

Percepción de la realidad mediática y deontología periodística: hacia un periodismo participativo acorde con una Democracia Deliberativa

Perception of media reality and journalism professional deontology: towards a participatory journalism in line with a Deliberative Democracy

María Lamuedra*

*Universidad de Sevilla, España

Resumen

El trabajo que nos ocupa tiene como objetivo contribuir a una línea de investigación que teoriza e investiga sobre el tránsito desde el modelo periodístico actual hacia uno más participativo. Si cada concepción y práctica de la política lleva aparejada una concepción del periodismo y viceversa (Carey: 2000: 51), la Teoría de la Democracia Deliberativa (ver Nino, 1999 o Habermas 1991, 1998 o 1999) puede ser tomada como referencia en el ámbito de la política para situar y conceptualizar este periodismo más participativo. Esta teoría ensalza la centralidad de un debate público inclusivo en el funcionamiento de la democracia. El presente artículo, en primer lugar, parte del análisis de los presupuestos del periodismo actual en el sistema democrático en ejercicio, e indaga en las asunciones sobre la realidad mediática y sobre el código deontológico periodístico consustanciales al mismo. Para ello se ofrecen los resultados de una investigación que entrevistó a 30 receptores de informativos de la BBC y 30 de TVE, a quienes -entre otras cuestiones- se les preguntó cómo comparaban la realidad que percibían en los informativos con su experiencia de vida. En segundo lugar, la pieza explora qué concepto de realidad social y mediática, y qué código deontológico se adecuarían a un periodismo acorde con una Democracia Deliberativa.

Palabras clave: realidad mediática, deontología periodística, estudio de recepción, democracia deliberativa, periodismo, esfera pública.

Abstract

This paper's main objective is to contribute towards a line of research which investigates and builds theory about a possible transformation from the current model of journalism towards a more participatory one. If "every conception and practice of politics is simultaneously a conception of journalism" (Carey, 2000: 51), The Theory of Deliberative Democracy (see 1999 o Habermas 1991, 1998 o 1999) can be taken as a reference point to be used as an anchor in an alternative theory of participatory journalism. The Theory of Deliberative Democracy focus on the central role that an inclusive public debate must have in democratic routines. The present work, firstly, departs from the analysis of basic characteristics of current journalism, in particular, about the assumptions generally held about news reality and professional journalism ethical code. For this reason, the results of an R+D project which interviewed 30 news viewers of TVE and 30 of the BBC, who - among other questions- were asked how they compared the reality that they perceived in the news with that of their daily lives. Secondly, the paper explores which notion of media and social reality, and which deontological code would be adequate to a type of journalism in line with a Deliberative Democracy.

Keywords: Media Reality, Journalistic Deontology, Reception Study, Deliberative Democracy, Journalism, Public Sphere.

1. Introducción: Democracia y comunicación: retos, esperanzas y respuestas.

En el ámbito de la comunicación existe un profundo malestar por la concurrencia de factores que están socavando la misión de servicio público que nuestro sistema de organización social confiere a los medios de comunicación (Kovack y Rosenstiel, 2003:15). Entre estos factores interrelacionados se haya la progresiva concentración horizontal y vertical de empresas de comunicación e industrias culturales, cuya estructura de la propiedad cada vez está más ligada a la banca y empresas transnacionales energéticas o de seguros (ver Castells, 2009 y Almirón, 2010). Y también se torna cada vez más evidente la primacía del beneficio económico sobre las obligaciones derivadas de "la responsabilidad social" de los medios, la idea sobre la que descansa la teoría más influyente sobre el rol de los medios informativos en democracia, (ver McQuail, 2000: 198-201). La mayoría de los medios de comunicación, por tanto, no están actuando como vigilantes del poder, sino como el lugar desde el que ese mismo poder despliega sus estrategias hacia la sociedad (Castells, 2009).

En este malestar también pesan otras incertidumbres, como la presión que los nuevos usos de blogs y redes sociales están ejerciendo, no sólo sobre los modelos actuales de empresa informativa, sino sobre el rol tradicional asignado socialmente al periodista al que cada vez se le pide más que deje de ser un gestor de contenidos aislado del público para convertirse en un colaborador o facilitador (Carpentier, 2005), o para que conecte los espacios ciudadanos virtuales creados mediante estos nuevos medios con La Esfera Pública (Díaz Arias, 2009)¹.

La comunicación mediada no es el único ámbito que ha sido señalado como vaciado de su función social. Desde las ciencias políticas, voces prestigiosas, como J. Habermas (1991, 1998,1999)², J. Dryzek (2000) o C. Nino (1999) han aducido esto mismo con respecto a la democracia y han contribuido a elaborar una Teoría de la Democracia Deliberativa. Esta teoría pretende recuperar los lazos de comunidad, retomar los ideales de autogobierno y desvincular la noción de interés público de los intereses egoístas de los individuos o grupos, limitando los elementos de mercadeo en la toma de decisiones políticas (Martí, 2006:13-14). La idea de partida es que el uso público de la razón no sólo dificulta la defensa de intereses egoístas que perjudican al bien común, sino que establece un proceso que mejora la calidad moral del debate y de sus interlocutores.

Una de los principales obstáculos a esta posible aplicación del ideal democrático deliberativo, es precisamente que los marcos en los que se generan la opinión pública y la participación ciudadana están conformados por el mismo ecosistema mediático que causa tanta preocupación. Desde las Ciencias

¹ Para un mayor debate de estos temas véase, Lamuedra, 2010 o Lamuedra y Lara, 2009.

² Juan Carlos Velasco (2003: 95-126) ofrece a una discusión sobre la aportación de Habermas a la Teoría de la Democracia Deliberativa en sus numerosos trabajos.

Políticas, Velasco (2007: 41- 42) o Nino (1997: 224-228) mencionan explícitamente la pobreza del debate social creado bajo el sistema actual de medios en este sentido.

Una dificultad adicional radica en la ausencia de teoría homogénea que trate la función de los medios, los profesionales y los ciudadanos en la democracia para superar estos obstáculos (Carpentier, 2007: 157), con la notable excepción del movimiento de Periodismo Cívico que se gestó en Estados Unidos hacia los años 90. Los académicos y periodistas que impulsaron esta corriente se propusieron afrontar la creciente brecha entre gobernantes y ciudadanos, así como entre medios y audiencias (Haas y Steiner, 2006: 238). Inspirados en el ideal de Esfera Pública de Habermas (1981), teóricos como J. Rosen (1994 o 1996), J. Carey (1997) o T. Glasser (1999) abrieron un debate público y empezaron a experimentar con formas de favorecer el compromiso cívico y la participación en procesos democráticos, y a repensar su relación con la audiencia. En el marco de este movimiento multitud de periódicos estadounidenses llevaron a cabo iniciativas pioneras para que el periodismo promoviese el debate racional en las comunidades locales sobre los problemas de los ciudadanos. A lo largo de este proceso, según Rosen (2000:33) tanto los académicos como los periodistas rompieron "las fortalezas" en las que de forma separada suelen ejercer sus respectivas profesiones, y se pusieron en relación mediante un debate público.

El Periodismo Público se tomó en serio la tarea de reflexionar sobre periodismo en relación con la democracia: "El periodismo y la política no deben verse como dos esferas de actividad separadas (...) solamente pueden conocerse mediante sus adaptaciones mutuas y activas, que a veces obedecen a dinámicas antagonistas y a veces cooperativas. De hecho cada concepción y práctica de la política es simultáneamente una concepción del periodismo" (Carey, 2000: 51). Incluso el término Democracia Deliberativa no estuvo ausente del debate sobre periodismo público. Por ejemplo, en 1995 Cole Cambell, editor del St. Louis Post Dispatch afirmó en un foro sobre periodismo "nos estamos dando cuenta de que la democracia deliberativa puede ofrecer más posibilidades que la democracia representativa (Rosen, 2000:36).

