¿Cómo podremos atravesar el mar de mentiras o de imposturas en el que a veces se convierte el debate? Podremos hacerlo razonablemente bien, dice Frankfurt (2006), si tenemos recursos que nos

den capacidad de discernimiento que nos permita identificar lugares fiables y personas merecedoras de crédito. Sólo nuestra capacidad de discernimiento neutralizará las mentiras, vengan de donde vengan. Una discusión racional crea hábito de discutir, de escuchar al otro, el sentido de la justicia y la predisposición al compromiso. Estos hábitos ayudan al ciudadano a debatir. En este sentido, construir órganos de debate será la función más importante del periodismo. En conclusión, los principios de la discusión racional aquí expuestos (falibilidad, sometimiento a la crítica, confianza y la idea de verdad objetiva como principio regulador de la discusión) reclaman una ética profesional que Popper (1994: 257-258) resume en los siguientes puntos: conocimiento objetivo por conjeturas, reconocimiento de los errores, autocrítica, cooperación con otros que piensan diferente y sometimiento a la crítica de los demás.

Este programa puede ser una guía útil para la evaluación de la actividad periodística y su organización en las páginas de opinión. Nos servirá para apuntar algunas propuestas de fortalecimiento del espacio público desde las páginas de los periódicos o las webs de Internet entendidas como escenarios desde los que se impulsa el pensamiento crítico necesario para ayudar al ciudadano a comprender la actualidad del mundo.

#### 6.4. EL PERIÓDICO LEJOS DE LAS NOTICIAS. INNOVACIONES EN EL DEBATE

El periodista danés Ernst Poulsen destacaba en un artículo publicado en 2005 en Poynter Online que una de las vías de supervivencia de la prensa impresa puede estar en los periódicos sin noticias. Y recordaba que en los últimos veinte años la tendencia en los diarios ha sido la introducción de más análisis o más información sobre modos de vida y menos noticia pura y dura.<sup>89</sup> En apoyo de su tesis, Poulsen describía los cambios introducidos por *Morgenavisen Jyllands-Posten*, uno de los periódicos que más ha innovado para intentar adaptarse a los nuevos hábitos de consumo de información.

---

<sup>89</sup> Poulsen, E. (2005). "Is the News in Newspapers dying?". En *Poynteronline*, el 12 de septiembre de 2005. <http://www.poynter.org/column.asp?id=31&aid=88724> [consultado en septiembre de 2007]

Asimismo, después de analizar las tendencias de periódicos de todo el mundo y de consultar con profesionales y expertos en comunicación, con vistas a desarrollar un prototipo de redacción para el siglo XXI, Carla Savalli (2006), periodista del *The Spokesman Review*, llegó a la conclusión de que los periódicos centrarán su actividad en los análisis y dejarán las noticias duras para internet. Incluso recoge la idea de Meyer (2004) sobre la posibilidad de que los diarios se convirtieran en suplementos especializados de la web o productos de fin de semana. En un documento titulado 'The future of the newsroom', Savalli (2006) destaca que ya que los periódicos no pueden impedir tener que utilizar la palabra 'ayer' en sus portadas, si quieren seguir haciendo periodismo es inevitable hacer un esfuerzo por ofrecer aspectos de la actualidad que todavía no conozcan los lectores: los cómo y los porqués, con un tratamiento informativo de calidad: objetividad, exactitud, corroboración, distanciamiento de las fuentes, transparencia, cuidado editorial y capacidad de dar respuestas a los lectores y trabajar con ellos. Y sobre todo en colaboración con los lectores: "Las redacciones del futuro deberán ser interactivas. Los periódicos deben ver a sus lectores como compañeros de la información que comparten ideas y datos sobre las historias. La popularidad de los contenidos generados por los ciudadanos - y su facilidad de producción - ofrece a los periódicos una oportunidad para implicarse más en sus comunidades y trabajar desde dentro de ellas. Los periódicos que cedan espacios a los lectores serán recompensados con vías más ricas de información que pueden luego ser utilizadas para mejorar su periodismo. Las redacciones del futuro deben esforzarse tanto en ser un portal como en su vocación de denuncia social" (Savalli, 2006). En esa dirección van algunas de las innovaciones de los periódicos.

#### **6.4.1. Más opiniones y nuevas opiniones**

El enriquecimiento del debate pasa por mejorar su calidad, pero también por aumentar el número de opinones. Así lo han visto algunos de los periódicos de referencia que han iniciado recientemente procesos de renovación para hacer frente a los nuevos desafíos tanto tecnológicos como de hábitos de consumo de medios. Así, *El País* planteaba, entre sus iniciativas para seguir siendo relevantes en la sociedad actual, la necesidad de ampliar el espectro de opiniones en sus páginas invitando a la conversación "a otras voces de dentro y fuera de España" y recogiendo "la diversidad de una sociedad plural con la mejor selección de

firmas”, además de mantener la voz autorizada de los editoriales y el diálogo con los lectores a través de la clásica sección de cartas al director. Porque, entendía el director de este diario, Javier Moreno, que entre las razones que todavía hoy hacen a un periódico relevante está la de provomer “las reflexiones, los debates y el juego de las ideas” como un distintivo del periodismo de calidad con respecto a otros medios<sup>90</sup>.

Entre las propuestas que Gans (2003) plantea para que el periodismo contribuya a mejorar la vida democrática destacaba el esfuerzo por el análisis y la explicación de las noticias, el aumento de la participación y la inclusión de más opiniones y de nuevas opiniones, ensanchando la pluralidad e incrementando la transparencia. Este autor aportaba algunas razones para incluir más opiniones: pluralismo, transparencia y representatividad. Aunque tradicionalmente se ha establecido como norma una nítida separación entre noticias y opiniones, es una evidencia que en las páginas informativas se introduce la opinión de muchas maneras: a través de la selección de noticias, con los enfoques, con interpretaciones poco objetivas y basadas en prejuicios, etc. Entonces, dice Gans (2003), se ganaría en transparencia si junto al trabajo investigativo del propio autor de las informaciones se creara un espacio para la opinión. El lector dispondría de una opinión proveniente de alguien informado y no sólo de un opinador generalista que opina de una cosa y de otra desde la distancia de una tribuna o una tertulia. Esto ya se hace en muchos periódicos, que ganan así en opinión informada y por lo tanto en fiabilidad. La clásica opinión generalista de las tribunas abiertas, aportada por expertos e intelectuales ajenos a la producción de la información se completa con nuevas opiniones, con lo que se abre el abanico de perspectivas y se acerca al lector a los productores de noticias, estrechando así el vínculo entre periodista y audiencia. Se abre así además un canal de comunicación a través del cual el lector puede interpelar al autor de la opinión/información para que tenga en cuenta aspectos no previstos y nuevas formas de encarar los asuntos. En cuanto a la transparencia, se gana en diversidad si con estas iniciativas el lector puede participar en debates sobre la forma en la

---

<sup>90</sup> “El País cambia con sus lectores”. *El País*, suplemento Domingo, pp.2-3, 14 de octubre de 2007.

que los periodistas han cubierto una información, cómo la han enfocado y cuáles son las razones de su interpretación (Gans, 2003: 101). Este procedimiento ayudará también al periodista a reflexionar sobre las decisiones que toma, a ser más consciente de las responsabilidades de su trabajo y de sus limitaciones. Aunque permitir la opinión explícita puede parecer que es dar un poder añadido al periodista e incrementar su influencia, en realidad lo que se hace es empujarlo hacia la humildad a través de una mayor cuota de responsabilidad y de exposición ante el lector.

También se puede enriquecer las páginas editoriales no sólo con nuevas opiniones sino con más opiniones de personas que tradicionalmente han quedado excluidas del debate público, gente de la calle, voces procedentes de los márgenes de la sociedad. Se obtiene un incremento de representatividad al dar voz a quienes normalmente no han tenido ocasiones de ser escuchados. “Las buenas ideas, a menudo provienen de los márgenes”, dice Gans (2003: 102). Se amplía el espectro ideológico de un periódico, olvidando el tópico de que cada historia tiene dos lados, dos versiones, y se asume que puede tener muchos aspectos, más cuanto más relevante es. Aunque tampoco se puede perder de vista la idea de que demasiadas opiniones pueden devaluar las buenas opiniones, con el peligro de convertir el debate en un ruido que dificulta la comprensión en lugar de clarificar los temas. Se trata de buscar un equilibrio entre la diversidad y la excelencia, entre la apertura del debate y la prevalencia de lo mejor. Por lo tanto, a pesar del peligro cierto de que la democratización del debate rebaje el nivel de las aportaciones o tienda a nivelar lo bueno y lo malo, comparto la insistencia de Gans en que son mayores las ventajas de ampliar las opiniones cuando se concibe el periodismo como un intento de comprender la realidad a partir de una observación cuidadosa y desde múltiples perspectivas.

En esta línea va el lema promocional del periódico *The New York Times*: ‘Perspectivas frescas entregadas diariamente’ (‘Fresh perspectives delivered daily’), que vendría a renovar el viejo eslogan ‘Todas las noticias dignas de ser

impresas' ('All The News That's Fit to Print'). Un periódico de perspectivas más que de noticias<sup>91</sup>.

#### **6.4.2. Una sección más abierta**

Las páginas de opinión de los periódicos se han presentado a menudo como un coto cerrado. Su escasa apertura a la participación del público, más allá de la publicación de cartas al director, generalmente arrinconadas en páginas pares, resulta paradójica si tenemos en cuenta que es una sección que, junto a los editoriales, incluye un espacio abierto a la participación (op-ed, 'Opposite the Editorial Page'), que sirve de plataforma a las distintas posiciones ideológicas existentes en la sociedad y con la que cada medio se presenta como garante de la libertad de expresión y de la pluralidad de opiniones.

Además, es una de las secciones que menos ha evolucionado desde que se conocen los periódicos modernos, entre cuyas señas de identidad está la separación entre noticias y opiniones. Así explicaba acertadamente Julio Alonso en su blog el inmovilismo de las páginas de opinión: "Un diseño aquilatado a la línea, aburridamente idéntico, de piñón fijo en cuanto a la plantilla de colaboradores, la rotación de éstos a lo largo de la semana y el mismo poco espacio para los lectores, en verano como en invierno, lo mismo ante un desastre local que en un tedioso fin de semana".<sup>92</sup> Un juego para iniciados, lo llama Jennifer Dorroh (2005), en el que un pequeño grupo de elegidos expone sus opiniones, saca sus conclusiones y las publica.

Durante los últimos años, con el objetivo de estrechar el vínculo entre el periodista y el público los medios están buscando nuevas maneras de implicar a

---

<sup>91</sup> Giner, J. A. "The New York Times: a perspective newspaper". En *What's Next: innovations in newspapers*, el 23 de mayo de 2007. <http://www.innovationsinnewspapers.com/index.php/2007/05/23/the-new-york-times-a-perspectives-newspaper/> [consultado en mayo de 2007].

<sup>92</sup> Alonso, J. (2005). "Las páginas de opinión necesitan más vida". *Visión. Un blog del grupo Joly*, el 1 de septiembre de 2005 [consultado en septiembre de 2007]. [http://mica8.typepad.com/vision/2005/09/las\\_pginas\\_de\\_o.html](http://mica8.typepad.com/vision/2005/09/las_pginas_de_o.html)

los lectores en el proceso informativo y nuevas fórmulas para integrar las aportaciones del público en las rutinas informativas del medio. No en vano, entre las fórmulas que proponen los teóricos del periodismo participativo, que hemos estudiado en esta tesis, está olvidar el sentimiento de propiedad sobre una historia, porque la clave del éxito será que la audiencia haga suyas las noticias. Algunos pasos que han dado los periódicos en esa dirección son los siguientes: permitir a los reporteros hacer blogs para promover un verdadero diálogo con los lectores, alentar una cultura de la transparencia, permitir a los lectores participar en las noticias incluso después de que una noticia está completa, pidiéndoles a las fuentes conversar con los lectores, hacer enlaces a blogs y buscar proyectos de periodismo público que traigan a los lectores a las redacciones.

Las fórmulas innovadoras más habituales para el enriquecimiento del debate en los periódicos son la inclusión de comentarios de los lectores, la ampliación de las firmas en la edición web, la publicación de blogs y columnas de opinión abiertas a los comentarios del público y los enlaces con los blogs que hablan de las columnas del diario o que pueden enriquecer el debate de algún tema de actualidad. Si queremos evitar que el periodismo sea un monólogo y apostamos por el diálogo, un editor deberá hacerse las siguientes preguntas: ¿Pueden los lectores publicar comentarios de las noticias? ¿Tienen facilidad para contactar con los reporteros y editores a partir de cada historia? ¿Publica un diario en su web blogs producidos por el público? (Curley, 2007<sup>93</sup>).

*The Wall Street Journal* inició en 2006 un radical proceso de renovación para adaptarse a las nuevas realidades tecnológicas y los nuevos hábitos de consumo de medios. La renovación tiene dos directrices: dar más valor a los lectores (intervendrán más y sus intereses serán el motor de las decisiones editoriales por encima de los intereses de mercado) y dar prioridad al debate de ideas sobre las noticias. “Nos distanciamos de las noticias”, explicaba su director al presentar un proyecto que tiene el objetivo de dar al periódico un enfoque más de faro que de

---

<sup>93</sup> Entrevista en el *Corriere della Sera*, publicada y traducida al inglés en el blog *Robcurley*, el 18 de enero de 2007 [consultado en septiembre de 2007].

<http://robcurley.com/2007/01/18/interview-with-italian-newspaper/>

farola: "Como 'faro' el diario impreso se enfocará en lo que siempre ha hecho mejor: exclusivas, ideas, tendencias, interpretación y análisis. Como 'farola' cubrirá también las noticias que una buena parte de los lectores ya conoce previamente, pero, para ayudarles a superar la sobrecarga informativa, lo hará optimizando las ediciones impresa y *online*, a las que especializará en lo que cada una de ellas hace mejor para los lectores".<sup>94</sup>

El diario norteamericano *The Washington Post* también fue de los más activos en abrir las páginas de opinión a los lectores aprovechando los blogs para construir una sección más participativa. La sección, que pasó a llamarse 'opiniones', en plural<sup>95</sup>, incluye columnas tradicionales y blogs de periodistas y colaboradores del diario, humor gráfico y vídeos editoriales, editoriales y un blog que selecciona los mejores comentarios de los lectores.

En esta línea de abrir los periódicos a la sociedad, en 2005 el *The New York Times* creó un comité interno encargado de elaborar directrices<sup>96</sup> encaminadas a restablecer su dañada credibilidad tras el descubrimiento de los plagios de su redactor Jayson Blair, escándalo que provocó la dimisión del director y del director adjunto del rotativo. El comité, formado por una veintena de

---

<sup>94</sup> Romenesko, J. (2006). "Crovitz's memo to Dow Jones employees". En Poynteronline, el 22 de febrero de 2006 [consultado en diciembre de 2007]. [http://poynter.org/forum/view\\_post.asp?id=11122](http://poynter.org/forum/view_post.asp?id=11122)

<sup>95</sup> Varela, J. (2006). "El WashingtonPost.com se abre a los lectores". En *Periodistas21*, el 2 de septiembre de 2005. [páginas consultadas en enero de 2007]. <http://periodistas21.blogspot.com/2005/09/el-washingtonpostcom-se-abre-los.html>  
<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/opinions/>

<sup>96</sup> Armada, A. "El diario The New York Times establece un decálogo para incrementar su credibilidad". *Abc.es*, el 10 de mayo de 2005. [http://www.abc.es/hemeroteca/historico-10-05-2005/abc/Comunicacion/el-diario-new-york-times-establece-un-decalogo-para-incrementar-su-credibilidad\\_202386697298.html](http://www.abc.es/hemeroteca/historico-10-05-2005/abc/Comunicacion/el-diario-new-york-times-establece-un-decalogo-para-incrementar-su-credibilidad_202386697298.html) [consultado en mayo de 2005].