En la actualidad, un campo similar de investigación y teoría está siendo desarrollado en relación con las potencialidades participativas de la era de Internet, con aportaciones de Dan Gillmor (2006), Nico Carpentier (2005, 2007), y Nick Couldry (2005). El presente trabajo desea contribuir en las líneas indicadas y reflexiona sobre la posible transformación del periodismo, teniendo como referencia una Democracia Deliberativa.

James Carey (2000: 57) ha afirmado que para considerar a la prensa como representante del público y para que su rol como guardián y adversario del poder establecido sea efectivo- como demandan las democracias tradicionales- deberían darse las siguientes condiciones:

- (1) El público habría de creer que la prensa es su representante y por tanto la relación que une a prensa y público ha de descansar en la responsabilidad y la confianza.

(2) El público tendría que creer que la prensa no es cómplice ni del estado, ni de los grupos con intereses más poderosos.

(3) El público tendría que creer que la prensa es capaz de representar el mundo, es decir, de ofrecer una aproximación al mismo que sea razonable, sin sesgo, verdadero y factual, es decir "representar" es todos esos sentidos.

El presente artículo contribuye a indagar si el público cree que las tres mencionadas condiciones se cumplen, mediante los datos obtenidos mediante 60 entrevistas con receptores de noticias de la BBC y TVE. En concreto, en lo que concierne a la tercera afirmación, la mayoría de los entrevistados cuestionaron la clásica visión de los medios como representantes del mundo, a menudo, - y aunque resulte paradójico,- expresado mediante la metáfora de los medios o de las noticias como una ventana al mundo. La primera parte de este trabajo, por tanto indaga en la forma en la que los medios conciben la realidad mediática con respecto a su realidad vivida, lo cual es indicativo de su visión sobre la representatividad de la prensa. La segunda parte del presente trabajo trata de los principios deontológicos de objetividad e imparcialidad, asociados a este rol del periodismo como "agente invisible" que genera esta ventana al mundo. Estos principios gozan de una amplia tradición de crítica académica y periodística y sin embargo, los discursos de los receptores muestran que aún se mantienen como referencias centrales para el periodismo de calidad. Se mostrará que aunque existe cierto cuestionamiento del modelo periodístico como ventana al mundo, en las entrevistas no se percibe una visión alternativa del mismo. Estos resultados enfatizan la necesidad de que los teóricos de la comunicación contribuyan a una teoría alternativa de la misión social de los informativos (ver Ettema, 2007: 143-160), a lo cual se dedicará la tercera parte del trabajo, en línea con la teoría de la Democracia Deliberativa.

2. Los receptores de BBC Y TVE hablan sobre las noticias

En primer lugar, la presente sección ofrece información de contexto sobre la metodología del estudio. En segundo lugar, profundiza en la relación entre el modelo de "periodismo como ventana" y el tipo de Esfera Pública que corresponde a las democracias actuales. En tercer lugar, analiza hasta qué punto los discursos de los entrevistados de TVE y BBC sobre las noticias se relacionan con el mencionado modelo "de ventana".

2.1 La metodología del estudio

El análisis que sigue³. se basa en 30 entrevistas semi-estructuradas realizadas con receptores de informativos de TVE, y otras 30 con receptores de la BBC, entre 2006 y 2007. La investigación se enmarca

³ Sus principales conclusiones pueden encontrarse en Retis, Lamuedra y Matilla 2010.

en un proyecto de investigación⁴ más amplio que también incluyó el análisis de 40 entrevistas con profesionales de noticias de las mismas cadenas (ver Retis, Lamuedra y Matilla, 2010). La BBC es tomada como referencia comparativa porque es considerada un ejemplo de independencia y servicio público (Curran: 1991: 42), en un momento en el que RTVE, con una larga tradición de control gubernamental (Bustamante, 2006: 259) realiza un avance en pro de la independencia editorial mediante la Ley Audiovisual de 2006.

El principal objetivo del proyecto era estudiar las relaciones entre los discursos que los productores y receptores de noticias despliegan sobre las mismas, con especial atención sobre a los ocho temas contenidos en las entrevistas: (1) hábitos generales de consumo televisivo, (2) hábitos de visionado de programas informativos, (3) gustos sobre diferentes elementos de los informativos de TVE (como por ejemplo, los presentadores), (4) la relación entre la realidad según la perciben los espectadores y el mundo según las noticias; (5) discursos sobre el servicio público; (6) posibilidades de mejora de las noticias; (7) la forma de cubrir las noticias candentes del momentos y (8) discursos sobre deportes.

Las entrevistas fueron realizadas en varias localizaciones del Reino Unido y España⁵ por profesionales que vivían en España en el caso de la muestra de TVE y de Gran Bretaña, en el caso de la BBC, y ocuparon entre 40 y 100 minutos. La muestra⁶ fue realizada mediante la técnica de bola de nieve y contiene suficiente diversidad en cuanto a sexo, edad y perfiles socio-demográficos como para realizar el siguiente análisis.

Se ofrecen los resultados de dos áreas de análisis de la investigación con los receptores de noticias: en primer lugar, los discursos de los entrevistados sobre la relación entre la realidad según la perciben los espectadores y el mundo según las noticias (tema 4). En muchos casos, los entrevistados hablaron espontáneamente sobre este tema sin ser preguntados. Por su parte, los comentarios sobre noticias de actualidad (tema 7), resultaron muy útiles para este análisis porque los entrevistados con una visión más cercana a la ventana tendían a identificar cobertura periodística con realidad representada, mientras aquellos más conscientes de las dinámicas que tienen lugar en el proceso de elaboración y difusión de noticias, tendían a centrar sus argumentaciones en la cobertura misma. En segundo lugar, se indaga en los discursos sobre principios deontológicos, que a menudo aparecían en relación al tema del servicio público (5) o de cómo podrían mejorarse los informativos (6).

⁴ Este trabajo es parte de un proyecto de investigación, financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia, Plan Nacional de I+D+I (SEJ 2005-03839). Agustín García Matilla es su Investigador Principal, María Lamuedra fue la Coordinadora y otros integrantes del mismo fueron Tiscar Lara, Alejandra Walzer y Jessica Retis.

⁵ Londres, el área fundamentalmente rural de Devon, Madrid, Segovia, Sevilla y Granada.

⁶ En la muestra española constaban 15 hombres y 15 mujeres, 15 con formación universitaria y que pueden considerarse de clase media o media alta, y 15 de clase media baja. En cuanto a la distribución por franjas de edad, 11 tienen entre 17 y 35 años, otros 11 entre 36 y 49, 3 entre 50 y 65 y 5 más de 65. En el caso británico hemos entrevistado a 16 hombres y 14 mujeres, de los cuales 20 tienen formación superior y clase media o media alta, mientras 10 tienen una formación más básica y trabajos menos cualificados que encajan mejor en la clase media baja. En cuanto a las edades, 19 tenían entre 17 y 34 años, otros 10 entre 35 y 50, 9 entre 51 y 65 y ninguno por encima de 65. Cada muestra incluye 5 entrevistados de origen distinto o tradición familiar extranjera. En ambas muestras hay un grupo de inmigrantes, porque su visión fue considerada significativa.

2.2 El periodismo como ventana y la Esfera Pública Liberal Representativa

La teoría de J. Habermas sobre la Esfera Pública aparece en su mayor parte en "Historia y crítica de la opinión pública" (1981), publicado inicialmente en 1962 en su idioma original. Habermas argumenta que hacia el siglo XVIII en Londres, comienza a ejercitarse el uso público de la razón en salones de té y de café. Esto contribuye a que emerja la noción de opinión pública, y está relacionado con el desarrollo de la prensa, que a su vez contribuye a la evolución del sistema parlamentario inglés. En este proceso se configura una Esfera Pública que permite establecer un debate racional sobre asuntos de interés público y que, de este modo, pone en relación al sistema político de democracia representativa con la prensa, la sociedad civil y la opinión pública. El concepto de Esfera Pública funciona, por tanto, como nexo entre sistema democrático y sistema periodístico, que según Habermas (1981) escribió en los años 60 estaba ya en declive, lo cual ha orientado su labor teórica e investigadora sobre los fundamentos de una democracia más radical (Velasco, 2003: 95-104).

El sistema periodístico hegemónico actual responde a la concepción de Democracia Liberal, a veces equiparada con Democracia Representativa (Nino, 1997:103). Mediante este sistema la participación de la ciudadanía se limita a la elección sus representantes políticos cada cuatro años. La Esfera Pública que le corresponde ha sido definida como Esfera Pública Liberal Representativa, que se concibe como una esfera de observación, desde la que los ciudadanos vigilan a sus representantes electos (*Gerhards*, 1997 y 2002, en Thomass, 2010: 63-67). El proceso requiere un alto grado de transparencia, lo cual, según el modelo liberal representativo ha sido tradicionalmente relacionado con la idea de los medios de comunicación como una ventana al mundo, una metáfora que borra la presencia e influencia de los medios de comunicación como conformadores de la actualidad. La imparcialidad, objetividad y equidad que se requiere a los periodistas (McDebitt, 2003: 156), hace creíble esa metáfora de la ventana, que puede considerarse engañosa.

Conceptualizar las noticias como ventana implica pensar que las informaciones provienen de una realidad externa a nosotros, lo cual oscurece la importancia de los valores, rutinas y condiciones laborales de los periodistas sobre la utilidad pública de la información. Cuando se priman contenidos sensacionalistas, o se priva a los periodistas de las condiciones indispensables para poder realizar un buen trabajo se desatiende la responsabilidad social de los medios informativos. Hay numerosas evidencias (por ejemplo, Iglesias, 2004, Klinenberg, 1999 o Farias y Roses, 2010) que sugieren que cuanto peores son las condiciones laborales de los periodistas, y mayor su carga de trabajo, más se acentúan los rasgos negativos de los valores y rutinas que fueron señalados por Fishman (1980), Gans (1979) y Tuchman (1978) en los años 80 como constitutivos de la actividad periodística. Estos factores favorecen una dieta informativa en la que

priman las noticias etnocéntricas, basadas en las visiones de las fuentes oficiales y más poderosas sobre conflictos explicados de forma simplista. Este tipo de cobertura periodística desplaza informaciones basadas en investigaciones propias que explican procesos sociales, económicos y culturales más amplios. En su estudio sobre el estado de la cuestión de las fuentes periodísticas en la actualidad Peter Manning (2001: 5) asegura que las fuentes de la élite prevalecen en tal medida sobre las de la ciudadanía que se puede afirmar que existe una "refeudalización" de la Esfera Pública.

La epistemología de la Esfera Pública Representativa concuerda con una (muy cuestionada) visión positivista de la realidad, representada como externa a nosotros y que puede reflejarse y controlarse si se usan los procedimientos adecuados. Según David Harvey (1991: 28-29), el positivismo ya empezó a ser puesto en cuarentena por artistas e intelectuales como Baudelaire o Manet tras 1848, un cuestionamiento que produjo un apogeo experimental entre 1900 y 1915 (con los trabajos de Joyce, Matisse, Picasso, Duchamp, Sussure o Einstein). Ya situados en la investigación en comunicación, autores como los ya mencionados Fishman (1980), Gans (1979) o Tuchman (1978), que realizaron observación participante en medios de comunicación, elaboraron la Teoría del Newsmaking. Describieron cómo la información se crea a partir de elementos de la "realidad" que son seleccionados y enfocados según unas rutinas y valores noticias previos y que terminan condicionando el devenir de la realidad social. Por ello, estos teóricos concluyen que las noticias, lejos de mostrar (reflejar o representar) la realidad externa son una construcción- cercana a la visión de las élites, que goza de enorme poder de influencia sobre una realidad, adjetivada como social y en proceso constante de cambio. El siguiente análisis muestra que los receptores que percibían los informativos como una ventana a la realidad sostenían una visión positivista de la realidad, mientras aquellos que cuestionaban el modelo eran más conscientes de la influencia de los medios sobre la forma de pensar del público y sobre el sistema social en general.

2.3 La perspectiva de los ciudadanos: entre la metáfora de la ventana y la naturaleza construida de las noticias.

A partir de las entrevistas hemos intentado analizar en qué medida la visión de los ciudadanos coincide con la metáfora de los medios como ventana a la realidad, que garantiza la transparencia que el sistema necesita para que la Esfera Pública sea representativa, o en otras palabras, de qué manera los receptores participantes en esta investigación aceptan o cuestionan el modelo ya tradicional. Los resultados se presentan como un continuum: en un extremo un grupo de entrevistados británicos y españoles presentan visiones coincidentes con la idea de ventana. En segundo lugar observamos la existencia de otro grupo cuyo discurso hemos definido como "ventana imperfecta", cuyos integrantes presentan cierto grado de

reflexión. Por último, un tercer grupo rechaza el modelo, aunque a menudo es consciente de no poder escapar sus efectos y ofrece razonamientos consistentes al respecto.

Cuadro 1: Discursos de los receptores entrevistados en relación con la metáfora de medios como ventana (elaboración propia)

	Receptores de la BBC	Receptores de TVE
"Ventana"	4	10
"Ventana imperfecta"	5	5
"Cuestionan modelo de ventana"	21	15

Es necesario reseñar que varios entrevistados a lo largo de las entrevistas se contradijeron y se alinearon sucesivamente con distintas posturas del continuum. Por ejemplo, en la muestra de TVE resulta ilustrativo el caso de Directora de una Agencia de Viajes, que argumenta que *"el mundo que vemos a través de las noticias es lo que nos quieren hacer ver"* y pone un ejemplo extraído de su experiencia profesional: si hay noticias sobre conflictos en un país concreto sus clientes no quieren viajar a él, lo cual no ocurre en otros lugares en los que también hay conflictos pero no aparecen en las noticias. Sin embargo, luego, al tratar la cobertura concreta de política nacional, la entrevistada no habla de la cobertura misma, sino que alude a los rifeos políticos como si ocurriesen en una "realidad" ajena a la mediación periodística. Es decir, en ese momento no aplica lo que su experiencia en la agencia de viajes le ha enseñado en cuanto a la diferencia entre cobertura de una noticia y "realidad".

A. Visión de ventana

Sólo 10 receptores de TVE y 4 de la BBC revelaron tener un concepto del sistema de medios que se asemeja a la metáfora de la ventana, similar a la que ofrecen estos ejemplos⁷:

Creo que nos mantienen bastante informados. No tengo ningún problema con eso, en absoluto. Cubren todo. Hay poco más en el mundo que no se cubra. Estoy bastante satisfecha. No hay mucho más que contar. Lo digo porque veo las noticias y leo el periódico. (Dependiente, 58. Muestra de la BBC)

Yo pienso que es bastante real porque en realidad, vamos, se supone que un informativo pues eso, intenta dar la realidad del mundo (...) Simplemente nos tienen que informar de todo lo que ocurre en cada momento y cada día, de todo lo que es actualidad. (Agente Inmobiliaria, 44. Muestra de TVE)

Entre los receptores de TVE con esta concepción hay mayor representación de personas mayores, y de perfiles con menor formación académica, algo que no puede afirmarse en la muestra británica.