"The New York Times establece un decálogo para mejorar su imagen". *Elmundo.es*, el 10 de mayo de 2005. <http://www.elmundo.es/elmundo/2005/05/10/comunicacion/1115717816.html> [consultado en mayo de 2005].

profesionales del periódico, entre redactores, reporteros gráficos y jefes de sección, aprobó un documento cuyas conclusiones apuntaban a la necesidad de aumentar la transparencia de los contenidos y a mejorar la relación con los lectores. Entre las diversas medidas que se recomiendan en este decálogo, está la de potenciar el diálogo con el público. Para ello se recomendaba al director y a los subdirectores que se alternen para escribir una columna quincenal en la que aborden asuntos sobre el periódico. Otras medidas son: hacer a los reporteros y editores más accesibles a través del correo electrónico, usar la página web para que los lectores puedan acceder a los documentos íntegros usados para las historias así como las transcripciones de las entrevistas y crear un blog que promueva la interacción con los lectores. Entre las recomendaciones destaca también la de informar más sobre el comportamiento interno del periódico y explicar con claridad el por qué de algunas decisiones editoriales, así como seguir de cerca los errores cometidos, responder con más firmeza a las críticas dirigidas al diario y distinguir con absoluta claridad la información de la opinión<sup>97</sup>.

Un periódico que fue premiado por la Universidad de Maryland por su transparencia en 2005 fue el *The Spokesman-Review*, ya mencionado. Entre sus iniciativas destacan la creación de un blog en el que los lectores opinan sobre los contenidos y la cobertura informativa del periódico, un blog en el que se adelantan los contenidos del día siguiente para implicar a los lectores en el proceso de preparación de la agenda, un blog en el que se responden a las preguntas de los lectores sobre decisiones editoriales y otro en el que la jefa de local conversa con los lectores e, incluso, un blog en el que se puede seguir en vídeo las reuniones de los consejos de redacción.

En España, tras un análisis de las versiones electrónicas de *El Mundo*, *ABC* y *El País*, Armañanzas (2000) ha destacado la creación de nuevos espacios que abren cauces a la opinión del lector: apartados de Debates, Encuestas, Foros, Charlas y

---

<sup>97</sup> "These Times Demand The Times". The New York Times Company, 15 de septiembre de 2006. [consultado en enero de 2007].

<http://phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml?c=105317&p=irol-newsArticle&ID=905903&highlight=>

Sugerencias. La sección de Cartas al Director deja de ser un coto muy reducido para aumentar en número, visibilidad y diversificarse en múltiples apartados (Chats, Debates, Foros). “El público ya no es un sujeto pasivo con escasa capacidad de respuesta y la prensa *on line*, aún con fallos, ha sido rápida en aceptar que la interactividad no sólo se reduce a dar respuesta al usuario que quiere comprar algo en Internet, sino a escuchar al lector que quiere enviarle un mensaje argumentativo que deje claro su posicionamiento en el campo de las ideas. Un cauce abierto con mucho futuro que aún tiene que crecer en importancia y calidad” (Armañanzas, 2000).

Vamos a ver algunas de las innovaciones que se han introducido en las páginas de los periódicos con el propósito de enriquecer el debate. Se trata de iniciativas que contribuyen a aumentar la transparencia de los medios y que ayudan a estrechar el contacto entre periodistas y lectores. En estas iniciativas renovadoras, el blog aparece como el formato ideal para la diversificación y apertura de la sección de opinión. Entre los medios más destacados en la utilización del blog para activar el debate entre ciudadanos y periodistas están el *Times Online* -el website de los periódicos británicos *Times* y *Sunday Times*- y la página ‘Comment is free’ de *The Guardian*. Cuentan ambos con decenas de colaboradores que bloquean habitualmente en macroespacios de opinión.

### **6.4.3. Fórmulas de renovación**

#### *6.4.3.1. Noticias abiertas a los comentarios de los ciudadanos*

Esta iniciativa consiste en la posibilidad que da un medio al lector de hacer sugerencias al autor de una información y corregir errores en un texto. En España, *El Correo* fue uno de los primeros periódicos en abrir las informaciones a las opiniones de los lectores. También incluyó en todas las noticias y reportajes la dirección de correo del autor. *The Guardian* creó un blog colectivo<sup>98</sup> para temas de cultura en el que los críticos habituales del periódico conversan sobre libros, música o cine con sus lectores y se someten a sus críticas. Actualmente esta es una fórmula muy extendida en los periódicos. Tras un estudio sobre la adaptación de

---

<sup>98</sup> <http://blogs.guardian.co.uk/arts/>

las columnas periodísticas a la red, Concha Edo (2000) concluía que era “previsible el aumento del interés de los lectores cuando puedan hablar más fácilmente y en tiempo real con los columnistas y manifestar su opinión respecto a lo que dicen”. Cada vez son más los columnistas que ofrecen su correo electrónico a los lectores para que puedan opinar sobre sus textos.

#### 6.4.3.2. La página editorial

Entre las propuestas renovadoras del Periodismo Cívico estaba la apertura de las páginas editoriales a la deliberación de la comunidad. Es decir, su transformación en un foro en el que los ciudadanos y responsables políticos debatieran sobre sus problemas. En este sentido, la página editorial de un periódico es un lugar ideal para usar blogs como una forma de ensanchar el temario del debate y hacerlo más abierto y diverso. Algunos periódicos lo hacen de forma indirecta permitiendo el alojamiento de blogs de opinión en su sitio web. El resultado es macroespacios de opinión abiertos y plurales (periodistas que explican sus decisiones, lectores que preguntan y opinan, colaboradores escogidos entre personalidades de la sociedad civil que intervienen en el debate).

La participación de los lectores en las decisiones de las páginas editoriales es una de las tendencias más arriesgadas. Pero ha sido ensayada en algunos periódicos con diversas opciones y con resultados dispares. Un ejemplo modélico es ‘Comment is free’<sup>99</sup>, la página editorial abierta por *The Guardian* en marzo de 2006 para acoger a los lectores en los debates del día a través de la interacción con los articulistas del periódico. El espacio incluye la sección ‘El blog del editor’, donde el responsable de ‘Cartas de los Lectores’ explica cada día algún aspecto del trabajo en la redacción. En su presentación explicaba que él no era la voz del periódico sino alguien que observa desde dentro y explica al lector cómo trabaja la redacción, qué decisiones se toman y quién las toma<sup>100</sup>. En una sección que

---

<sup>99</sup> <http://commentisfree.guardian.co.uk/index.html>

<sup>100</sup> Armstrong, M. “How The Guardian works”. En *Comment is free, The Guardian*, el 9 de marzo de 2006 [consultado en junio de 2007] [http://commentisfree.guardian.co.uk/murray\\_armstrong/2006/03/how\\_the\\_guardian\\_works\\_1.html](http://commentisfree.guardian.co.uk/murray_armstrong/2006/03/how_the_guardian_works_1.html)

complementa a la de cartas al director, a lo largo del día un editor va informando a los lectores del desarrollo de los consejos de redacción donde se van tomando las decisiones sobre los contenidos del periódico: cómo va tomando cuerpo la agenda temática, cómo van llegando las noticias a la redacción, cuáles se seleccionan y cuáles se desechan, cómo se discute sobre ellas entre los responsables del diario. El lector tiene la posibilidad de ver cómo trabajan los periodistas desde dentro y de intervenir en las discusiones. Leyendo el archivo de esta sección se confirma que esta iniciativa contribuye a acercar al periodista al lector, aumentar su responsabilidad, porque se sabe las cosas que hace y por qué las hace, lo que finalmente también ayuda a incrementar el respeto por su trabajo.

Pionero de este tipo de marcospacios de opinión El *Seattle Post-Intelligencer* creó un consejo editorial virtual, una página web en la que el periódico adelanta los temas de sus editoriales para dar la posibilidad a los lectores de expresar sus puntos de vista de modo que la posición final del editorial en cuestión haya sido enriquecido con opiniones inesperadas o discrepantes.<sup>101</sup>

Haciendo más transparente la página editorial se da la oportunidad a los lectores de conocer no sólo la interpretación de las noticias sino lo que hay detrás de esas interpretaciones. En este sentido son muy interesantes iniciativas como las del diario citado *The Spokesman-Review* encaminadas a hacer del diálogo con los lectores el motor de su actividad periodística, discutiendo sobre la elección de temas, explicando la cobertura de las noticias y la línea editorial. Con el título de 'Pregunta a los editores'<sup>102</sup>, el equipo directivo del periódico responde diariamente a cualquier duda o crítica planteada por los lectores sobre temas relacionados con el diario. Así lo lleva haciendo desde diciembre de 2003. Desde entonces la sección es un lugar desde el que el lector ejerce de vigilante de la actividad periodística obligando a los periodistas a explicar y justificar sus decisiones o, en su caso, a rectificar errores o pedir disculpas por trabajos mal hechos según los propios parámetros de calidad establecidos por el periódico.

---

<sup>101</sup> <http://seattlepi.nwsource.com/opinion/c>

<sup>102</sup> <http://www.spokesmanreview.com/blogs/editors/>

*Los Angeles Times* puso en marcha la sección 'Blowback' con la intención de crear debate con los lectores a partir de los artículos de opinión y editoriales publicados en el diario. Una vez desaparecidas las limitaciones de espacio, que creaban barreras a la participación de los lectores, con esta sección este periódico invita a los lectores a criticar o aportar puntos de vista diferentes a los artículos de opinión publicados llenando así el vacío que antes había entre las cartas al director y los artículos del periódico.<sup>103</sup>

En España, en noviembre 2006 la página digital de *El País* inició una nueva etapa tras una campaña promocional que llevaba el significativo slogan de 'Abiertos a ti'<sup>104</sup>. Las principales novedades eran las siguientes: comentarios abiertos en algunos artículos, valoración de noticias por parte de la audiencia, enlaces a otras noticias relacionadas, incluso de otros medios, una sección nueva llamada 'Participa', que impulsa la interacción con el lector, otra que acoge blogs de personas ajenas al periódico, pero que alojan su página en el web del periódico y una sección diaria que, con el nombre 'Yo, periodista', publica noticias, historias y fotos de los internautas. La apuesta de internet iba en la línea de aprovechar las herramientas multimedia para compartir contenidos y abrirse a la conversación e interacción ciudadana. Así lo explicaba el periódico: "Uno de los objetivos del cambio ha sido dar una vuelta al concepto tradicional de noticia, con el objetivo de minimizar las barreras que separan a los medios de comunicación de sus lectores. En esta etapa *ELPAIS.com* prestará especial atención a todos los elementos que potencien la participación de los usuarios. Los internautas podrán opinar, preguntar y debatir en la nueva sección 'Participa', o enviar sus opiniones -e incluso sus fotos o vídeos- sobre los principales temas de la actualidad a través del espacio 'Yo, periodista'"<sup>105</sup>.

---

<sup>103</sup> <http://www.latimes.com/news/opinion/la-op-blowback-about,0,2452674.story>

<sup>104</sup> *El País*, miércoles 22 de noviembre de 2006, p.36.

<sup>105</sup> "ElPaís.com estrena diseño y se abre a la participación de todos los internautas". Prisa.es, el 20 de noviembre de 2006. [http://www.prisa.es/articulo.html?xref=20061120prsprsnot\\_1&type=Tes&anchor=priprenot](http://www.prisa.es/articulo.html?xref=20061120prsprsnot_1&type=Tes&anchor=priprenot) [consultado en enero de 2007]

En cuanto al editorial como género periodístico, que se publica sin firma y representa la voz del medio de comunicación como institución, ha sido objeto también de algunas innovaciones radicales que no han prosperado. El periódico *Los Angeles Times* abrió su artículo editorial para que cualquiera libremente pudiera participar en su elaboración, siguiendo el modelo de la enciclopedia Wikipedia, que está abierta a la edición de los usuarios. Evidentemente, el resultado no se puede considerar un editorial tal como lo entendemos (¿si el editorial se escribe de forma comunitaria, dónde queda la voz institucional?), por lo tanto se creaba un nuevo género opinativo: los 'wikitorials' o editoriales escritos por los lectores, el no va más del periodismo participativo. El objetivo era una vez más implicar a los lectores en un diálogo con el periódico en todo el proceso periodístico. El editor de la página de opinión de ese diario, Andrés Martínez, advertía en el momento del lanzamiento que la iniciativa podía resultar un lío, pero que era interesante intentarlo (Shepard, 2005). De hecho, resultó un lío. El 17 de junio de 2005, el periódico publicó un editorial bajo el título 'la guerra y sus consecuencias' y lo dejó abierto para permitir que los lectores lo editaran o modificaran cualquiera de sus partes. Naturalmente la intención era que el texto fuera enriquecido con puntos de vista de todo el espectro político, algo coherente con la idea que he desarrollado en este capítulo, a saber, que hay muchas maneras de abordar un asunto complejo y que la verdad seguramente está repartida. Sin embargo, el ensayo saltó hecho pedazos cuando el artículo fue invadido de imágenes pornográficas y otro tipo de material inapropiado, que llevaron al periódico a suspender el experimento (Dorroh, 2005). En todo caso la iniciativa resultó enriquecedora para el camino renovador que ha emprendido el periodismo en busca de una mayor apertura a los lectores. Pero también supuso un recordatorio de lo difícil que resulta el diálogo auténtico cuando se abordan los temas más controvertidos.

#### *6.4.3.3. Publicación de blogs de periodistas y lectores*

Con el objetivo de estrechar la relación con los lectores y recuperar su confianza, los periódicos pueden utilizar los blogs en dos niveles: para sus periodistas y para el público. Los primeros permiten a los reporteros, críticos y otros miembros de la redacción profundizar sobre sus respectivos temas. Creando foros de discusión e incluyendo *blogs*, los medios actúan como facilitadores de la

conversación pública y de la relación entre ciudadanos y fuentes. Esta fórmula incluye a columnistas que publican blogs en las ediciones digitales de los periódicos para abrir sus columnas, adaptándolas a los nuevos formatos y posibilidades interactivas de modo que el periodista recibe los comentarios de los lectores o inicia debates en los que participan los lectores. De esta forma se refuerza el carácter dialógico de la columna convirtiéndose en un foro de discusión donde el periodista se reserva el papel de moderador de los comentarios de los lectores<sup>106</sup>.

Los blogs pueden utilizarse también como un canal por el que el periodista ofrece contenidos adicionales a las informaciones publicadas en su medio de comunicación. El proceso informativo gana en transparencia cuando el periodista facilita al lector datos sobre su investigación, transcripciones de entrevistas, comentarios sobre cómo ha obtenido su información, de la relación con sus fuentes y explicaciones sobre las decisiones tomadas para elaborar sus textos: enfoque, selección de datos, etc. Publicando este tipo de documentos se involucra al lector en el proceso informativo. Estos métodos, además, enriquecen los puntos de vista con los que se abordan los asuntos cuando en el blog se amplía la información y se profundiza en ella.