⁷ La traducción de los extractos de entrevistados británicos es propia.

Dos entrevistados del Reino Unido encajan fundamentalmente en este modelo, pero sólo la mayor parte del tiempo. Por ejemplo, Trabajadora de Servicios Sociales, 56, nacida en la República Dominicana, había realizado una reflexión acerca de cómo la cobertura de los países del Tercer Mundo, como el suyo propio, suelen tener una cobertura negativa y que no se corresponde con su imagen del país. Sin embargo, esto no le impide hablar de los informativos de televisión como una ventana al mundo, especialmente los audiovisuales:

Cuando los informativos transmiten en directo, eso es lo que está pasando ahora en cierta parte del mundo. Si la leo en los periódicos la veo de manera diferente mientras que la imagen de la televisión es la que yo tengo. (...). La información y las imágenes... por ejemplo, las noticias que se transmiten desde Afganistán... puedo ver el reportero, puedo ver los soldados detrás, se ve cierta área que están atacando o lo que sea... esa es la imagen que yo tengo. (Trabajadora de Servicios Sociales, 56. Muestra de BBC)

A veces cuando las noticias son simplemente narradas, sin el apoyo de video, parece que la noticia no llega del todo. Pero si ves imágenes, tiene más impacto. (Ingeniero Químico, 65 años. Muestra de la BBC)

Esto recuerda que la televisión puede verse como el triunfo del mito de la objetividad (Ferrés, 1994: 61-75).

B. Ventana Imperfecta

Otro grupo de personas, 5 receptores de TVE y 5 de la BBC, se mantiene en una posición que sigue estando más cerca de la ventana, aunque de una ventana imperfecta: los entrevistados sostienen que en la selección de contenidos sobran y faltan cosas o que el enfoque no es el adecuado. Por ejemplo, entre los receptores de BBC dos entrevistados, Empleado de Servicio de Empleo 35, y Profesora, 42, perciben parcialidad en noticias internacionales, pero piensan que si el editor editase menos y mostrase más metraje esto se arreglaría. Aunque se constata, por tanto, cierto grado de reflexión sobre el proceso de edición estos discursos asumen que el metraje en sí puede representar la realidad. Manifiestan así una idea positivista de que la realidad está ahí fuera y puede ser mostrada.

No obstante, es posible observar en estos testimonios cierta tendencia a entender que, por muchos reparos que se pongan a la realidad, los medios contribuyen a configurar nuestra visión del mundo. Por ejemplo, Geóloga Investigadora, afirma que la representación bi-partidista del abanico político español que aparece en los informativos influye en la sociedad.

C. El periodismo como agente constructor de la realidad social

El grupo más numerosos de informantes, 15 receptores de TVE y 21 de la BBC manifestaron una visión mucho más cercana a la idea de que los medios contribuyen a configurar la percepción de los ciudadanos sobre lo que pasa, y de este modo influyen en "la realidad social":

Creo que a veces las noticias hacen que la gente crea que sabe qué es lo que verdaderamente pasa, pero no es cierto. A veces las noticias exageran sobre lo mal que se vive, sobre la crisis en España, creo que los periodistas exageran un poco o sacan rendimiento de la noticia. En la realidad se ve otra cosa que lo que cuentan. La gente sale, vive mejor que dicen en las noticias. Eso sirve para dar mala imagen del país y no creo que sea exactamente así (...) No creo que sea bueno para la gente. Para la gente que no conoce otra cosa, creerá que es todo así. (Dependiente de Tienda, 38)

De nuevo, Dependiente de Tienda reflexiona que esta cobertura no es positiva para el común de la ciudadanía, pero no se explica si sirve a los intereses de algunos sectores concretos. Los entrevistados de la BBC solían confiar en la cobertura de los asuntos nacionales ofrecida por la Corporación Pública. Por ello, cuando deseaban explicar que las noticias distan de la "realidad", solían desplegar el discurso de que la cobertura internacional de la BBC es parcial y demasiado anglo-céntrica. 19 entrevistados mostraron este discurso, de los cuales 16 manifestaban una concepción más cercana a los medios como constructores de realidades y 3 a "ventana imperfecta". Si observamos la muestra por grupos, entre los inmigrantes y algunos entrevistados que trabajaban en un sector relacionado con la Cooperación Internacional y la Política Exterior hay consenso absoluto acerca de esta cuestión. Pero el discurso se extiende más allá de esos dos grupos y es compartido por otras 11 personas, 7 con formación universitaria y 4 con formación profesional.

Abogada, receptora de la BBC e Investigadora en Artes Audiovisuales, de TVE, ilustran cómo la visión del mundo ofrecida por las noticias televisivas afecta su visión y cómo tratan de limitar este problema:

Tu imagen del mundo...creo que está mucho más conformada por la BBC de lo que debiera, y hay un riesgo porque la BBC es tan anglocéntrica (...) por ejemplo, si ves las noticias de Al Jazeera todos los días tendrás una visión muy distinta del mundo (Abogada, 48)

Aunque no queramos, yo también, estamos influenciados por los medios, inevitablemente. Pero trato de tener consciencia de ello y luchar contra eso. Pero cuando estás en un sistema eres parte de él y repites mucho lo que te muestra. Pero intento tener distintos referentes.(Investigadora en Artes Audiovisuales, 39)

Estudiante de Doctorado en Música, 27 reflexiona sobre la cobertura periodística basada en eventos y sospecha que está relacionada con cuestiones organizativas, que no puede identificar:

La impresión que yo me llevo es que estamos más informados cuando ocurre algo, mientras tanto no. Entonces realmente nadie sabe cómo funciona, qué es lo que pasa, cuáles son las entrañas un poco de eso, y de eso no se informa. No sé si es por qué no se tiene información o por qué no se puede dar... No sé cuáles son los canales que hay en medio, pero lo que a mí me llega como

espectadora es que sólo me entero de las cosas malas, es decir, cuando hay un atentado y de lo de entre medias no mucho (Estudiante de Doctorado en Música, 27. Muestra de TVE)

En el caso británico, tres cuartas partes de los entrevistados con una visión más alejada de la idea de ventana eran de clase media con formación universitaria. Entre los entrevistados españoles con una visión más cercana a la construcción se distinguen claramente dos grupos, uno con un discurso elaborado conformado por personas con amplia formación (como la Estudiante de Doctorado de Música), y otro, que a pesar de que su discurso general era pobre y su formación básica expresan ideas muy similares. Al mismo tiempo, entre los receptores de este segundo grupo de informativos de TVE había respuestas que denotan cierta resignación ante la visión representada, como si en algún nivel de conciencia lo percibiesen como una realidad impuesta, aunque no por ello menos real, como ilustra el siguiente extracto:

Algunas veces me enfado [risas], me quedo bastante enfadada. Que no me gustan algunas cosas... y hay que tragárnoslas (...). Yo creo que hay algunas cosas que son un poquito mentirijilla, o muy exageradas, o no lo dicen bien dicho... pero vamos, es su azar, que hagan lo que quieran. Nosotros nos lo creemos, los que estamos escuchando. (Ama de Casa, 76. Muestra de TVE)

Por otra parte, el discurso desplegado por Corredor de Bolsa londinense, 35, receptor de la BBC, se distingue del resto y su contraste es especialmente alto con respecto a los de aquellos entrevistados que trabajan en sectores relacionados con la Cooperación Internacional. Corredor de Bolsa, por una parte, manifiesta una concepción desconfiada, cuanto menos, sobre la cobertura que ofrecen los medios de comunicación: *"Te muestran lo que ellos quieren que veas...probablemente no te muestran lo que realmente está pasando en cada momento"*. Y luego critica cómo la BBC reveló la mala situación del Banco Northern Rock:

Creo que sí, que las noticias de la BBC se ven como un programa de servicio público. Creo que cuando reveló las noticias sobre Northern Rock (...) creo que si hubiese sido más cuidadosa sobre cómo aproximarse a esta historia, a lo mejor Northern Rock no estaría en la posición en la que se encuentra hoy (...). Pienso que la gente tiene derecho a saber, pero en última instancia, es responsabilidad del gobierno, y tal vez la BBC sea como el gobierno (...) en vez de decir tus ahorros están en peligro deberían gestionar mejor al público (Corredor de Bolsa, 35, muestra de la BBC).

El entrevistado es consciente de que las noticias tienen efectos en la construcción de la realidad, por ejemplo, han afectado a la caída de un banco. Sin embargo prefiere que el servicio público anteponga el bienestar del sector en el que trabaja al de la ciudadanía en general.

El presente análisis, sugiere que la mayoría de entrevistados tiene dudas acerca de hasta qué punto los medios sirven como una verdadera ventana al mundo. La mayoría de los receptores en las muestras

analizadas, especialmente en la británica, cuestionaba el proceso de edición y la influencia de los medios en la sociedad. Al mismo tiempo, existía un consenso generalizado que situaba a los medios como conformadores del marco de referencia para los ciudadanos (como postula el Agenda Setting, teoría desarrollada a partir del trabajo de McCombs y Shaw, 1972). Esta idea fue expresada incluso por entrevistados con discursos poco elaborados. Los entrevistados con discursos más elaborados incluso se preguntaban cómo podrían sustraerse a la inevitable influencia de los medios en su forma de percibir el mundo. El análisis también sugiere las siguientes conclusiones:

- En los discursos menos elaborados de a muestra española, esta impresión - normalmente asociada con la sospecha de que los medios sirven intereses ajenos, venían de la mano de cierta impotencia "nos lo tenemos que tragar".
- En el caso de la BBC, la confianza de los receptores en la honestidad del servicio público limitaba el alcance de esta sospecha, que sólo se expresaba con respecto a la cobertura internacional.
- Los entrevistados con mayor educación formal mostraron discursos más desarrollados, con respecto a los procesos de selección, edición, interpretación de materiales e influencia social, aunque tampoco parecían entender todo el proceso de edición de las noticias y sus implicaciones.

A pesar de cierto cuestionamiento del "modelo de periodismo como ventana" no supone sorpresa alguna que no pudiese detectarse un modelo alternativo de periodismo. Si la disciplina académica del Periodismo ha de contribuir a desarrollar tal alternativa teórica, es aconsejable tener en cuenta las críticas que tanto periodistas como académicos han realizado acerca de la deontología propia del modelo de periodismo como ventana, que se aborda a continuación. Más tarde, tal modelo se compara con el que los testimonios de los entrevistados de TVE y la BBC sitúan como de periodismo de calidad.

3. Deontologías profesionales y nuevas formas de periodismo

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

discusión sobre la objetividad del periodista se haya convertido en una trampa" (Kovack y Rosenstiel, 2003: 58-59).

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

Por su parte, en el ámbito periodístico, el rechazo a la objetividad fue una de las máximas del Nuevo Periodismo que se desarrolló en Estados Unidos en los 60. Los principios mencionados no aparecen en los códigos deontológicos de las más prestigiosas organizaciones, como el *Pew Project for Excellence in Journalism*, la Federación Internacional de Periodistas (FIP, 1986), ni en su reciente *Ethical Journalism Initiative* (coordinado por White, 2008). En el ámbito español, tampoco aparecen en el código de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (1993). Sin embargo, objetividad e imparcialidad siguen apareciendo en los libros de estilo de diarios como ABC, El Mundo (aunque con ciertas matizaciones⁸), o el Estatuto de informativos de RTVE.

En concreto, el código del *The Pew Project for Excellence in Journalism* puede considerarse como el más influyente hoy en día. Ha sido explicado en detalle en el libro "Los Elementos del Periodismo" (2003) de Bill Kovack y Tom Rosenstiel. El trabajo de estos autores resulta de una intensa investigación⁹ con periodistas que busca re-definir cuáles son los consensos ya existentes sobre cómo debe ser el ejercicio profesional de calidad en el contexto actual de concentración empresarial y sensacionalismo progresivo de los contenidos. El libro implica que una práctica periodística sana no sólo requiere valores compartidos claros, sino también, métodos de trabajo claros y compartidos y que las empresas informativas tengan una estructura organizativa centrada en la misión de servicio público. De acuerdo con este código la calidad está relacionada con nociones de verdad y lealtad a los ciudadanos y debe de hacerse visible mediante vigorosa investigación, métodos de verificación y la voluntad de explicarlos a los ciudadanos (la sección 4 abundará

⁸ El Mundo incluye la objetividad entre sus cinco principios básicos (junto con precisión, atribución de fuentes, equilibrio y concisión), aunque lo matiza de la siguiente manera: "No existe la imparcialidad absoluta, pero un artículo es objetivo cuando el periodista no introduce en él sus opiniones o sentimientos y suministra sólo datos comprobables. Sin embargo el periodismo "puro y objetivo" a la antigua usanza, tan alabado por los regímenes totalitarios, induce a la pasividad, a aceptar por las buenas lo que digan las fuentes (sobre todo las autorizadas) El periodista actual debe buscar y aportar datos con sentido crítico, no actuar de mero taquígrafo" (Ibid: 44).

⁹ El Pew Project convocó veintiún foros públicos a lo que acudieron más de tres mil personas y en los que se examinó el testimonio de más de 300 profesionales, entre otros estudios (Kovack y Rosenstiel, 2003, 14-17).

en el código). El Pew Project, por tanto, se alinea con la visión de Walter Lippman sobre la deontología periodística, que ha de basarse en métodos objetivos, no en periodistas objetivos.

3.1. Principios deontológicos importantes para los receptores de BBC y TVE

Con respecto a los discursos de los entrevistados sobre principios deontológicos se analiza hasta qué punto aparecen valores que se pueden relacionar con la metáfora del periodismo como ventana, o si aparecen otros valores que podamos relacionar con una visión del periodismo que favorezca en mayor medida la participación ciudadana. Por una parte, encontramos valores relacionados con la autonomía periodística y con la objetividad. Por otra parte, hay valores que hacen visible la mediación periodística en la construcción de la realidad social. En este sentido aparecen el profesionalismo, la diversidad y la orientación al ciudadano. A continuación ofrecemos un breve análisis.

Cuadro 2: Principios deontológicos periodísticos que aparecen en los discursos de los receptores entrevistados. (Se incluye cuantos entrevistados han mencionado cada uno de los principios, elaboración propia).