Por otra parte, también se ofrece al lector la posibilidad de crear su propio blog en las páginas de un medio de comunicación. Con ello se lo incorpora al debate dando visibilidad a sus opiniones y el respaldo de una marca. Además, se da cobertura a temas pequeños o muy locales de difícil acceso para los profesionales. El ciudadano puede ayudar con ellos al periodista en el esfuerzo de verificación de datos y de profundización en los temas, facilitando testimonios como testigos o relatos de primera mano, como sistema de alerta sobre problemas

---

<sup>106</sup> "Can Journalists be Webloggers is the more important question. Taken as a given that journalists will use their training and education for accuracy, their passion for their material and reasoned articulation of their viewpoints, the freedom to publish what they consider news, analysis and commentary without the constraints of column inches, editorial cancellations, or other concerns, is in a lot of cases too much freedom" (Herrell, 2002).

sociales, completando reportajes e investigaciones con puntos de vista individuales a los que no ha tenido acceso el reportero. Una fórmula interesante es la publicación de los mejores comentarios de los lectores seleccionados por un periodista que ejerce como filtro y moderador de los debates. Así lo hace *The Washington Post* con su sección 'Your post'.<sup>107</sup>

#### 6.4.3.4. Enlaces con blogs de expertos

Otra forma de enriquecer el debate con el mayor número posible de puntos de vista pertinentes es la inclusión de enlaces con páginas web y blogs de personas ajenas al periódico y que puedan aportar perspectivas diferentes. Es lo que hizo el periódico *The Jackson Sun* en su edición del día 28 de enero de 2005, donde se daba la noticia de la muerte de 37 soldados americanos en Irak. Evidentemente, cuando los lectores compraban el periódico ya conocían el titular de la noticia. El diario tenía dos opciones: ruido o análisis, rutina o imaginación. Así, incluyó tres enlaces en Internet, ajenos al periódico: el blog de un profesor universitario especialista en Oriente Próximo, la web del Pentágono y la de una institución de estudios políticos.<sup>108</sup> Es decir, le estaba diciendo al lector: nosotros sabemos mucho, pero hay mucho más que se puede saber y podemos guiarte en la investigación.

Un estudio sobre transparencia editorial y gerencial realizado en 2007 por el International Center for Media and Public Agenda, de la Universidad de Maryland (EEUU), que analizó 11 periódicos, 11 televisiones y 3 revistas, todos ellos de renombre mundial, aunque ninguno español, destacó el largo camino que queda por recorrer al periodismo en este asunto<sup>109</sup>. Entre los criterios de valoración utilizados estaban la corrección de errores, la franqueza en las pautas editoriales y la apertura a los comentarios y la crítica de los lectores. El informe

---

<sup>107</sup> <http://blogs.washingtonpost.com/yourpost/>

<sup>108</sup> [http://mica8.typepad.com/vision/2005/01/peridicos\\_que\\_e.html](http://mica8.typepad.com/vision/2005/01/peridicos_que_e.html)

<sup>109</sup> "Openness & Accountability: A Study of Transparency in Global Media Outlets". En Icmpa, International Center for Media and the Public Agenda, Maryland, USA, en 2006 [consultado en enero de 2007] <http://www.icmpa.umd.edu/pages/studies/transparency/main.html>

señalaba que 9 de ellos no disponen de espacios reservados a la opinión de los lectores, sólo siete cuentan con la figura del defensor del lector y sólo 11 incluyen fe de errores. *The Guardian* y *The New York Times* fueron los mejor puntuados. Entre las conclusiones más desalentadoras destaca la siguiente: “La mayor parte de noticias tienen un cierto nivel de interactividad, con al menos una o dos vías por las cuales los lectores pueden hacer comentarios sobre la cobertura de noticias: contactando con el defensor del lector, escribiendo cartas al director, enviando mensajes por correo electrónico a los periodistas directamente o hablando con ellos vía blogs locales, en chats, o dejando comentarios. Pero mientras la interactividad se ha hecho un componente imprescindible de sitios web, la impresión es que muchos de esos lugares no están interesados en tener en cuenta las opiniones de los lectores”<sup>110</sup>. Una cosa es abrir las puertas a los lectores y dejar que hablen y otra muy distinta es estar dispuesto a escuchar lo que dicen. Es decir, los periodistas juegan con la idea de la interactividad y sus herramientas, pero no terminan de creer en ella como el corazón de su actividad; le han dado a los lectores canales para expresarse, pero no prestan atención a lo que a la postre tienen que decir.

Tenemos la teoría y la técnica. Solo falta la filosofía. Como una modesta contribución a ella está pensada esta tesis.

---

<sup>110</sup> “Most of the news outlets manage a certain level of interactivity—most have at least one or two venues through which readers can make comments about the news coverage: through contacting an ombudsman, writing letters to the editor, emailing correspondents directly or talking with them via on-site blogs, live chats, or leaving remarks at the bottom of stories. But while interactivity has become a must-have component of websites, the distinct impression many of these outlets leave was that they are not really interested in considering readers’ opinions”. “Openness & Accountability: A Study of Transparency in Global Media Outlets”. En Icmpa, International Center for Media and the Public Agenda, Maryland, USA, en 2006 [consultado en enero de 2007] <http://www.icmpa.umd.edu/pages/studies/transparency/main.html>

## CONCLUSIONES. EL ARTE DEL DISCERNIMIENTO

La función democrática del periodismo -proporcionar la información que todo ciudadano necesita saber para tomar decisiones libres y responsables- sigue formando parte de su naturaleza, aquello que lo diferencia de otros tipos de comunicación. Ese rasgo esencial del periodismo incluye la obligación de crear espacios de debate en los que el ciudadano pueda profundizar en las distintas interpretaciones de la actualidad que los diferentes actores sociales plantean. Lo que hemos estudiado en esta tesis es cómo se desempeña esa misión del periodismo en los contextos culturales de la posmodernidad y con las nuevas realidades comunicativas surgidas con internet.

Teniendo en cuenta la responsabilidad democrática del periodismo y su carácter intelectual como elaborador de sentido, y asumiendo los desafíos de la posmodernidad y de la revolución tecnológica, se ha buscado en esta tesis un modelo teórico que pueda servir como guía para el cumplimiento de la función periodística de crear espacios de debate. Se ha intentado dar una respuesta razonable y viable que enriquezca el estudio sobre el papel del periodista en el debate público para una redefinición encaminada a mantener la relevancia que la compleja sociedad actual reclama de los protagonistas del espacio público.

A continuación, explicaré las características más destacadas de un modelo posible de debate periodístico, y del papel que puede desempeñar el periodista en él. Como punto de partida de la reflexión sobre el rol del periodista se consideró necesaria una aclaración teórica de los fines sociales de su actividad. A partir de esa base de carácter ético se elabora un modelo normativo de filosofía del periodismo como foro de debate que plantea como fin principal perseguir la verdad, a través del diálogo, con pluralidad e independencia, desde una posición de humildad y con la colaboración del ciudadano. A este tipo de periodismo de debate lo he llamado 'arte del discernimiento', cuyos valores son los siguientes: apertura al ciudadano, pluralidad, objetividad y pensamiento crítico. Discernimiento porque su principal ambición sería aportar discursos que contribuyeran a la distinción entre lo verdadero y lo falso; y arte porque se considera que el periodismo forma parte desde sus orígenes del empeño humano de ordenar el caos del presente y buscar sentido a la realidad de los hechos relevantes que afectan a la vida ciudadana. Arte, también, en el sentido de que consiste en compartir lo que ha sido exhaustivamente investigado, de divulgar lo

complejo haciéndolo sencillo y atractivo para el público, profundizando en las interpretaciones de los asuntos que importan a los ciudadanos, intentando clarificar la vida pública a través de la observación de las cosas comunes.

Los valores propuestos se desprenden de una combinación de los modelos positivista y hermenéutico del periodismo. Del primero se rescata su apego a lo empírico, su rigor a la hora de contar sólo lo que oye, ve y comprueba, su precisión en la acotación de los límites y su respeto por los hechos. Del segundo modelo he recogido las críticas al objetivismo como una patología de la cognición que supone ignorar la influencia del sujeto, sus intereses y prejuicios. Frente a la ambición objetivista, que llevó a la distinción entre hechos y opiniones, los teóricos de la noticia como construcción social destacaron que el periodismo se mueve en un territorio siempre relativo en el que cabe una diversidad de interpretaciones legitimables. Aceptar que todos los relatos periodísticos son en parte subjetivos, pero sin olvidar que es posible buscar criterios objetivos que nos permitan distinguir entre interpretaciones más o menos acertadas, permite una combinación enriquecedora de ambos modelos y aumenta la responsabilidad del periodista a la vez que engrandece el desafío de su trabajo. Se trata de dos formas de acercarse a la realidad que se complementan y, sobre todo, se limitan mutuamente. En esa doble exigencia de precisión en la comprobación de los hechos y creatividad en las interpretaciones reside el periodismo como arte del discernimiento.

En el modelo de debate periodístico que se ha trazado en esta tesis, se requiere una implicación personal del periodista, que pone en juego sus valores a la hora de interpretar la realidad. No aspira a reflejar lo acontecido de forma neutra, sino que indaga en la significación profunda de la noticia e intenta darle relieve a los hechos poniéndolos en contexto. Ese esfuerzo intelectual exige un trabajo exhaustivo de investigación y de comprobación de las informaciones (modelo positivista), pero también exige reflexión y valoración (modelo hermenéutico). Pero en última instancia, se argumentó en la tesis que, tras décadas de reacción contra el modelo positivista y en el contexto de una cultura de la posmodernidad en la que se ha impuesto una cierta subjetivización narcisista de lo real que ha agudizado la crisis de credibilidad del periodismo en forma de proliferación de falsificación de noticias, ficcionalización y tendencia a dar prioridad a los criterios emotivos y sentimentales sobre los intelectuales en la

interpretación de los acontecimientos, la recuperación de valores tradicionales del periodismo puede ayudar a revitalizar el debate y encauzarlo hacia la discusión racional que reclama una democracia deliberativa.

En este sentido, la perspectiva que surge del equilibrio entre ambos modelos devuelve al periodista la responsabilidad de reflexionar sobre los acontecimientos con el propósito de ayudar a discernir entre lo verdadero y lo falso, consciente de las dificultades del conocimiento y de lo esquivo de la verdad.

Resumiré seguidamente cada uno de los valores del periodismo como foro de debate que se desprenden de la argumentación y la perspectiva seguidas en esta tesis y que sirven para plantear un modelo teórico de un tipo de debate periodístico que puede resultar útil a los ciudadanos de la sociedad actual.

#### LA DIMENSIÓN INTELECTUAL DEL PERIODISMO LE DA RELEVANCIA SOCIAL

Entender la información periodística como un saber sobre un acontecimiento externo comunicado al público mediante relatos e ideas que lo describen y explican otorga a quien tiene los recursos intelectuales adecuados para procesarla un valor inestimable de servicio al ciudadano. Al ser una fuente de conocimiento social, la información exige del periodista una capacitación intelectual que le permita ordenar la realidad para que lo acontecido tenga sentido. Si el periodismo es más que recoger y transmitir noticias, si también es una tarea cultural y moral, la formación, desempeño profesional y responsabilidad del periodista, así como el producto final de su tarea, deben estar a la altura de su objetivo de ayudar al ciudadano a comprender el mundo actual y dinamizar la vida social y política. En un contexto de exceso de información, se refuerza la dimensión interpretativa del periodismo. Defender el carácter intelectual del trabajo del periodista puede ser una forma de justificar su relevancia social en una época que ha puesto en entredicho la necesidad de los intermediarios en la comunicación pública.

#### EL PERIODISTA COMPARTE PROTAGONISMO CON EL CIUDADANO EN EL DEBATE

El periodo de cambio que está atravesando la actividad periodística tanto en formas de actuar como de pensar abre una puerta para la renovación ética basada en el protagonismo mediático del ciudadano. Una de las manifestaciones

concretas de esta renovación ética en el campo de la comunicación es la apelación un debate plural abierto a todos los ciudadanos interesados. La irrupción de los ciudadanos en el espacio público gracias a las nuevas tecnologías está reduciendo el protagonismo del periodista en la discusión pública. Este desplazamiento de ubicación en la esfera pública tiene necesariamente que influir en la percepción que el periodista tiene de su propia labor. Sólo si es consciente del nuevo reparto de papeles, el periodismo podrá seguir siendo relevante y merecedor de confianza en la gestión de la discusión pública. Esta es la principal conclusión que se desprende del análisis de los cambios que el uso de internet ha traído al periodismo en su faceta de promotor de foros de debate. La apertura que ha supuesto la red en el debate mediático obliga a redefinir el papel del periodista sobre todo en su relación con el público. Aprender a escuchar al ciudadano y a establecer una verdadera conversación con él son objetivos prioritarios de su tarea cotidiana y, por lo tanto, también un campo muy fructífero para la enseñanza del periodismo en la universidad. El modelo conversacional de periodismo en el que han profundizado autores como Carey a partir del camino abierto por Dewey y la Escuela de Chicago, y que recibió un impulso con la filosofía del Periodismo Cívico y sus iniciativas prácticas, ofrece una respuesta teórica y práctica al desafío tecnológico que en el ámbito periodístico se está concretando en la mayor participación del ciudadano en el debate mediático. A su vez, este modelo, que resitúa al periodista en el espacio público, donde puede seguir siendo protagonista, pero ya no hegemónico, ofrece una vía de autocrítica que sirve para revitalizar la práctica periodística prestando atención a la necesidad de recuperar la confianza del público y también con el objetivo de poner en primer plano la preocupación por la salud de la vida democrática. Este modelo, en definitiva, abre nuevos horizontes al periodismo desde dos puntos de vista: en su contribución a la participación del público en los debates y en el refuerzo de las funciones de vigilancia democrática gracias al enriquecimiento del propio debate mediático. Al abrirse a una mayor participación del público, el debate periodístico tiene la oportunidad de mejorar en pluralidad y transparencia, y, por lo tanto, volverse más democrático si aprovecha las nuevas herramientas de comunicación que ofrece Internet.