	Receptores de la BBC	Receptores de TVE
Autonomía	Neutralidad/ <i>fairness</i> : 11 Imparcialidad: 11 Credibilidad: 12 Objetividad: 4 Independencia: 3	Imparcialidad, neutralidad o independencia: 10 Objetividad: 5 (como exigible a los medios de servicio público) y 5 (como cualidad de las noticias de TVE)
Uso de Autonomía para evaluar las informaciones	Imparcialidad: 12	Imparcialidad: 22
Principios Periodísticos adecuados a un periodismo más participativo	Profesionalidad: 21 Calidad: 21 Diversidad de puntos de vista: 6 Orientación al ciudadano: 8 Información más amplia y profunda en la web de la BBC: 4 Honestas: 3 Comprometida: 3 Considerada: 1	Profesionalidad: 2 Noticias más amplias: 3 Inclusiva: 1 Orientación al ciudadano: 1
Valores demandados a las noticias acordes con un periodismo más participativo	Profundidad y complejidad, matiz y compromiso: 7 Contenidos sociales: 2 Participación del público: 2	Profundidad, complejidad, matiz y compromiso: 7 Más fuentes, pluralismo y contenidos sociales: 5 Menos imparcialidad: 2

	Menos imparcialidad: 2	
Otros valores	20	8

3.1.1. Principios asociados a la autonomía del periodista.

La imparcialidad, la neutralidad y la independencia fueron los principios mencionados con mayor frecuencia por los receptores de BBC y de TVE, especialmente el primero. En la muestra de TVE tales valores se usaron tanto para aludir a un ideal de servicio público como para evaluar las noticias. En este sentido, la mayoría de los entrevistados adujeron que los informativos son parciales con respecto al gobierno, un grupo importante opinó que siguen siéndolo pero en menor medida que en el pasado o que los informativos de la competencia, y un pequeño colectivo lo consideró tan consustancial a un informativo estatal que ni siquiera lo criticó.

Entre los entrevistados de la BBC los conceptos de equidad, neutralidad, imparcialidad y credibilidad – un principio relacionado con la tradición y reputación de la corporación- fueron los más presentes. Un grupo más pequeño valoró a la BBC por su independencia y por actuar como un contrapoder. Por ejemplo, el coordinador de un programa de cooperación con Latinoamérica pone como ejemplo e hito la guerra de Irak o la Colectora de Fondos (Fundraiser) alude al tratamiento que recibe la cuestión Palestina.

A la hora de criticar a la BBC, el concepto más referido también fue la imparcialidad. Una parte de este grupo consideraba que la información internacional era demasiado anglocéntrica y plegada a sus intereses nacionales, y por ello, algunos de los entrevistados manifestaron preferir la cobertura internacional de Channel 4. Otros receptores mencionaron a los conservadores, el gobierno o el *establishment* como beneficiarios de esa supuesta parcialidad. La objetividad cosechó menos respuestas entre informantes británicos y españoles.

3.1.2. Principios compatibles con la idea del periodismo como agente participante de la construcción de una realidad

Los receptores de la BBC valoraban en gran medida su informativo por principios recogidos en este epígrafe. El que cosechó mayor consenso fue la profesionalidad y calidad del informativo. En este sentido se mencionaron la red de corresponsales, "la existencia de buenos reporteros y la calidad de los reportajes", la presencia de expertos solventes en las noticias, la madurez de los presentadores o su capacidad para preguntar bien.

Otros valores mencionados fueron la diversidad de puntos de vista o el hecho de que la web de la BBC permita ampliar informaciones de política internacional, que apenas aparecen en los informativos de BBC1.

Otros entrevistados argumentaron que las noticias estaban más orientadas hacia los ciudadanos por los temas que trataba y también por su enfoque, que pone el acento en hacer llegar las implicaciones que las noticias tienen para los ciudadanos. Esta visión es compatible con otros adjetivos como "honestos" o íntegros, considerados o comprometidos. Por ejemplo, la Colectora de Fondos (Fundraiser) afirmó "que las noticias de la BBC sirven para que a la gente le importen las cosas".

Si lo comparamos con la muestra de la BBC, menos receptores de TVE se refirieron a este tipo de valores como característicos de sus noticias: sólo unos pocos adujeron que los informativos de TVE eran los más amplios, orientados al público, profesionales o con mayor experiencia.

En el capítulo de reivindicaciones, la más consensuada pedía mayor complejidad y profundidad en las informaciones, riqueza de matices o compromiso. Provenía sobre todo de los entrevistados con mayor formación de las muestras de la BBC y de TVE, y que produjeron un discurso muy estructurado en cuanto al rol de los medios en la sociedad. Su reflexión trataba sobre cómo las noticias se centran en conflictos, lo cual les priva de elementos de análisis sobre sus causas y contexto. Algunos receptores de la BBC, donde el número de entrevistados con estudios universitarios era mayor, hicieron peticiones concretas sobre cómo contrarrestar esto: más investigación, mayor profundidad en el tratamiento y en la duración de las entradas de los corresponsales, informativos más largos de fondo y con más preguntas incómodas. Algunos entrevistados solicitaron menos imparcialidad y mayor compromiso. Por su parte, algunos entrevistados de TVE reivindicaron "más fuentes", mayor pluralidad, más contenidos sociales o gente de la calle. A esta petición se sumaron otros de la BBC, que solicitaban mayor intervención del público.

También aparecieron otras categorías de valores que resultan menos relevantes para esta pieza y a la que- consecuentemente - prestaremos menor atención (en el Cuadro 2 aparecen como "otros valores"). La más significativa era "resistencia hacia el comercialismo": 8 entrevistados de TVE y 20 de la BBC valoraron que sus informativos públicos eran más serios que los comerciales, en el sentido de que incurrían en menor medida en esa tendencia. En las conversaciones también aparecieron algunos valores excesivamente vagos como el "valor explicativo de las noticias", o asuntos relacionados con el formato.

El análisis de los valores periodísticos que se encuentran en los discursos de los receptores británicos y españoles con cierta frecuencia indican que:

- Por una parte, existe una fuerte presencia discursiva de valores relacionados con la autonomía de los medios, como la imparcialidad, la neutralidad, el equilibrio o la independencia. Se trata de valores que concuerdan con la idea de los medios como representantes de la sociedad, como el cristal invisible de la ventana que permite ver la realidad, que crea un sistema de observación para los ciudadanos en una democracia liberal representativa. Esto sucede a pesar de que la mayoría de los receptores cuestionan que los medios sean una ventana a la realidad. Y esto ocurre incluso

bajo la presión que los nuevos usos de los blogs y las redes sociales¹⁰ están ejerciendo sobre el rol tradicionalmente asignado a los periodistas.

- Por otra parte, los discursos muestran cierto grado de consciencia acerca de la importancia de valores como la diversidad o la orientación hacia la ciudadanía. En España, en los discursos se perfilaban como una demanda de tales valores en mayor medida que un reconocimiento de su existencia. Entre los receptores británicos tendía a suceder lo contrario. Además, entre estos últimos es destacable el elevado consenso sobre la profesionalidad atribuida a los noticiarios de la BBC, lo cual resalta la cadena pública como un agente que contribuye a perfilar la socialmente influyente dieta informativa.
- Los entrevistados más formados de cada muestra demandaban valores y prácticas en la siguiente línea: información más compleja y honesta, con más datos de contexto, sobre todo en el caso de la BBC con respecto a la cobertura internacional.

Por tanto, en la misma línea que los teóricos de la comunicación y los medios, los receptores de noticiarios de la BBC y TVE entrevistados cuestionan el modelo de periodismo asociado a la democracia liberal representativa, aunque continúen apreciando la objetividad, neutralidad e imparcialidad que se le asocian. Al mismo tiempo también valoran y reclaman principios que podrían ser necesarios en una concepción más participativa del periodismo. La siguiente sección se detiene en la Democracia Deliberativa, que podría ser la referencia necesaria para este modelo alternativo de periodismo.