## HACIA UN PERIÓDICO DE PERSPECTIVAS PLURALES

En un contexto de abundancia de información y de creciente complejidad, el periodismo sigue manteniendo la función de ayudar al ciudadano a tomar decisiones libres desde la pluralidad de interpretaciones. Si el periodista ha perdido poder como seleccionador de noticias, quizá pueda ganar influencia en la tarea de ordenar y explicar los acontecimientos difundidos. Un nuevo contexto de abundancia de información propiciado por las nuevas tecnologías puede reforzar el papel del periodista como mediador entre la realidad informativa y el ciudadano, que tiene a su alcance herramientas tecnológicas que le permiten intervenir en el mensaje. A partir de estos factores que se han estudiado en la tesis, abundancia de información, pérdida de protagonismo del periodista e irrupción del ciudadano; la tendencia hacia un 'periódico de perspectivas' por encima de un 'periódico de noticias' revaloriza la idea del periodismo como conversación. En este sentido, aunque un análisis de los periódicos actuales puedan llevarnos a concluir que se agudiza la tendencia hacia un atrincheramiento de posiciones ideológicas, el modelo normativo que propone esta tesis plantea como ineludible la necesidad de una mayor pluralidad en el seno de cada periódico. De forma que en el área de opinión se busque premeditadamente el encuentro con ideas opuestas. La creciente complejidad de la realidad social deja obsoleto el concepto de periódico como cosmovisión para dar paso a un periódico de puertas abiertas. Porque el pluralismo, como lo entendía Popper, no sólo es aceptar las opiniones contrarias sino admitir que quizá tengan razón. La pluralidad de enfoques no debe entenderse como una debilidad sino como una virtud del periodismo porque, según vimos con Marquard, es un método de defensa de la verdad a través de la división de poderes, incluidos los poderes que son las convicciones. Frente a la tendencia del periodismo 'Daily Me' –el periódico personalizado a gusto del usuario-, se plantea en la tesis la recuperación de una de las funciones tradicionales de los periódicos: desafiar las creencias de su propio público. Porque lo importante no es que los lectores de un periódico piensen de la misma manera, o que terminen pensando igual tras un debate, sino que salgan de él distintos a como entraron. Por lo tanto, el periodismo deberá esforzarse en ampliar la experiencia individual sobre la realidad vivida ofreciendo al ciudadano la posibilidad de contrastar su mirada con la mirada de otros. Es decir, el periodismo como foro de debate es una

invitación a la exploración, la investigación y los descubrimientos inesperados. Junto a las indudables influencias positivas que Internet ha traído al periodismo, también se han analizado en esta tesis el peligro que la personalización de la información empobrezca la interactividad. Frente a este peligro, el periodismo deberá asumir que fomentar la pluralidad es un valor básico en su función de abrir espacios de debate.

#### UN DEBATE ES OBJETIVO SI ESTÁ ABIERTO A LA CRÍTICA LIBRE Y PLURAL

Entender la objetividad como una actitud de escucha atenta y como un método de sometimiento a la crítica convierte esta cualidad en una virtud central en el periodismo como foro de debate. Si la información es un bien público con carácter práctico (que se nutre del ámbito de los valores y que incide en la vida de las personas), se defiende en esta tesis una idea de objetividad no como garantía de certeza que no deje resquicio a opiniones divergentes, sino la base necesaria para un fructífero cruce de opiniones. El rechazo de la idea de objetividad decimonónica entendida como verdad científica y acompañada de certezas absolutas permite una defensa de la objetividad práctica para un periodismo que trata de asuntos que tienen que ver con acciones libres. En el ámbito de la promoción de debates, la objetividad equivale, precisamente, a discusión. Se ha argumentado que ser objetivo significa estar abierto al diálogo, someter nuestras interpretaciones a la crítica, una actitud de modestia que, desde la aceptación de la falibilidad del conocimiento humano, implica un respeto por el público, a quien no se le imponen certezas sino que se le ofrecen razonamientos. Junto a una mirada minuciosa, un examen cuidadoso y diligente que sirva para señalar lo que se detecta que puede ser importante e, incluso, para descubrir lo que está oculto, la objetividad es un enfoque crítico: el sometimiento de nuestras observaciones a la crítica -conscientes del peligro de los prejuicios-, la apertura a la crítica y el convencimiento de que el otro quizá tiene razón. Lo que implica también un esfuerzo personal por superar los prejuicios y una disposición a ser criticados. Un debate tiene carácter objetivo cuando ha sido sometido a crítica, discusión libre y competencia plural. Lo objetivo no es sólo opinar sin prejuicios, sino someter nuestros prejuicios a examen y ponerlos en cuestión. Además, la objetividad no sólo no exige impersonalidad por parte del periodista en su exploración de la realidad sino que implica la articulación de todas las dimensiones de lo práctico

en cada actuación del periodista. El registro cuidadoso de la realidad, previo a la formulación de teorías en los debates, requiere un método racional enlazado con dimensiones del ser humano que le aportan connotaciones sociales y personales como la ética, la imaginación, la afectividad, los sentimientos o las emociones.

#### LA IMPORTANCIA DE LA VERDAD EN EL DEBATE PERIODÍSTICO

El periodismo como foro de debate persigue la verdad práctica, cuyo fin es ampliar la capacidad de juicio y acción de los ciudadanos. Se ha considerado en esta tesis a la racionalidad crítica como la característica fundamental del debate público. La reflexión del periodista sobre la actualidad debe ser, por lo tanto, racional como sinónimo de búsqueda de la verdad a través de la argumentación y la recogida de pruebas en una discusión abierta al encuentro con propuestas diferentes. Esta tesis tenía como objetivo principal reflexionar sobre posibilidad de un debate racional desde el periodismo ante el desafío de la posmodernidad, en la que se ha pasado de la ilusión del periodismo como reflejo de lo real a la resignación ante la sospecha de que lo reflejado no es más (ni puede dejar de serlo) que una imagen distorsionada de la realidad. Frente a este desafío, se ha apostado en esta tesis por un pluralismo crítico en aras de la búsqueda de la verdad, una perspectiva que ofrece una oportunidad de renovación filosófica para el periodismo desde su mismo punto de partida: la búsqueda de la verdad no como un problema teórico sino como una cuestión práctica, pragmática y comunicativa. Porque, lo mismo que la razón tiene una esencial dimensión pública, la verdad es algo que se descubre en los procesos comunicativos que los seres humanos despliegan libremente. La idea es que la racionalidad no es una acción solitaria, sino algo que tiene lugar en la comunicación con el otro, en el encuentro. Sólo puede razonarse planteando preguntas, críticas, dudas sobre lo que otros han pensado. Esta dimensión pública o comunicativa de la verdad es lo que le proporciona el carácter objetivo. Pero se ha defendido que el debate sólo podrá considerarse racional cuando disponemos de las verdades suficientes sobre los hechos. Contrariamente a lo que defiende un relativismo que está cada vez más extendido en nuestra cultura, en esta tesis se ha defendido que sí podemos acercarnos a la verdad objetiva en la conversación social. Es decir, que el diálogo no solo implica respeto por lo que piensan los otros, sino búsqueda de la verdad. En esta tesis sostengo que el debate periodístico será liberal y democrático cuando

entre sus expectativas destaca el discernimiento entre lo verdadero y lo falso. Pues la indiferencia hacia la verdad es un factor que distorsiona el debate mediático en mayor medida que la mentira o la propaganda. El desinterés por la verdad, la despreocupación por ver las cosas como son, la desatención por los hechos y el desprecio de la exactitud son actitudes que encuentran fácil acomodo en los debates periodísticos en los que se busca antes que nada el espectáculo. Para evitar que esta manera de discutir se convierta en la forma habitual del debate periodístico, el modelo normativo que se plantea en esta tesis critica la mentalidad posmoderna tan extendida en los medios que niega que podamos tener acceso seguro a alguna realidad objetiva, que socava la confianza en el valor del esfuerzo intelectual por acercarse a la verdad y que renuncia al ideal de exactitud y objetividad para conformarse con una exigencia de sinceridad personal. En el modelo que aquí se defiende es importante que el orden y el sentido en el periodismo se construyan a partir del respeto por los hechos, por las cosas como son, por la verdad objetiva como ideal regulador de los debates. Frente a la renuncia a una valoración objetiva de las interpretaciones, se apuesta aquí por reforzar la idea en el periodismo de que puede haber criterios para discernir las interpretaciones más válidas según su mayor o menor racionalidad y fidelidad a los hechos. Es decir, la realidad se construye socialmente, pero también puede descubrirse. Para ello, el papel del periodista puede ser el de moderador de la opinión pública a través del fomento del hábito de la discusión liberal.

#### EL PERIODISTA COMO AGENTE INFILTRADO EN LAS MAQUINARIAS DE LA DISTRACCIÓN

En el marco del liberalismo de Tocqueville y Mill, la teoría de la sociedad abierta de Popper y el modelo deliberativo impulsado por Habermas, se ha reflexionado sobre el periodismo en esta tesis vinculado a una idea de democracia como un sistema cuya supervivencia depende de que existan instituciones o esferas de discusión que acojan y desarrollen el pensamiento crítico. En estas instituciones o escenarios, la discusión tiene una serie de requisitos, el primero de los cuales es el contraste de teorías. Al frente de ellas hay líderes de opinión cuyas intervenciones fomentan el debate en la opinión pública. Sus discusiones sirven como modelo y acicate para la conversación ciudadana. Según esta línea de pensamiento, la vida en la sociedad abierta exige esfuerzos permanentes a una

ciudadanía que esté dispuesta a aceptar la responsabilidad de actuar con racionalidad. Precisamos instituciones sólidas que refuercen las virtudes cívicas, sin las cuales la vida de la democracia se seca, y que proporcionen a los ciudadanos recursos intelectuales para hacer frente al relativismo cultural que, según Popper, es el factor más paralizante de la discusión. Entender la democracia como un sistema de contrapesos y control del poder requiere el fortalecimiento de los escenarios del pensamiento crítico. El periodismo es uno de esos escenarios que, por su peso en la sociedad, su visibilidad e influencia entre la ciudadanía y su poder de control de la política, tiene una misión clave para el sostenimiento de la democracia: la crítica racional de los asuntos que interesan a la convivencia. Desde la perspectiva de la falibilidad de toda acción humana, la pregunta fundamental es cómo deben ser las instituciones para que se favorezca el contrapeso del poder. El periodismo aparece entonces como el lugar privilegiado que de hecho es, pero cuyo poder va acompañado de una enorme responsabilidad: la de constituir órganos de crítica. En cuanto antepone sus responsabilidades públicas a su ambición comercial, el periodismo actúa como sede del pensamiento crítico, un espacio independiente cuya pluralidad lo hace igualitario y libre. De acuerdo con un liberalismo con lazos morales y cívicos, esas sedes de pensamiento crítico funcionan como divulgadoras de hábitos liberales que invitan a la participación del ciudadano en la vida pública. Una discusión racional crea hábito de discutir, de escuchar al otro, el sentido de la justicia y la predisposición al compromiso. Estos hábitos ayudan al ciudadano a debatir. En este sentido, construir órganos de debate será la función más importante del periodismo. Ante la mercantilización de los medios, autores como Habermas han fiado la revitalización del espacio público a la acción ciudadana desde espacios autónomos creados al margen del poder y el mercado. En esta tesis se ha apostado por una opción más integrada que apocalíptica. Si el periodismo se ha convertido en un anexo de la industria del entretenimiento, sólo el convencimiento de los propios valores –la obligación de mirar el bien común– evitará que sea finalmente engullido por ella. Quizá se pueda alejar esa amenaza si desde los medios se fomenta la apertura de foros de debate donde el periodista desempeñe un papel de cuidador de la libertad de discusión. La imagen del periodista no debería dejar de ser la de un hombre frente al poder, un vigía, entre otros muchos vigías, consciente de que colabora en un proyecto común cuyo

cometido esencial es la observación desinteresada y la búsqueda de sentido. Es decir, el periodismo, como decía Bellow, puede ser un agente infiltrado en las maquinarias de la distracción.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abellán, J. (2002). "John Stuart Mill y el liberalismo". En Vallespín, F. (ed.). *Historia de la Teoría Política*, 3. Madrid. Alianza Editorial Ciencia Política.

Agegas Esteban, J. Á. (2005). "La presión de la opinión pública durante la guerra de Irak sobre el trabajo del periodista". *Revista Comunicación y Hombre*, nº1. Madrid. Universidad Francisco de Vitoria.

Águila del, R. (2005). "Responsabilidad". En Cerezo, P. (ed.) *Democracia y virtudes cívicas*. Madrid. Biblioteca Nueva.

Águila del, R. (2007). "Ironía, verdad y democracia. Richard Rorty, in memoriam". *Revista de Libros*, 131, noviembre de 2007, pp. 31-34.

Aguinaga, de E. (2000). "Nuevo concepto de Redacción Periodística". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº 6. Madrid. Servicio de Publicaciones Universidad Complutense.

Aguinaga, de E. (2005). "Periodista esencial, algo más que ágil reportero". *Cuadernos de Periodistas*, pp. 40-51. Julio de 2005.

Aguirre Romero, J. M. (1999). "Las fronteras de la información en la era digital". *Espéculo, Revista de estudios literarios*. Madrid. Universidad Complutense. [http://www.ucm.es/info/especulo/numero12/era\\_digi.html](http://www.ucm.es/info/especulo/numero12/era_digi.html) [consultado en marzo de 2007].

Almiron, N. (2006). "Los valores del periodismo en la convergencia digital. Civic journalism y quinto poder". *Revista Latina de Comunicación Social*, nº61. Universidad de La Laguna. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200609Almiron.pdf> [consultado el 10 de septiembre de 2006].

Álvarez Teijeiro, C. (2000). *Comunicación, Democracia y Ciudadanía. Fundamentos teóricos del Public Journalism*. Buenos Aires. La Crujía.

Álvarez Teijeiro, C. (2001). "Transparencia informativa y transparencia social: el (nuevo) lugar civil del periodismo en la lucha contra la corrupción". VI Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública. Buenos Aires, Argentina, 5-9 Nov. 2001 [<http://www.clad.org.ve/fulltext/0041039.pdf>].

Amis, M. (2004). *Koba el Terrible. La risa y los Veinte Millones*. Barcelona. Anagrama.

Anderson, R. / Dardenne, R. / Killenberg, G. M. (1994). *The conversation of journalism: communication, community, and news*. Westport. Praeger.

Anderson, R. / Dardenne, R. / Killenberg, G. M. (1996). "The American Newspaper as the Public Conversational Commons". *Journal of Mass Media Ethics*, vol. 11, 3, 1996, pp. 159-165.

Antón, J. (1996). "El liberalismo". En Caminal, M. (ed.). *Manual de ciencia política*. Madrid. Tecnos.

Antxustegi, E. (2007). "El pensamiento político de Hannah Arendt". Ponencia en el seminario científico realizado en la Universidad Católica de Murcia (UCAM) el 10 de diciembre de 2007.

Aphteker, H. (1955). *Walter Lippmann and Democracy*. Cameron Associates. New York. <http://www.walterlippmann.com/aphteker-on-lippmann.html> [consultado en enero de 2008]

Arendt, H. (1982). *Los orígenes del totalitarismo*. Madrid. Taurus.

Arendt, H. (1998). *La condición humana*. Barcelona. Paidós.

Arendt, H. (1999). *Crisis de la república*. Madrid. Taurus.

Arendt, H. (2003). *Entre el pasado y el futuro. Ocho ejercicios sobre la reflexión política*. Barcelona. Ediciones Península.

Armañanzas, E. (2000). "Opinión en el periodismo electrónico: *El País, El Mundo y ABC*". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº 6. Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense. Madrid. [http://www.ucm.es/info/emp/Numer\\_06/6-4-Inve/6-4-10.htm](http://www.ucm.es/info/emp/Numer_06/6-4-Inve/6-4-10.htm) [consultado en febrero de 2008].

Arraigada, E. (2006). "¿Hasta cuándo leeremos diarios?". *Revista Universitaria*, nº 90, marzo 2006. Pontificia Universidad Católica de Chile.

Ballesteros, J. (1997). *PostModernidad: decadencia o resistencia*. Madrid. Tecnos.

Barber, B. R. (2000). *Un lugar para todos. Cómo fortalecer la democracia y la sociedad civil*. Barcelona. Paidós.