4. El periodismo en una Democracia Deliberativa

Martí (1006:13-14), en su riguroso estudio sobre la Teoría de la Democracia Deliberativa, considera que el modelo actual de democracia está mercantilizado y "los partidos se dedican a competir por el voto de los ciudadanos, con un interés decreciente por los problemas reales, o por los valores de fondo y en el que los ciudadanos comprenden que más allá del teatro de elecciones periódicas, las decisiones políticas más importantes se toman a sus expensas". El problema de fondo planteado es que nuestro sistema actual asume que en democracia cada actor social defiende sus intereses egoístas. El valor de la democracia desde esta perspectiva se limita a establecer procedimientos para defenderlos y contener, así, el alcance del daño (Nino, 1997:102-124). Como consecuencia, los intereses de los actores más poderosos,

¹⁰ Algunos analistas han descrito los efectos que este nuevo fenómeno ya está teniendo en la actualidad informativa (ver, por ejemplo Gillmor, 2004, Noguera 2008 o Varela, 2005). Los más llamativos tal vez han sido los más recientes: por una parte, el efecto detonador que se le atribuye en las recientes revoluciones del mundo árabe (Miladi, 2011, Cole 2011). Por otra parte, en España, en el contexto de las protestas ciudadanas que tuvieron lugar tras la manifestación convocada por la Plataforma Democracia Real Ya el 15 de Mayo de 2011, el 43% de los entrevistados por The Cocktail Analysis (2011) han afirmado que Internet, y en concreto, las redes sociales han sido su mejor fuente de información. Sin embargo, la mayoría de los investigadores, al menos antes de haber tenido la oportunidad de analizar con sosiego estos últimos procesos, están de acuerdo en que la mayor participación social que Internet hace posible, por sí sólo, no puede suplantar el rol que debe desempeñar un periodismo profesional (ver Gillmor, 2004: XVI-XVII o Díaz Arias, 2009).

organizados en lobbies, priman sobre los de la mayoría de la ciudadanía, y se difumina así el sentido moral del sistema democrático.

Según la Teoría de la Democracia Deliberativa una mayor participación de la sociedad civil en la toma de decisiones mediante el uso público de la razón puede devolver el sentido a la democracia como gobierno racional de la mayoría y para la mayoría (ver, Nino, 1997 o Martí, 2006). El tipo de Esfera Pública adecuada para este ejercicio democrático no sólo sería un espacio de observación de la clase política, sino uno en el que la sociedad civil debe participar, mediante grupos de ciudadanos y ONGs. Los retos y conflictos han de tener en cuenta la deliberación de todos los colectivos sociales afectados por cada cuestión. La calidad del discurso es central para este modelo y por ello desarrolla una ética discursiva: el debate ha de ser racional, estar basado en argumentos, orientado hacia el bien común y no en intereses personales.

En un modelo periodístico deliberativo las noticias no pueden conceptualizarse como representando una realidad estática exterior que no existe. Por el contrario, serían un agente intermediario, aunque modelador, de una realidad social en permanente ebullición, y conformada en la interacción discursiva de la sociedad civil. Tras reconocer que la realidad es construida y que los medios son un agente de primer orden, una Esfera Pública Deliberativa requiere que el proceso sea participativo, racional-argumentativo y enfocado hacia el bien común.

4.1. La deontología profesional periodística en una Democracia Deliberativa

Los periodistas en ejercicio en una Democracia Deliberativa no pueden considerarse mediadores invisibles, sino colaboradores públicos responsables de la relevancia, pluralidad y veracidad de la información disponible en la Esfera Pública, para contribuir así a la calidad e inclusividad del debate. Carpentier (2005)¹¹ identifica cuatro pares de nodos opuestos que hacen posible distinguir entre dos concepciones normativas del periodismo según lo experimentan los propios periodistas: una hegemónica y una contra-hegemónica. El periodismo de servicio público se encontraría entre las dos concepciones. Los valores mencionados aparecen en el Cuadro 3.

¹¹ Lamuedra and Lara, 2009: 33-60 también explica el modelo de Nico Carpentier. El desarrollo presente del artículo requiere que lo cite una vez más.

Cuadro 3. Parejas de posturas opuestas propuestas por Nico Carpentier (2005) para el análisis de las identidades de los profesionales del periodismo.

Identidad hegemónica	Identidad contra-hegemónica
Relación con el medio (élite profesional)	Relación con el público (representación ciudadana)
Gestión (gatekeeper)	Colaboración (gate-opener)
Autonomía	Dependencia
Objetividad	Subjetividad

En el presente trabajo se asocian los modelos hegemónicos con los tradicionales, que concuerdan con una Esfera Pública Liberal Representativa, y los contrahegemónicos, con el periodismo ciudadano y los movimientos de democracia directa que están más cerca del ejercicio de una Esfera Pública Deliberativa. Por una parte, el modelo tradicional conceptualiza al periodista como un gestor de contenidos, sobre quien recae el peso de la obligación de trabajar con autonomía (independencia, neutralidad) y objetividad. Siendo la autonomía respecto al resto de agentes sociales tan fundamental para este marco, no es de extrañar que los periodistas hayan fijado sus estándares gracias a su relación con sus pares, colegas y superiores, en mayor medida que en su relación con el público (Gans, 1979:230; Hagen, 1997:132; Lamuedra y Lara, 2009: 42-49).

Por otra parte, la orientación al público y la colaboración con él es mucho más adecuada a un sistema que descansa en el diálogo y la colaboración entre agentes sociales para alcanzar el bien común, y del que el periodismo sería un servidor. Por ello, una esfera pública deliberativa es más adecuada para ensanchar la procedencia y calidad de las fuentes que el llamado "periodismo ciudadano" favorece.

Sin embargo, la dependencia y la subjetividad que operan en los blogs o en el periodismo ciudadano no son compatibles con un periodismo profesional: ambos deben ser considerados valiosas fuentes de información, y - aunque la ética discursiva y el uso público de la razón del sistema deliberativo puede poner cierto límite al tipo de dependencia y subjetividad que manifiesten tales actores sociales, en su rol fuentes no necesitan observar ningún código deontológico profesional. Sin embargo, el periodismo profesional ha de ir un paso más allá y desarrollar principios deontológicos alternativos que guíen sus rutinas diarias.

El ya mencionado código ético del *Pew Research Project on Journalism* (Kovack y Rosenstiel, 2003) puede servir en tal empeño. A continuación nos detenemos en los principios deontológicos propuestos:

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

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

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

El siguiente cuadro sintetiza y pone en común los enfoques anteriores:

Cuadro 4: Relación comparativa de las características del periodismo en una Esfera Pública Representativa y una Esfera Pública Deliberativa (Elaboración propia)

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

El cuadro muestra que la deontología propuesta para servir a una Esfera Pública Deliberativa está mucho más desarrollada que la clásica: incorpora cuestiones relacionadas con los procesos de verificación, con la organización de las redacciones periodísticas y con el tipo de valores y procesos deliberativos que la Esfera Pública ha de desarrollar. Según este segundo modelo periodístico, la relación de colaboración entre medio y público, así como su función como promotor del debate racional le coloca como un agente necesario para que la sociedad alcance su potencial democrático mediante el intercambio público de informaciones y argumentaciones racionales.

Insistir en los métodos de verificación no sólo limitaría la dependencia actual del periodismo en los comunicados de los gabinetes de prensa, sino que daría lugar a un periodismo basado en métodos de investigación consensuados y transparentes hacia el público. Esta "visibilización" de las rutinas periodísticas rompería con la metáfora del periodismo como ventana a la realidad y con la pasividad social que favorece. Es más, permite poner el acento en la necesaria orientación de las organizaciones periodísticas hacia el servicio público. Cuanto más visible sea esta estructura menos válida será la imagen de los periodistas como mediadores objetivos (y por tanto invisibles).

Aunque puede no sorprender, en los discursos de los entrevistados se detecta una notable ausencia de principios que serían necesarios para instaurar una esfera pública deliberativa, como la obligación de los medios de promover debates colectivos y racionales, la importancia de la orientación de las estructuras organizativas hacia el servicio público, la necesidad de consensuar métodos periodísticos objetivos, la capacidad de argumentación o el Bien Común. Tales carencias habrían de ser tenidas en cuenta si tuviese lugar un proceso hacia una Esfera Pública Deliberativa.