Baudrillard, J. (1998). "El éxtasis de la comunicación". En Foster, H. (ed.). *La posmodernidad*. Barcelona. Kairós.

- Baudrillard, J. (2000). *El crimen perfecto*. Barcelona. Anagrama.
- Baudrillard, J. (2002). *Cultura y simulacro*. Barcelona. Kairós.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Madrid. FCE.
- Bell, D. (2006). *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Madrid. Alianza.
- Bellow, S. (2007). *Todo cuenta. Del pasado remoto al futuro incierto*. Barcelona. Debolsillo.
- Béjar, H. (2002). "Alexis de Tocqueville: la democracia como destino". En Vallespín, F. (ed.). *Historia de la Teoría Política*, 3. Madrid. Alianza Editorial Ciencia Política.
- Béjar, H. (2007). *Identidades inciertas: Zygmunt Bauman*. Barcelona. Herder.
- Benda, J. (2005). *Memorias de un intelectual*. Espasa Calpe. Madrid
- Benito, A. (1972). *Información y desarrollo: para una disciplina de la objetividad*. Revista del Instituto de Ciencias Sociales.
- Berardi, F. (2005). "Del intelectual orgánico a la formación del cognitariado". *Arhipiélago. Cuadernos de Crítica de la Cultura*, nº 66, julio-agosto 2005, p. 57. Barcelona.
- Berganza, M. R. (2000). *Comunicación, opinión pública y prensa en la sociología de Robert E. Park*. Madrid. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Berger, P. / Luckmann, T. (1983). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires. Amorrortu.
- Berlin, I. (1998). *Cuatro ensayos sobre la libertad*. Madrid. Alianza Editorial.
- Bernays, E. (1997). *Cristalizando la opinión pública*. Barcelona. Gestión 2000.
- Berners-Lee, T. (2000). *Tejiendo la red*. Madrid. Siglo XXI.
- Bernier, M-F. / Demers, F. / Lavigne, A. / Moumouni, Ch. / Watine, T. (2005). *Pratiques novatrices en communication publique. Journalisme, relations publiques et publicité*. Les Presses de l'Université Laval. Sainte-Foy.
- Berrio, J. (2000). *La comunicació en democràcia*. Barcelona. UAB.
- Berrio, J. (2002). "La opinión pública". *Portal de la comunicación*. UAB. Barcelona. [http://www.portalcomunicacion.com/esp/n\\_aab\\_lec\\_3.asp?id\\_llico=5](http://www.portalcomunicacion.com/esp/n_aab_lec_3.asp?id_llico=5) [Consultado en febrero de 2008].

Berrios, O. (2005). "El papel de los blogs en la acción social. Blogs en ONG, una oportunidad poco conocida". *Telos*, 65, segunda época, octubre-diciembre 2005.

<http://www.campusred.net/telos/cuadernoImprimible.asp?idarticulo=6&rev=65>  
[consultado en enero de 2007].

Bettetini, G. / Fumagalli, A. (2001). *Lo que queda de los medios: ideas para una ética de la comunicación*. Buenos Aires. La Crujía.

Black, J. (1997). *The Public/Civic/Communitarian Journalism Debate*. Hillsdale, N.J. Erlbaum.

Blanchot, M. (2003). *Los intelectuales en cuestión. Esbozo de una reflexión*. Madrid. Tecnos.

Blanco, I. (2005). *El periodismo en Ortega y Gasset*. Madrid. Biblioteca Nueva.

Böckelmann, F. (1983). *Formación y funciones sociales de la opinión pública*. Barcelona. Gustavo Gili.

Bogart, L. (1996). "The changing market of journalism". *Middle Tennessee State University, Murfreesboro, Tennessee*.  
<http://www.mtsu.edu/~masscomm/seig96/bogart/bogart.htm> [consultado en enero de 2008].

Boix Palop, A. & López García, G. (2005). "Derecho y cuarto poder en la era digital". *Revista de Estudios Políticos*, nº 130, nueva época, pp. 77-112. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. Madrid.  
<http://www.uv.es/aboixp/publicaciones/boix%20palop.%20rep%20130.pdf>  
[consultado en enero de 2007].

Boladeras, M. (1996). *Comunicación, ética y política. Habermas y sus críticos*. Madrid. Tecnos.

Borrat, H. (1989). *El periódico, actor político*. Barcelona. Gustavo Gili.

Borrat, H. (2002). "Paradigmas alternativos y redefiniciones conceptuales en comunicación periodística". *Anàlisi, quaderns de comunicació i cultura*, nº 28, 2002, pp. 55-77. Universidad Autónoma de Barcelona.  
<http://raco.cat/index.php/Analisi/article/viewFile/15102/14943> [consultado en febrero de 2008].

Borrat, H. (2005). "Periódicos de calidad: primeras propuestas para una lectura crítica". *Portal de la Comunicación*, nov, 2005. Barcelona. Universidad Autónoma. [http://www.portalcomunicacion.com/esp/n\\_aab\\_lec\\_1.asp?id\\_llico=21](http://www.portalcomunicacion.com/esp/n_aab_lec_1.asp?id_llico=21) [consultado en enero de 2008].

Bourdieu, P. (2005). *Sobre la televisión*. Barcelona. Anagrama.

Bowman, S. y Willis, Ch. (2003). *Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información*. The Media Center at the American Press Institute. Creative Commons. California. <http://www.hypergene.net/wemedia/espanol.php> [consultado en enero de 2007].

Boyte, H. / Kari, N. N. (1996). *Building America: the democratic promise of public work*. Philadelphia. Temple University Press.

Brajnovic, L. (1991). *El ámbito científico de la información*. Pamplona. Eunsa.

Briggs, A. & Burke, P. (2002). *De Gutenberg a internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid. Taurus.

Bullón, P. (1999). "Algo está cambiando". *Sala de Prensa*, nº 5, abril de 1999. <http://www.saladeprensa.org/> [consultado en marzo de 2005].

Busquet, J. / Risquete, J. (2005). "Del filosof com a intellectual al intellectual mediatic". *Tripodos*, 17, pp.9-58, junio 2005. Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna (Universitat Ramon Llull). Barcelona. [http://www.tripodos.com/pdf/17\\_01\\_BusqRisq.pdf](http://www.tripodos.com/pdf/17_01_BusqRisq.pdf) [consultado en enero de 2008].

Bybee, C. (1997). "Walter Lippmann and John Dewey". *Media, Public Opinión and Governance: Burning Down the Barn to Roast the Pig*, 10, Unit 56 of the MA in Mass Communications, University of Leicester. [http://www.infoamerica.org/teoria/articulos/lippmann\\_dewey.htm](http://www.infoamerica.org/teoria/articulos/lippmann_dewey.htm) [consultado en julio de 2006].

Cairo Carou, H. (2002): "Flujos de información y transformaciones del espacio de la política". En Cairo Carou, H (ed.). (2002). *Democracia digital: límites y oportunidades*. Madrid. Trotta.

Camacho Azurduy, C. A. (2004). "Democratización de la sociedad: entre el derecho a la información y el ejercicio de la ciudadanía comunicativa". *Sala de Prensa*, 71. Año VI, Vol. 3. Septiembre 2004. <http://www.saladeprensa.org/art563.htm> [consultado en enero de 2008].

Canel, M. J. (1993). *La opinión pública: estudio del origen de un concepto polémico en la ilustración escocesa*. Pamplona. Eunsa.

Canel, M. J. (1999). *Comunicación política: técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid. Tecnos.

Canel, M. J. & Sánchez-Aranda, J. F. (1999). "La influencia de las actitudes profesionales del periodista español en las noticias". *Anàlisi*, nº 23, 1999, pp. 151-170. UAB. <http://ddd.uab.es/pub/analisi/02112175n23p151.pdf> [consultado en enero de 2008].

Canel, M. J. & Sanders, K. (2006). *Morality Tales. Political Scandal and Journalism in Britain and Spain in the 1990s*. New Jersey. Hampton Press.

Canga Larequi, J. (2001). "Periodismo e Internet; nuevo medio, vieja profesión". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº 7, 2001. Servicio de Publicaciones Universidad Complutense. Madrid. [http://www.ucm.es/info/periol/Period\\_I/EMP/Numer\\_07/7-3-Pone/7-3-02.htm](http://www.ucm.es/info/periol/Period_I/EMP/Numer_07/7-3-Pone/7-3-02.htm) [consultado en enero de 2008].

Carey, J. (1987). "The Press and Public Discourse". *The Center Magazine*, March-April, 20, pp. 4-16.

Carey, J. (1989). *Communication as Culture*. New York. Unwin Hyman Ltd.

Carey, J. (1995). "The Press, Public Opinion and the Promise of Democracy". En Glasser & Salmon (eds.). *Public Opinion and the Communication of Consent*. Nueva York. The Guildford Press.

Carey, J. (1996). "Where journalism education went wrong". Presentation at the 1996 *Seigenthaler Conference at the Middle Tennessee State University*, US <http://www.mtsu.edu/~masscomm/seig96/carey/carey.htm> [consultado en enero de 2008].

Carey, J. (2000). "Journalism and Democracy Are Names for the Same Thing". *Nieman Reports*, Vol. 54, Nº. 2, Summer 2000. The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University. Cambridge. <http://www.nieman.harvard.edu/reports/00-2NRsummer/NRsummer00.pdf> [consultado en enero de 2008].

Carey, J. (2001). "Media and Democracy: A Philosophical Framework". *International Media and Democracy Project*. Center for International Studies at

Central State University, Ohio, USA. 2001. [http://www.imdp.org/artman/publish/article\\_22.shtml](http://www.imdp.org/artman/publish/article_22.shtml) [consultado en julio de 2006].

Carrasco Polaino, R. (2006). "El ciudadano periodista y la crisis de los medios impresos". *III Congreso Online. Observatorio para la Cibersociedad. Conocimiento abierto. Sociedad Libre.* <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=464&llengua=es> [consultado en diciembre de 2006]

Casacuberta, D. (2003). *Creación colectiva. En internet el creador es el público.* Barcelona. Gedisa.

Casals Carro, M. J. (2005). *Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística.* Madrid. Fragua.

Castells, M. (2001). *La era de la información. Vol.1. La sociedad red.* Madrid. Alianza.

Castells, M. (2003). *La era de la información. Vol. 2. El poder de la identidad.* Alianza. Madrid.

Cohen, B. (1963). *The press and the foreign policy.* Princeton. Princeton University Press.

Colombo, F. (1998). *Últimas noticias sobre el periodismo. Manual de periodismo internacional.* Barcelona. Anagrama.

Colomer, J. B. (2002). "Ilustración y liberalismo en Gran Bretaña: J. Locke, D. Hume, los economistas clásicos, los utilitaristas". En Vallespín, F. (ed.). *Historia de la Teoría Política*, 3. Madrid. Alianza Editorial Ciencia Política.

Commission on Freedom of the Press, The. (1947). *A Free and Responsible Press. A General Report on Mass Communication: Newspapers, Radio, Motion Pictures, Magazines, and Books.* The University of Chicago Press, Chicago. [http://www.archive.org/stream/freeandresponsib029216mbp/freeandresponsib029216mbp\\_djvu.txt](http://www.archive.org/stream/freeandresponsib029216mbp/freeandresponsib029216mbp_djvu.txt) [consultado en enero de 2007].

Connolly, C. (2005). *Obra Selecta.* Barcelona. Lumen.

Contreras, S. y Cadahia, L. (2006). "Las prácticas democráticas". *III Congreso Online. Observatorio para la Cibersociedad.* Noviembre-Diciembre, 2006.

<http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=863&llengua=es> [consultado en enero de 2008].

Cortina, A. (1999). *Los ciudadanos como protagonistas*. Madrid. Galaxia Gutenberg/Círculo de Lectores.

Cronkite, W. (2000). *Memorias de un reportero*. Madrid. Ediciones El País-Aguilar.

Curran, J. (2005). *Medios de comunicación y poder*. Barcelona. Editorial Hacer.

Charaudeau, P. (2003). *El discurso de la información: la construcción del espejo social*. Madrid. Gedisa.

Charity, A. (1995). *Doing public journalism*. New York. Guilford Press.

Charle, Ch. (2000). *Los intelectuales en el siglo XIX. Precursores del pensamiento moderno*. Madrid. Siglo XXI.

Chartier, R. (1998). "Libros y lectores". En Ferrone, V. & Roche, D. (Eds.). *Diccionario histórico de la Ilustración*. Madrid. Alianza Editorial.

Chejov, A. (2006). *Unos buenos zapatos y un cuaderno de notas*. Alba. Madrid.

Chomsky, N. y Herman, E.S. (1990). *Los guardianes de la libertad: propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Barcelona. Editorial Crítica.

Connolly, C. (2005). *Obra Selecta*. Barcelona. Lumen.

Dader, J. L. (1983). *Periodismo y pseudocomunicación política*. Pamplona. Eunsa.

Dader, J. L. (1990). "Las provincias periodísticas de la realidad". *Comunicación y Sociedad*. Vol. III, 1 y 2, pp. 85-134. Universidad de Navarra. <http://www.unav.es/cys/htm/indices.htm> [consultado en octubre de 2006].

Dader, J. L. (1992). *El periodista en el espacio público*. Barcelona. Bosch.

Dader, J. L. (1999). "Recuperación ciudadana de los medios: Vías de participación y contrapeso crítico de los consumidores y usuarios ante los medios de comunicación de masas". En VV.AA. *Los usuarios en la sociedad de la información*. Madrid. CEACCU. [http://www.robertexto.com/archivo10/recup\\_medios.htm](http://www.robertexto.com/archivo10/recup_medios.htm) [consultado en enero de 2008].

Dader, J. L. (1999b). "La ciberdemocracia posible". Universidad Complutense de Madrid. <http://www.ucm.es/info/per3/cic/cic6ar19.htm> [consultado en julio de 2007].

Dader, J. L. (2003). "Ciberdemocracia y ciberparlamento. El uso de correo electrónico entre los parlamentarios españoles y ciudadanos comunes". *Telos*, nº55, segunda época, abril-junio 2003, <http://www.campusred.net/telos/articuloexperiencia.asp?idarticulo=1&rev=55> [consultado en enero de 2008].

Dahl, R. (1997). "Desafíos de la teoría democrática". *Nueva Revista*, 50, pp. 159-174. Madrid.

Dahl, R. (1993). *La democracia y sus críticos*. Barcelona. Paidós.

De Fleur, M. & Ball-Rockeach, S. (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona. Paidós.

De la Fuente Álvarez, C. (2000). "Periodismo Cívico o Público". *Historia y Comunicación Social*, nº5, pp. 189-202. <http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/11370734/articulos/HICS0000110189A.PDF> [consultado en junio de 2001].

De Kerckhove, D. (1999). *La piel de la cultura. Investigando la nueva realidad electrónica*. Barcelona. Gedisa.

Debord, G. (1990). *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Barcelona. Anagrama.

Derieux, E. (2004). "Estado actual de la libertad de expresión y del derecho a la información. El punto de vista de un autor francés". *Telos*, nº58. Enero-marzo 2004 <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=3&rev=58> [consultado en diciembre de 2007].

Desantes, J. M. (1972). *La verdad en la información*. Servicio de Publicaciones de la Diputación Provincial de Valladolid.

Desantes, J. M. (1994). *La información como deber*. Buenos Aires. Ábaco.

Deuze, M. (2005). "Towards Professional Participatory Storytelling: Mapping the Potential". *Manuscript for presentation at the MIT4 conference*, May 6-8, 2005. Cambridge (MA). <http://www.hypergene.net/blog/weblog.php?id=P284> [consultado en septiembre de 2007]

Deuze, M. (2006). "Liquid Journalism". *International Communication Association & American Political Science Association*, Vol. 16, Nº. 1, Winter 2006. [http://www.mtsu.edu/~pcr/1601\\_2005\\_winter/roundtable\\_Deuze.htm](http://www.mtsu.edu/~pcr/1601_2005_winter/roundtable_Deuze.htm) [consultado en enero de 2008].

Dewey, J. (2004). *La opinión pública y sus problemas*. Madrid. Morata.

Dewey, J. (2003). *Viejo y nuevo individualismo*. Barcelona. Paidós.

Díaz Noci, J. & Salaverría, R. (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona. Ariel.

Díaz Nosty, B. (2006). "Tendencias 2006: Medios de comunicación. El año de la televisión. La huella es el mensaje". *Telefónica*. Madrid <http://www.telefonica.es/sociedaddelainformacion/html/publicacionestendencias.shtml> [consultado en febrero de 2008].

Diezhandino, M. P. (2005). "España: periodistas y medios de comunicación en el escenario del siglo XXI. Que la esperanza sea lo último que se pierda". *Telos*, nº63. Abril-junio 2005. <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=1&rev=63> [consultado en enero de 2007].

Dorroh, J. (2005). "Wiki: Don't Lose That Number". *American Journalism Review*, Agosto-septiembre, 2005. <http://www.ajr.org/Article.asp?id=3947> [consultado en enero de 2008].

Eco, U. (1995). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona. Tusquets.

Echevarría, J. (1999). "Internet y el periodismo electrónico". *Sala de Prensa*, 1 (1), 1999, <http://www.saladeprensa.org/art08.htm> [consultado en septiembre de 2006].

Edo, C. (2000). "Las ediciones digitales de la prensa: los columnistas y la interactividad con los lectores". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº 6. Servicio de Publicaciones UCM. Madrid.

Efimova, L. & De Moor, A. (2005). "Beyond personal webpublishing: An exploratory study of conversational blogging practices". *Proceedings of the Thirty-Eighth Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-38)*, enero 2005. <https://doc.telin.nl/dscgi/ds.py/Get/File-44480/> [consultado en octubre de 2006]

Elizalde, L. H. (2003). *Comunicación de masas y espacio público en Habermas. Funciones, patologías y efectos del periodismo, la publicidad y las relaciones públicas sobre la sociedad moderna*. Buenos Aires. Universidad Austral.

Elster, J. (coord.). (2001). *La democracia deliberativa*. Barcelona. Gedisa.

Enzensberger, H.M. (1972). *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona. Anagrama.

Espada, A. (2006). "La verdad en el self-service". *Informe anual sobre la profesión periodística*. Asociación de la Prensa de Madrid.

Espada, A. (2007). "De los periódicos y la democracia". *El Mundo*. 18 de agosto de 2007, p. 14. <http://www.elmundo.es/papel/2007/08/18/espana/2180622.html> [consultado en octubre de 2007].

Espiritusanto, O. (2007, Agosto, 3). Problemas a los que se enfrenta el periodismo ciudadano: Yu-Jin Chan. *Periodismociudadano.com*. Extraído el 31 de Enero, 2008 de <http://periodismociudadano.com/index.php?tag=yu-jin-chang>

Esposito, R. (2006). "Polis o comunitas". En VV.AA. *Arendt, el orgullo de pensar*. Barcelona. Gedisa.

Esteban, I. (2005). *Libertad y sentido en las sociedades democráticas. Habermas frente a Weber*. Madrid. Biblioteca Nueva.

Fallows, J. M. (1996). *Breaking the news: how the media undermine American democracy*. New York. Pantheon Books.

Fearon, J. D. (2001). "La deliberación como discusión". En Elster, J. (coord.). *La democracia deliberativa*. Barcelona. Gedisa.

Fernández del Moral, J. (1993). "La mercantilización de la información periodística". *Comunicación y Sociedad*, vol.VI, nº1 y 2, Universidad de Navarra. <http://www.unav.es/cys/vi1-2/premoral.htm> [consultado en abril de 2007].

Ferry, J. M. (1995). "Las transformaciones de la publicidad política". En Ferry, J. M., Wolton, D. y otros. *El nuevo espacio público*. Barcelona. Gedisa.

Fidler, R. (1998). *Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios*. Buenos Aires. Ediciones Granica.

Fishman, M. (1983). *La fabricación de la noticia*. Buenos Aires. Ediciones Tres Tiempos.

Fontcuberta, M. & Borrat, H. (2006). *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires. La Crujía.

Forti, S. (2001). *Vida del espíritu y tiempo de la polis*. Madrid. Cátedra.

Foucault, M. (2004). *Discurso y verdad en la antigua Grecia*. Barcelona. Paidós.

Frankfurt, H. (2006). *On Bullshit. Sobre la manipulación de la mentira*. Barcelona. Paidós.

Frankfurt, H. (2007). *Sobre la verdad*. Barcelona. Paidós.

Fraser, N. (1992). "Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy". En Calhoun, C. (ed.). *Habermas and the Public Sphere*. Massachusetts Institute of Technology, pp. 109-141. Cambridge.

Fuller, J. (1996). *News Values: Ideas for an Information Age*. Chicago. The University of Chicago Press.

Galdón, G. (Coor.). (2001). *Introducción a la comunicación y a la información*. Barcelona. Ariel.

Galdón, G. (2006). "De la objetividad a la prudencia. Hacia un paradigma informativo humanista". *Revista Comunicación y Hombre*, nº 2, 2006. Universidad Francisco de Vitoria. Madrid. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2227145> [consultado en enero de 2008].

Gambetta, D. (2001). "Claro. Ensayo sobre el machismo discursivo". En Elster, J. (coord.). *La democracia deliberativa*. Barcelona. Gedisa.

Gans, H. J. (1980). *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York. Vintage Books.

Gans, H. J. (2003). *Democracy and the news*. Nueva York. Oxford University Press.

García Agustín, O. (2006). "El espacio público político en internet". *III Congreso Online. Observatorio para la Cibersociedad. Conocimiento abierto. Sociedad Libre*. <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=1082&llengua=esberación> [consultado en diciembre de 2006].

García Alonso Montoya, P. (2006). "¿Final de la Blogosfera?". *III Congreso Online. Observatorio para la Cibersociedad. Conocimiento abierto. Sociedad Libre*.

<http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=225&llengua=es> [consultado en diciembre de 2006].

García Avilés, J. A. (2008). "La voz de los ciudadanos en Internet: ¿nuevas agendas, nuevo periodismo?" En Jurado, M. & Carvajal, M. (eds.). *La arquitectura de la información. ¿Quién construye la agenda?* Murcia. Diego Marín.

García Jiménez, L. (2007). *Las teorías de la comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Madrid. Tecnos.

García de Madariaga, J. M. (2006). "Del periodismo cívico al participativo: nuevos medios, viejas inquietudes". *Zer*, 21, 2006, Universidad del País Vasco. [http://www.ehu.es/zer/zer21/zer21\\_16\\_madariaga.pdf](http://www.ehu.es/zer/zer21/zer21_16_madariaga.pdf) [consultado en enero de 2006].

García de Torres, E. & Pou Amerigo, M. J. (2003). "Características de la comunicación digital". En Díaz Noci, J. & Salaverría, R. *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona. Ariel.

García Noblejas, J. J. (1997). *Medios de conspiración social*. Pamplona. Eunsa.

García Noblejas, J. J. (2000). *Comunicación borrosa. Sentido práctico del periodismo y de la ficción cinematográfica*. Pamplona. Eunsa.

Giddens, A. (1998). *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona. Península.

Gillmor, D. (2004). *We the Media: Grassroots Journalism by the People for the People*. Sebastopol. CA.

Giménez Armentia, P. "La objetividad, un debate inacabado". *Revista Comunicación y Hombre*, número 1. Año 2005. Universidad Francisco de Vitoria. Madrid. <http://www.ufv.es/docs/pilar.pdf> [consultado en noviembre de 2007].

Giner, S. (1994). *Historia del pensamiento social*. Barcelona. Ariel.

Giner, S. (2001). *Teoría sociológica clásica*. Barcelona. Ariel.

Gitlin, T. (2005). *Enfermos de información. De cómo el torrente mediático está saturando nuestras vidas*. Barcelona. Paidós.

Glaser, M. (2006). "Your Guide to Citizen Journalism". *PBS.org*, 2006. <http://www.pbs.org/mediashift/2006/09/> [consultado en octubre de 2006].

Goldfarb, J. (2000). *Los intelectuales en la sociedad democrática*. Cambridge. Universidad de Cambridge.

- Gomis, L. (1974). *El medio media*. Madrid. Semanarios y Ediciones.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo*. Barcelona. Paidós.
- González García, J. M. (1993). "Reflexiones sobre 'El pensamiento conservador' de Karl Mannheim". *REIS*, nº62, 1993 [http://www.reis.cis.es/REISWeb/PDF/REIS\\_062\\_06.PDF](http://www.reis.cis.es/REISWeb/PDF/REIS_062_06.PDF) [consultado en enero de 2008].
- González Prada, Ch. (2005). "Prólogo". En Xammar, E. *Crónicas desde Berlín (1930-1936)*. Madrid. Acantilado.
- Gore, A. (2007). *El ataque contra la razón*. Barcelona. Debate.
- Graham, G. (2001). *Internet: una indagación filosófica*. Madrid. Cátedra.
- Graham, K. (1999). *Una historia personal*. Madrid. Alianza.
- Granchet Valentin, A. (2005). "¿Fracasó la comunicación política en Francia?". *Chasqui*, nº 91. pp: 11-17. Septiembre, 2005. <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/160/16009104.pdf> [consultado en enero de 2008].
- Habermas, J. (1992). "Tres modelos de democracia. Sobre el concepto de una política deliberativa". *Debats*, nº 39, pp. 19-21. Universidad Complutense. Madrid. <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=30541007> [consultado en enero de 2008].
- Habermas, J. (2002). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona. Gustavo Gili.
- Habermas, J. (2002 b). *Ensayos políticos*. Barcelona. Península.
- Habermas, J. (2003). *Teoría de la acción comunicativa 1. Racionalidad de la acción y racionalización social*. Madrid. Taurus.
- Habermas, J. (2003b). *Teoría de la acción comunicativa 2. Crítica de la razón funcionalista*. Madrid. Taurus.
- Habermas, J. (2005). *Facticidad y validez. Sobre el derecho y el Estado democrático de derecho en términos de teoría del discurso*. Madrid. Trotta.
- Habermas, J. (2006). *Entre naturalismo y religión*. Barcelona. Paidós.
- Habermas, J. & Rawls, J. (1998). *Debate sobre el liberalismo político*. Barcelona. Paidós.

Heikkilä, H. & Kunelius, R. (2002). "Access, Dialogue, Deliberation: Experimenting with Three Concepts of Journalism Criticism". *Theoretical Foundations*. Jul. nº 17, 2002. [http://www.imdp.org/artman/publish/article\\_27.shtml](http://www.imdp.org/artman/publish/article_27.shtml) [consultado en octubre de 2007].

Herrell, A. (2002). "Are Weblogs Journalism?" En *Poynteronline*, el 15 de septiembre de 2002.. <http://www.poynter.org/forum/default.asp?id=27299> [consultado en enero de 2007].

Hitchens, Ch. (2003). *La victoria de Orwell*. Barcelona. Emecé.

Honoré, C. (2005). *Elogio de la lentitud. Un movimiento mundial desafía el culto a la velocidad*. Barcelona. RBA.

Hook, S. (2000). *John Dewey. Semblanza intelectual*. Barcelona. Paidós.

Horkheimer, M. (2002). *Crítica de la razón instrumental*. Madrid. Trotta.

Humanes, M. L. (2003). "Evolución de roles y actitudes. Cultura y modelos profesionales del periodismo". *Telos*, nº54, segunda época. 2003. <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=3&rev=54> [consultado en julio de 2007].

Hutchins, R. M. (1947). *Una prensa libre y responsable. The Commission on Freedom of the Press*. Chicago. Chicago University Press. <http://www.infoamerica.org/teoria/hutchins1.htm> [consultado en enero de 2008].

Ignatieff, M. (2002). *El honor del guerrero. Retratos impactantes de las nuevas maneras de hacer la guerra*. Madrid. Suma de Letras.

Innerarity, D. (1990). *Dialéctica de la Modernidad*. Madrid. Rialp.

Innerarity, D. (2004). *La sociedad invisible*. Madrid. Espasa.

Innerarity, D. (2006). *El nuevo espacio público*. Madrid. Espasa.

Jarvis, J. (2007). "How do we teach the conversation?" *Buzzmachine*, octubre 2007. <http://www.buzzmachine.com/2007/10/05/how-do-we-teach-the-conversation/> [consultado en noviembre de 2007].

Johnson, P. (1999). *El nacimiento del mundo moderno*. Buenos Aires. Vergara-Ediciones B.

Juliá, S. (2005). *Historia de las dos Españas*. Madrid. Taurus.

Kapuscinski, R. (2003). *Lapidarium IV*. Barcelona. Anagrama.

Kapuscinski, R. (2004). *El mundo de hoy*. Barcelona. Anagrama.

Kapuscinski, R. (2006). *Viajes con Heródoto*. Barcelona. Anagrama.

Knight, I. "Madeleine McCann: You are all guilty". *Times online*, 16 de septiembre de 2007. <http://www.timesonline.co.uk/tol/news/world/europe/article2459924.ece> [consultado en diciembre de 2007].

Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid. Santillana-El País.

Kurlansky, M. (2005). *1968. El año que conmocionó al mundo*. Barcelona. Destino.

Lambeth, E. B. (1998). "Public Journalism as a Democratic Practice". En Lambeth, E. B., Meyer, Ph. & Thorson, E. (Eds). *Assessing Public Journalism*. Missouri (Col). University of Missouri Press.

Lamo de Espinosa, E. (1993). "En el centenario de Karl Mannheim (1893-1947)". *Reis*, nº62. pp. 7-13. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=766284> [consultado en enero de 2008].

Lara, T. (2005). "Blogs para educar. Usos de los blogs en una pedagogía constructivista". *Telos*, 55, segunda época, octubre-diciembre 2005. <http://www.campusred.net/telos/cuadernoImprimible.asp?idarticulo=2&rev=65> [consultado en octubre de 2006]

Lara, T. (2004). "Weblogs y periodismo participativo". *Congreso IAMCR de Brasil*, julio 2004. <http://www.tiscar.com/weblogs-y-periodismo-participativo/> [consultado en febrero de 2007].

Lasch, Ch. (1992). *La rebelión de las élites*. Barcelona. Paidós.

Lasch, Ch. (1995). "Journalism, Publicity and the Lost Art of Argument". *Media Studies Journal*, Vol 9, nº 1, Winter 1995, p. 81.

Lasch, Ch. (1999). *La cultura del narcisismo*. Barcelona. Andrés Bello.

Lash, S. (2005). *Crítica de la información*. Buenos Aires. Amorrortu.

Lasica, J. D. (2002). "The Promise of the Daily Me". *Online Journalism Review*, 32, 2002. <http://www.ojr.org/ojr/lasica/1017779142.php> [Consultado en diciembre de 2006].

Lasica, J. D. (2003). "Participatory Journalism Puts the Reader in the Driver's Seat". *Online Journalism Review*, 7 de agosto de 2003. <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060218311.php> [consultado en octubre de 2007].

Le Goff, J. (1986). *Los intelectuales en la Edad Media*. Barcelona. Gedisa.

Lecaros, M. J. (1984). "Contenido y conclusiones de la Comisión Hutchins". *Cuadernos de Información*, 1. Facultad de Comunicaciones. Pontificia Universidad Católica de Chile. [http://fcom.altavoz.net/prontus\\_fcom/site/artic/cuadernos/01/04\\_mjlecaros.pdf](http://fcom.altavoz.net/prontus_fcom/site/artic/cuadernos/01/04_mjlecaros.pdf) [consultado en enero de 2008].

Lemann, N. (2006). "Journalism without journalists". *The New Yorker*, agosto, 2006 [http://www.newyorker.com/printables/fact/060807fa\\_fact1](http://www.newyorker.com/printables/fact/060807fa_fact1) [consultado en diciembre de 2006].

Levy, P. (1992). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona. Paidós.

Lilla, M. (2004). *Pensadores arriesgados. Los intelectuales en la política*. Madrid. Debate.

Linz, J. (1987). *La quiebra de las democracias*. Madrid. Alianza

Lipovetsky, G. (2003). *Metamorfosis de la cultura liberal. Ética, medios de comunicación, empresa*. Anagrama. Barcelona.

Lipovetsky, G. (2005). *El crepúsculo del deber. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*. Barcelona. Anagrama.

Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid. Langre.

López-Escobar, E. (2001). "Comunicación, información y democracia". En Galdón, G. (coord.). *Introducción a la comunicación y a la información*. pp: 27-45. Barcelona. Ariel.

Lorente, M. (2002). "Reflexiones sobre la revolución". En Vallespín, F. (ed.). *Historia de la Teoría Política*, 3. Madrid. Alianza Editorial Ciencia Política.

Luhmann, N. (1998). *Complejidad y modernidad: De la unidad a la diferencia*. Barcelona. Trotta.

Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona. Anthropos.

Llano, A. (1999). *Humanismo cívico*. Barcelona. Ariel.

Llano, A. (2001). *El diablo es conservador*. Pamplona. Eunsa.

Llano, A. (2004). *El carácter relacional de los valores cívicos*. Madrid. Fundación Iberdrola.

Lleixá, J. (1996). "El conservadurismo". En Caminal, M. (coord.). *Manual de Ciencia Política*. Madrid. Tecnos.

Lynch, M. P. (2005). *La importancia de la verdad para una cultura pública decente*. Barcelona. Paidós.

Lyotard, J. F. (1998). *La condición posmoderna*. Madrid. Cátedra.

Malamud, P. (1996). "El periodismo cívico: ¿un antídoto de la apatía?". *Publicaciones Electrónicas de USIS*, Vol. 1, nº. 8, julio de 1996. <http://usinfo.state.gov/journals/itdhr/0796/ijds/civjourn.htm> [consultado en agosto de 2007].

Mancini, P. & Swanson, D. (1996). *Politics, Media, and Modern Democracy*. Londres. Praeger.

Marina, J. M. (2003). *Los sueños de la razón. Ensayos sobre la experiencia política*. Barcelona. Anagrama.

Marquard, O. (2006). *Felicidad en la infelicidad. Reflexiones Filosóficas*. Buenos Aires. Katz Editores.

Martín Algarra, M. (1988). "La comisión Hutchins: del derecho a la libre expresión a la responsabilidad de la prensa". En López-Escobar, E. y Orihuela, J.L. (eds.). *La responsabilidad pública del periodista*. Pamplona. Eunsa.

Martín Cubas, J. (2001). *Democracia e internet*. Valencia. Centro Tomás y Valiente.

Martín López, E. (1992). "Para una sociología de la prensa. Introducción a un texto de Max Weber". *Reis*, nº 57, pp. 247-249. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=249814> [consultado en enero de 2008].

Martín López, E. (1996). *Sociología de la opinión pública*. Madrid. Eurolex.

Martínez Albertos, J. L. (1972). *La información en una sociedad industrial*. Madrid. Tecnos.

Martínez Albertos, J. L. (1991). *Curso General de Redacción Periodística*. Madrid. Paraninfo.

Martínez Mahugo, S. (2006) "La influencia del periodismo ciudadano en los medios tradicionales". *Dosdoce Revista Cultural*. Comunicación en el VII Congreso de Periodismo Digital de Huesca. [http://www.dosdoce.com/continguts/articulosOpinion/vistaSola\\_cas.php?ID=18](http://www.dosdoce.com/continguts/articulosOpinion/vistaSola_cas.php?ID=18) [consultado en enero de 2008].

Martínez, L. (2005). "El Periodista en Transformación en el Ciberespacio: la Reivindicación del Periodista como Periodificador en la Red". *Razón y Palabra*, nº 42, enero de 2005, <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n42/lmartinez.html>, [consultado en septiembre de 2006].

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la Opinión Pública y en el conocimiento*. Barcelona. Paidós.

McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona. Paidós.

McNair, B. (1998). *The sociology of Journalism*. London. Arnold.

McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona. Paidós.

McQuail, D. (2005). "De la masa a las perspectivas de la comunicación masiva". *Diálogos de la Comunicación*, 21. Felafacs, 2005. <http://www.felafacs.org/dialogos-21> [consultado en enero de 2007].

Menand, L. (2002). *El club de los metafísicos. Historia de las ideas en América*. Barcelona. Destino.

Merritt, D. (1995). *Public Journalism and Public Life: Why Telling the News is not Enough*. Hillsdale, N.J. Erlbaum.

Merritt, D. (1995 b). "The misconception about public journalism". *Editor & Publisher*, 26, pp. 80-81, July, 1995.

Merritt, D. (1996). "Missing the point". *American Journalism Review*, Vol. 18, July-August 1996. [http://www.questia.com/googleScholar.qst;jsessionid=Hx8pXW7qLCHjhVMDmj\\_p2HfhGHV7FQpqc96rr2y3G9WJG8hqRpwP!1485274172?docId=5000375541](http://www.questia.com/googleScholar.qst;jsessionid=Hx8pXW7qLCHjhVMDmj_p2HfhGHV7FQpqc96rr2y3G9WJG8hqRpwP!1485274172?docId=5000375541) [consultado en enero de 2008].

Merritt, D. (1997). "Periodismo público: nuevas respuestas a preguntas clave". *Cuadernos de Información*, n° 12, 1997. Facultad de Comunicaciones Pontificia Universidad Católica de Chile. [http://fcom.altavoz.net/prontus\\_fcom/site/artic/20050424/pags/20050424165732.html](http://fcom.altavoz.net/prontus_fcom/site/artic/20050424/pags/20050424165732.html) [consultado en enero de 2008].

Meyer, Ph. (1993). *Periodismo de precisión*. Barcelona. Bosch.

Meyer, Ph. (2004). *The vanishing newspaper: saving journalism in the information age*. University of Missouri Press.

Miguel, L. F. (2003). "Representação política em 3-D: elementos para uma teoria ampliada da representação política". *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol.18, n°51. São Paulo. <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v18n51/15989.pdf> [consultado en enero de 2007].

Mill, J. S. (1999). *Sobre la libertad*. Madrid. Alianza Editorial.

Minc, A. (1995). *La borrachera democrática: el nuevo poder de la opinión pública*. Madrid. Temas de Hoy.

Mindich, D.T.Z. (1998). *Just the Facts. How objectivity came to define american journalism*. New York. UniPress.

Miralles, A. M. (2002). "El periodismo cívico como comunicación política". *Theoretical Foundations. The Internacional Media and Democracy Project*, 9 de julio de 2002. [http://www.imdp.org/artman/publish/article\\_26.shtml](http://www.imdp.org/artman/publish/article_26.shtml) [consultado en enero de 2005].

Monzón, C. (1987). *Historia, la opinión pública teoría, concepto y métodos*. Madrid. Tecnos.

Monzón, C. (1996). *Opinión pública, comunicación y política*. Madrid. Tecnos.

Mora y Araujo, M. (2005). *El poder de la conversación. Elementos para una teoría de la opinión pública*. Buenos Aires. La Crujía.

Morales Martín, J. J. (2006). "¿Fomentan los blogs el debate ciudadano?". *Cibersociedad*, 2006. [www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=375&llengua=es](http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=375&llengua=es) [consultado en diciembre de 2006].

Muñoz Alonso, A (1990). *Opinión pública y comunicación política*. Madrid. Eudema.

Muñoz Alonso, A. & Rospir, J. I. (eds.). (1995). *Comunicación Política*. Madrid. Universitas.

Muñoz Alonso, A. y Rospir, J. I. (eds.). (1999). *Democracia mediática y campañas electorales*. Barcelona. Ariel.

Muñoz Torres, J. R. (1995). "Objetivismo, subjetivismo y realismo como posturas epistemológicas sobre la actividad informativa". *Comunicación y Sociedad*, vol. VIII, nº 2. 1995, pp. 141-172. Universidad de Navarra. <http://www.unav.es/cys/viii2/preramon.htm> [consultado en enero de 2008].

Naisbitt, J. (1992). *Macrotendencias*. Barcelona. Mitre.

Nájera Pérez, E. (2006). "Descartes y el renacimiento. Las claves humanistas de su antropología". *Eikasia. Revista de Filosofía*, II 6, septiembre 2006. <http://www.revistadefilosofia.org> [consultado en enero de 2007].

Negroponte, N. (1995). *El mundo digital*. Barcelona. Ediciones B.

Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio*. Barcelona. Paidós.

Noguera, J.M. "Una mirada atrás: rasgos y reflexiones para saber lo que es un blog". *Congreso Online. Observatorio para la Cibersociedad. Conocimiento abierto. Sociedad Libre*, 2004. [http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom\\_publica2.php?idioma=es&id=344&grup=43&estil=1](http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom_publica2.php?idioma=es&id=344&grup=43&estil=1), [consultado el 5 de septiembre de 2006].

Núñez Ladeveze, L. (2004). "Democracia y medios de comunicación". En Casals Carro, M. J. (coord.). *Mensajes periodísticos y sociedad del conocimiento*. Madrid. Fragua.

Orihuela, J. L. (1988). "Algunas reflexiones en torno a la función logoterapéutica del periodismo como nueva dimensión de la responsabilidad pública". En López-Escobar, E. y Orihuela, J.L. (eds.). *La responsabilidad pública del periodista*. Pamplona. Eunsa.

Orihuela, J. L. (2002). "Internet, nuevos paradigmas de la comunicación". *Chasqui*, nº 77, 2002. [www.comunica.org/chasqui](http://www.comunica.org/chasqui) [consultado en octubre de 2006].

Orihuela, J. L. (2004). "Los weblogs: de la revolución a la consolidación". *Chasqui*, nº 85, 2004 <http://www.comunica.org/chasqui/index.html> [consultado en febrero 2007].

Orihuela, J. L. (2006). *La revolución de los blogs*. Madrid. Esfera de los libros.

Ortega, F. (1992). "Los nuevos intelectuales orgánicos". *Claves de Razón Práctica*, nº 24, julio, 1992. Madrid.

Ortega, F. (1997). "Del auge del periodismo". *Claves de Razón Práctica*, nº 72, mayo 1997. Madrid

Ortega, F. & Humanes, M. L. (2000). *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona. Ariel.

Ortega, F. & Humanes, M. L. (coord.). (2006). *Periodismo sin información*. Madrid. Universidad Complutense.

Pagden, A. (2002). *La Ilustración y sus enemigos. Dos ensayos sobre los orígenes de la modernidad*. Barcelona. Península.

Patterson, P. (1994). *Out of Order*. New York. Basic Books.

Pena de Oliveira, F. (2006). *Teoría del periodismo*. Sevilla. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Peña Ochoa, P. (2006). "TIC's de conocimiento libre y e-gobernabilidad: ¿Emergencia popular o reproducción de la élite?". Artículo presentado en el *III Congreso online de la Cibersociedad*. <http://www.cibersocietat.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=542> [consultado en febrero de 2008].

Perelman, Ch. & Olbrechts-Tyteca, L. (1989). *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Madrid. Gredos.

Pérez Luque, M.J. & Perea, M. (1998). "El reto de crear noticias online. Análisis de la comunicación online actual y perspectivas de futuro". *Cuadernos de Documentación Multimedia*, núm. 6-7. Universidad Complutense de Madrid. <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuad6-7/noticias.htm> [consultado en febrero de 2008].

Pérez Martínez, V. (2006). "Los weblogs como herramienta para la creación de nuevos espacios públicos". *III Congreso Online de la Cibersociedad, 2006* <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=799&llengua=es#dalt14> [consultado en diciembre de 2006].

Peskin, D. y Achison, A. (2006). "Nuevos medios de difusión reconfiguran la sociedad mundial". *EJournal USA*, marzo 2006. Departamento de Estado de Estados Unidos. Washington.

<http://usinfo.state.gov/journals/itgic/0306/ijgs/peskin.htm> [consultado en febrero de 2008].

Pettit, Ph. (1999). *Republicanism. Una teoría sobre la libertad y el gobierno*. Barcelona. Paidós.

Popper, K. (1972). *Conjeturas y refutaciones. El desarrollo del conocimiento científico*. Barcelona. Paidós.

Popper, K. (1994). *En busca de un mundo mejor*. Barcelona. Paidós.

Popper, K. (1995). *La responsabilidad de vivir*. Barcelona. Paidós.

Popper, K. (2005). *El mito del marco común*. Barcelona. Paidós.

Popper, K. (2006). *La sociedad abierta y sus enemigos*. Barcelona. Paidós.

Postman, N. (2001). *Divertirse hasta morir: el discurso público en la era del business*. Barcelona. Ediciones de la Tempestad.

Price, V. (1994). *La opinión pública*. Barcelona. Paidós.

Quirós, F. (2002). "La prensa del siglo XXI: el final del perro guardián". *Telos*, nº 51, segunda época, 2002. <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=5&rev=51> [consultado en enero de 2007].

Ralston, S. J. (2004). "Deliberative Democracy as a Matter of Public Spirit: Reconstructing the Dewey-Lippmann Debate". Artículo presentado en el *31st Annual Conference of the The Society For The Advancement Of American Philosophy*, marzo 2004. [http://www.american-philosophy.org/archives/past\\_conference\\_programs/pc2004/submissions/publicspirit.htm](http://www.american-philosophy.org/archives/past_conference_programs/pc2004/submissions/publicspirit.htm) [consultado en enero de 2008].

Ramonet, I. (Ed.). (1998). *Internet, el mundo que llega. Los nuevos caminos de la comunicación*. Madrid. Alianza.

Ramonet, I. (2003). "El quinto poder". *Le Monde Diplomatique* (edición española), octubre 2003. <http://www.rebellion.org/medios/031017ramonet.htm> [consultado en julio de 2005].

Ramonet, I. (2003 b). *La tiranía de la comunicación*. Barcelona. Debate.

Redondo, I. (2005). "The Public and its problems. Opinión pública y comunicación en la obra de John Dewey". Universidad de Navarra. 2005

<http://www.unav.es/gep/Dewey/OpinionPublicaComunicacion.pdf> [consultado en febrero de 2006].

Reig, R. (2001). *El éxtasis cibernético. Comunicación, democracia y neototalitarismo a principios del siglo XXI*. Madrid. Ediciones Libertarias.

Revel, J.-F. (1993). *El conocimiento inútil*. Madrid. Espasa Calpe Austral.

Rey, del J. (1996). *Democracia y posmodernidad*. Madrid. Universidad Complutense.

Rey, del J. (1988). "Responsabilidad pública del periodista: el periodismo como investigación y el método científico". En López-Escobar, E. y Orihuela, J.L. (eds.). *La responsabilidad pública del periodista*. Pamplona. Eunsa.

Rheingold, H. (2004). *Multitudes inteligentes*. Barcelona. Gedisa.

Ridao, J. M. (2005). "El intelectual y sus quimeras". *Arhipiélago*, nº 66, julio-agosto 2005, p. 35.

Ritzer, G. (2002). *Teoría sociológica moderna*. Madrid. McGraw-Hill.

Rivera, J. M. (2005). *Menos utopía y más libertad*. Madrid. Tusquets.

Riviere, M. (2003). *El malentendido. Cómo nos educan los medios de comunicación*. Barcelona. Icaria.

Rodrigo Alsina, M. (1996). *La construcción de la noticia*. Madrid. Paidós.

Rodrigo Alsina, M. (2002). *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona. Universidad Autónoma.

Rodríguez Adrados, F. (2007). *El reloj de la historia. Homo Sapiens, Grecia Antigua y Mundo Moderno*. Barcelona. Ariel.

Rojas, C. (2006). "Los nuevos populismos mediáticos. La relación entre ciudadanía, medios masivos y política en Bolivia". *CIC*, nº5, 2006 <http://www.ucm.es/info/per3/cic/> [consultado en marzo de 2007].

Rojas, O. (VV.AA.). (2005). "Blogs y relaciones públicas". En VV.AA. *Blogs. La conversación en internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos*. Madrid. ESIC.

Rorty, R. (1996). *Objetividad, relativismo y verdad*. Barcelona. Paidós.

Rorty, R. (1998). *Pragmatismo y política*. Barcelona. Paidós.

Rorty, R. (2005). *Cuidar la libertad*. Madrid. Trotta.

Rosen, J. (1996). *Getting the Connections Right: Public Journalism and the Troubles in the Press*. New York. The Twentieth Century Fund Press.

Rosen, J. (2002). "Public Journalism as democratic art". *IMDP, The International Media and Democracy Project*, 17 de julio de 2002. [http://www.imdp.org/artman/publish/article\\_23.shtml](http://www.imdp.org/artman/publish/article_23.shtml) [consultado en febrero de 2008].

Rosen, J. (2006). "The People Formerly Known as the Audience". *PressThink*, 27 de junio de 2006. [http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2006/06/27/ppl\\_frmr.html](http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2006/06/27/ppl_frmr.html) [consultado en febrero de 2008].

Rosen, J. (2006 b). "On James Carey: An Appreciation". *Poynter Online*, mayo 2006. *The Poynter Institute*. [http://www.poynter.org/content/content\\_view.asp?id=101810](http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=101810) [consultado en enero de 2007].

Rosen, J. & Merritt, D. (1994). *Public Journalism. Theory and Practice*. Ohio. Kettering Foundation.

Rubio Carracedo, J. (2005). "Civildad". En VV.AA. *Democracia y virtudes cívicas*. Madrid. Biblioteca Nueva.

Sáez, A. (2005). "La condició intelectual del periodista". *Trípodos*, 17. pp. 97-101. Barcelona.

Said, E. W. (2006). *Humanismo y crítica democrática. La responsabilidad pública de escritores e intelectuales*. Barcelona. Debate.

Salaverría, R (1997). "Aproximación a los orígenes de la preceptiva sobre escritura periodística (1840-1940)". En *Comunicación y Sociedad*. Vol. X. 1997, nº.1 <http://www.unav.es/cys/x1/proteger/salaverria.htm> [consultado en diciembre de 2007].

Sampedro, J. (2006). "En la red científica". *El País*, Babelia, 27 de mayo de 2006. [http://www.elpais.com/articulo/semana/red/cientifica/elpepuculbab/20060527elpb/abese\\_1/Tes](http://www.elpais.com/articulo/semana/red/cientifica/elpepuculbab/20060527elpb/abese_1/Tes) [consultado en febrero de 2008].

Sampedro, V. (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid. Istmo.

Sánchez Noriega, J. L. (1997). *Crítica de la seducción mediática*. Barcelona. Tecnos.

Sancho, C. (2003). "Un modelo diferente de democracia: La democracia deliberativa. Una aproximación a los modelos de Cohen y Habermas". *Revista de Estudios Políticos*, (Nueva Época), nº 122, octubre-diciembre de 2003. [http://www.cepc.es/rap/Publicaciones/Revistas/3/REPNE\\_122\\_203.pdf](http://www.cepc.es/rap/Publicaciones/Revistas/3/REPNE_122_203.pdf) [consultado en febrero de 2008].

Santos Saínz, M. (2003). *El poder de la elite periodística*. Madrid. Fragua.

Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid. Taurus.

Sartori, G. (1995). *Teoría de la Democracia*. Madrid. Alianza Editorial.

Savalli, C. (2006). "Newsroom of the future. A Report". *The Spokesman-Review*, diciembre de 2006. Spokane, Washington. [http://www.spokesmanreview.com/media/pdf/010407\\_sr\\_newsroom\\_report.pdf](http://www.spokesmanreview.com/media/pdf/010407_sr_newsroom_report.pdf) [consultado en enero de 2008].

Savater, F. (2007). *Diccionario filosófico*. Barcelona. Ariel.

Schaffer, J. (2001). "La función de los medios de información en construir una comunidad". *Cuestiones Mundiales*, abril 2001 <http://usinfo.state.gov/journals/itgic/0401/ijgs/gj-2.htm> [consultado en abril de 2007].

Scheufele, D. (1999). "Framing as a theory of media effects". *Journal of Communication*, 49, Winter 1999, pp.103-122. <http://www.questia.com/googleScholar.qst;jsessionid=H1vJjTwhjw2PyhJyhjOfGX M38JfF1D3gjtV2G7NnPycDv14qIf2b!-1423702225?docId=96498327> [consultado en febrero de 2008].

Schudson, M. (1978). *Discovering the News*. New York. Basic Books.

Schudson, M. (1995). *The Power of News*. Cambridge (Mass.). Harvard University Press.

Séité, Y. (1998). "Novela". En Ferrone, V. & Roche, D. (Eds.). *Diccionario histórico de la Ilustración*. Madrid. Alianza Editorial.

Sennet, R. (1978). *El declive del hombre público*. Barcelona. Península.

Shepard, A. C. (1995). "Climbing Down From The Ivory Tower". *American Journalism Review*, May 1995, pp. 18-25.

<http://www.questia.com/googleScholar.qst?docId=5000308067> [consultado en febrero de 2008].

Shepard, A. C. (2005). "Upheaval on Los Angeles Times Editorial Pages". *The New York Times*, el 13 de junio de 2005. <http://www.nytimes.com/2005/06/13/business/media/13lat.html?pagewanted=1&ei=5088&en=797829988791d603&ex=1276315200&partner=rssnyt&emc=rss> [Consultado en septiembre de 2007].

Smith, A. (2000). *La riqueza de las naciones*. Madrid. Alianza.

Smith, A. (1999). *Teoría de los sentimientos morales*. Madrid. Alianza.

Sokal, A. & Bricmont, J. (1999). *Imposturas intelectuales*. Barcelona. Paidós.

Soria, C. (1987). *Derecho de la información. Análisis de su concepto*. San José, Costa Rica. Ecam.

Soria, C. (1988). "La crisis de identidad del periodista". En López-Escobar, E. & Orihuela, J.L. (eds.). *La responsabilidad pública del periodista*. Pamplona. Eunsa.

Soria, C. (1989). *La crisis de identidad del periodista*. Barcelona. Mitre.

Soria, C. (1990). "El final de la metáfora del cuarto poder". *Comunicación y Sociedad*, volumen III, nº1-2. pags: 201-207. Universidad de Navarra. <http://www.unav.es/cys/iii1-2/presoria.htm> [consultado en octubre de 2007].

Sorman, G. (1991). *Los verdaderos pensadores de nuestro tiempo*. Barcelona. Seix Barral.

Sotelo, I. (2005). "La inteligencia y el intelectual". *Arhipiélago*, nº 66, julio-agosto 2005, p. 69.

Spaemann, R. (2004). *Europa: ¿Comunidad de valores y ordenamiento jurídico?* Madrid. Fundación Iberdrola.

Splichal, S. (1999). *Public Opinion: Developments and Controversies in the Twentieth Century*. New York. Rowman and Littlefield.

Steel, R. (2007). *El periodista y el poder, una biografía de Walter Lippmann*. San Lorenzo de El Escorial. Langre.

Sunstein, C. R. (2003). *República.com. Internet, democracia y libertad*. Barcelona. Paidós.

Tannen, D. (1999). *La cultura de la polémica. Del enfrentamiento al diálogo*. Barcelona. Paidós.

Terceiro, J. B. (1996). *Sociedad digital. Del homo sapiens al homo digitalis*. Madrid. Alianza Editorial.

Terceiro, J. B. & Matías, G. (2001). *Digitalismo: el nuevo horizonte sociocultural*. Madrid. Santillana.

Thompson, J. B. (1998). *Los media y la Modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona. Paidós.

Toffler, A. (1982). *La tercera ola*. Barcelona. Plaza y Janés.

Tocqueville, A. (1985). *La democracia en América*. Madrid. Alianza.

Tocqueville, A. (1998). *La democracia en América*. Madrid. Alianza.

Tortarolo, E. (1998). "El iluminismo". En Ferrone, V. & Roche, D. (Eds.). *Diccionario histórico de la Ilustración*. Madrid. Alianza.

Trejo Delarbre, R. (2005). *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos*. México. Cal y arena.

Tuchman, G. (1972). "Objectivity Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity", *American Journal of Sociology*, 77, 4. En español: "La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas". En <http://www.ucm.es/info/per3/cic/Cic4ar12.htm> [consultado en enero de 2008].

Tucídides (2007). *Historia de la Guerra del Peloponeso*. Madrid. Cátedra.

Tunstall, J. (1992). *Journalists at work*. Londres. Constable.

Ureña, E. (1978). *La teoría crítica de la sociedad de Habermas*. Madrid. Tecnos.

Uriarte, E. (1996). "Los intelectuales y los medios de comunicación de masas". *ZER, Revista de Estudios de Comunicación*, 1996. <http://www.ehu.es/zer/> [Consultado en febrero de 2008].

Vallespín, F. (2003). *El futuro de la política*. Madrid. Santillana.

Varela, J. (2005). "Blogs vs. MSM. Periodismo 3.0, la socialización de la información". *Telos*, 65, segunda época. Octubre-Diciembre de 2005. <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=7&rev=65> [consultado en enero de 2008].

Varela, J. (2006). "El fin de la era de la prensa". *Cuadernos de Periodistas*, octubre 2006. Asociación de la Prensa de Madrid, 2006.

[http://institucional.apmadrid.es/ACM\\_Upload/1611KXW622006.pdf](http://institucional.apmadrid.es/ACM_Upload/1611KXW622006.pdf) [consultado en febrero de 2008].

Varela, J. (2005). "Periodismo participativo: el periodismo 3.0". En VV.AA. *Blogs. La conversación en internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos*. Madrid. ESIC.

Vargas-Machuca, R. (2005). "Solidaridad". En VV.AA. *Democracia y virtudes cívicas*. Madrid. Biblioteca Nueva.

Velasco, J. C. (2003). *Para leer a Habermas*. Madrid. Alianza.

Verdú, V. (2003). *El estilo del mundo*. Barcelona. Anagrama.

Virilio, P. (1995) "Velocidad e información. ¡Alarma en el ciberespacio!". *Le Monde Diplomatique*, agosto de 1995. <http://aleph-arts.org/pens/speed.html> [consultado en enero de 2008].

Voyenne, B. (1984). *La información, hoy*. Barcelona. Mitre.

VV. AA. Tendencias. *Medios de Comunicación. El año de la Televisión. Telefónica*. Madrid: 2006. <http://www.telefonica.es/sociedaddelainformacion/html/publicacionestendencias.shtml> [consultado en febrero de 2007].

Weber, M. (1992). "Para una sociología de la prensa". *Reis*, 57, pp. 251-59, 1992. [http://www.reis.cis.es/REISWeb/PDF/REIS\\_057\\_20.pdf](http://www.reis.cis.es/REISWeb/PDF/REIS_057_20.pdf) [consultado en febrero de 2008].

Weill, G. (1979). *El periódico. Orígenes, evolución y función de la prensa periódica*. México. Uteha.

Whipple, M. (2005). "The Dewey-Lippmann Debate Today: Communication Distortions, Reflective Agency, and Participatory Democracy". *Sociological Theory*, 23 (2), pp. 156-178, 2005. <http://www.blackwell-synergy.com/doi/abs/10.1111/j.0735-2751.2005.00248.x> [consultado en diciembre de 2006].

Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona. Paidós.

Wolfe, T. (1975). *El Nuevo Periodismo*. Barcelona. Anagrama.

Wolton, D. (1995). "La comunicación política: construcción de un modelo". En Ferry, J. M./Wolton, D. & otros. *El nuevo espacio público*. Barcelona. Gedisa.

Wolton, D. (1995 b). "Los medios, eslabón débil de la comunicación política". En Ferry, J. M., Wolton, D. & otros. *El nuevo espacio público*. Barcelona. Gedisa.

Wolton, D. (1999). *Sobre la comunicación*. Madrid. Acento.

Wolton, D. (2006). *Salvemos la comunicación. Aldea global y cultura. Una defensa de los ideales democráticos y la cohabitación mundial*. Barcelona. Gedisa.

Wrede, O. (2003). "Weblogs and Discourse". *BlogTalk*, Viena, 2003. [http://weblogs.design.fhaachen.de/owrede/publikationen/weblogs\\_and\\_discourse](http://weblogs.design.fhaachen.de/owrede/publikationen/weblogs_and_discourse) [consultado en octubre de 2006].

Zaid, G. (2003). "De la bodega a la red". *Letras Libres*, agosto de 2003. <http://www.letraslibres.com/index.php?art=8967> [consultado el 1 de agosto de 2006].

Zaller, J. (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Nueva York. Cambridge University Press.

Zamora, R. y Álvarez, C. (2006). "Las fronteras del (des)orden. Nuevos medios y nuevo espacio público: ciberperiodismo y ciberdemocracia". *Sphera Pública*, 6, pp. 15-49. Universidad Católica de Murcia. <http://www.ucam.edu/sphera/06/06.pdf> [consultado en febrero de 2008].

Zeller, Carlos. (2001). "Los medios y la formación de la voz en una sociedad democrática". *Análisi*, nº 26, pp. 121-144, 2001. <http://ddd.uab.es/pub/analisi/02112175n26p121.pdf> [consultado en octubre de 2007].