5. A modo de conclusión: Teoría, Periodismo y Democracia Deliberativa

Existe cierto malestar por el vaciamiento de sentido que están sufriendo las instituciones democráticas y la propia democracia en sí, que puede sentirse en debates académicos del ámbito de las Ciencias Políticas y también de la Comunicación. El primero ha producido una teoría alternativa, la Teoría de la Democracia Deliberativa, que pretende volver a conectar las decisiones ciudadanas con el gobierno democrático. Por su parte, en el ámbito de Estudios sobre Comunicación se amontona la evidencia de los efectos negativos del proceso de concentración y la deriva mercantilista que afecta a los medios informativos, para la calidad de la información y el debate público que conforma el marco de decisión ciudadana. Por otra parte, hay una larga tradición de crítica -académica y periodística- a los principios deontológicos que sustentan el modelo de periodismo que sigue siendo hegemónico, y que representa a los medios como una ventana al mundo.

En lo que concierne al público, el análisis realizado sugiere que los receptores entrevistados en España y en el Reino Unido también cuestionan el modelo de ventana. El análisis ofrece una respuesta compleja y matizada a la pregunta de si se dan los tres pre-requisitos enunciados por Carey (ver sección 1) para considerar a la prensa como representante del público y para que su rol como guardián y adversario del poder establecido sea efectivo: la mayoría de los receptores de TVE no creían que los informativos fuesen sus representantes y que les uniese una relación de confianza y responsabilidad, aunque en el caso de los receptores de informativos de la BBC este sí era el caso, exceptuando la cobertura de noticias internacionales. En segundo lugar, el público percibía intereses ajenos en las informaciones, en mayor medida en TVE que en BBC, aunque no supiera señalar cuáles. En tercer lugar, había cierto cuestionamiento de que la prensa representase el mundo, aunque no tan específicamente sobre su capacidad de representar el mundo. Esto indica que la tradición de servicio público de los informativos de la BBC le permiten, a ojos de los entrevistados, representar mejor el rol social que le atribuye la presente democracia liberal representativa, que en el caso de TVE.

Al mismo tiempo, muchos entrevistados reivindican un periodismo que tiene algunas de las características que casarían con el modelo deliberativo, pero que no aparece del todo dibujado. También es reseñable que a la BBC se le reconocían algunas de estas características.

Hemos argumentado que la actual visión de los medios como ventanas al mundo, que crean un sistema de observación para que la ciudadanía decida su voto, no puede hacer frente a los retos que plantean los déficits democráticos de los sistemas actuales, porque por una parte, la propia metáfora de ventana esconde la mediación que implican las noticias y oculta al espectador las variables- laborales, económicas, culturales y políticas que determinan qué tipo de información es la que se difunde. Por otra parte, la propia metáfora insta al espectador a confundir "ver" las noticias, con participar democráticamente e instan, así, a la pasividad¹². En otras palabras, el sistema oculta las razones que el ciudadano tiene para no delegar toda su participación pública en los medios y representantes políticos.

El rol de los medios informativos ha de orientarse hacia fomentar la participación, elevando la calidad del debate público mediante una información de mayor calidad e incluso canalizando la propia participación mediante la diversidad de fuentes. Y por tanto, la deontología de los medios debe cambiar en la dirección que ha sido estudiada por asociaciones de periodistas como el *Pew Project for Excellence in Journalism*, y que ponen en el centro de la profesión la lealtad al ciudadano y la búsqueda de la verdad mediante métodos de investigación transparentes, principios que hacen visible la mediación periodística.

Y por ello, creemos que los estudiosos de la comunicación debemos hacer un esfuerzo por desarrollar un modelo periodístico consensuado que responda a los retos que plantea un necesario tránsito hacia una

¹² Esto ya lo notaron Lazarfeld y Merton en los años 40 (Wolf, 1987: 76).

Esfera Pública Deliberativa y que pueda ser enseñado en las Facultades de Comunicación en asignaturas como Teoría de la Información o Teoría del Periodismo. A este objetivo hemos intentado contribuir modestamente.

Referencias Bibliográficas

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

Bustamante, E. (2006). *Radio y Televisión en España: Historia de una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona, Gedisa.

Callejo, J., Lamuedra M. y García Matilla A (2010): "El agujero negro en el sistema español de comunicación mediado: el servicio público", en RETIS, J., LAMUEDRA M. y G. Matilla, A. (eds). *Los informativos diarios en BBC y TVE*. Madrid: Ediciones de la Torre, pp 125-173

Carey, J.W. (1999). "In defense of public Journalism" en GLASSER, T.L. *The idea of Public Journalism*. Nueva York. The Guilfo.

Carey, J. W. (1997)"Community, Public Journalism", en BLACK, J.*Mixed news: The Public/Civic/Communitarian Journalism Debate*. Nueva York. Mahwah, pp.1-15

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford, Oxford University Press. Oxford

Carpentier, N. (2005). "Identity, contingency and rigidity", en: *Journalism*, vol. 6 nº 2, pp. 199-219

Carpentier, N. (2007). "Coping with the agoraphobic media professional: a typology of journalistic practices reinforcing democracy and participation", en Cammaerts, B. y Carpentier, N. (eds). *Reclaiming the media: Communication Rights and Democratic Media Roles*. Bristol, Intellect Books, pp.157-175

Couldry, N. (2005). "The extended audience: scanning the horizon", en GILLESPIE, Marie, *Media Audiences*. Berkshire, Open University Books, pp.184-222

Curran, J. (1991) "Rethinking the media as a public Sphere", en DAHLGREN P., *Communication and Citizenship: Journalism and The Public Sphere in the New Media Age*. Londres, Routledge, 27-57.

Díaz Arias, R. (2009). "Periodismo Cívico vs Periodismo Ciudadano", en: *Observatorio de Medios de Comunicación y Sociedad*, nº 1, pp. 9-15. Disponible en: <http://www.1mayo.ccoo.es>

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

Ettema, J. S. (2007) "Journalism as Reason-Giving: Deliberative Democracy, Institutional Accountability, and the News Media's Mission" *Political Communication*, nº 24, pp. 143-160.

Ferres, J. (1994). *Televisión y Educación*. Barcelona, Paidós

Fishman M. (1983). *La fabricación de la noticia*. Buenos Aires, Tres Tempos.

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

Glasser, T. L. (1999) *The idea of Public Journalism*. Nueva York. The Guilfo.

Gillmor, D. (2004). *We the media. Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol, O'Reilly

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

Habermas, J. (1975) *Problemas de legitimación del capitalismo tardío*. Buenos Aires, Amorrortu.

Habermas, J. (1991) *La necesidad de la revisión de la izquierda*, Madrid, Tecnos.

Habermas, J. (1998) *Facticidad y validez*, Madrid, Trotta.

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

Harvey, D. (1990). *The Condition of PostModernity*. Cambridge y Oxford: Blackwell.

Gillmor, D. (2006) *We the media. Grassroots journalism by the people, for the people*. O'Reilly Media.

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

Klinenberg, E. (1999). "Journalistes á tout faire de la presse américaine", en *Le Monde Diplomatique*, febrero, p.7.

Kovack, B. y Rosenstiel, T. (2003). *Los elementos del Periodismo*. Madrid, Santillana

Lamuedra, M. (2011): "Medios de servicio público, periodismos alternativos y esfera pública deliberativa", en Chasqui Ciespal, edición 113.

Lamuedra, M., y Lara, T. (2009): "La crisis de identidad de los periodistas en las televisiones públicas europeas: Comparación entre BBC y TVE", en Estudios sobre el Mensaje Periodístico, nº 15, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense pp 33-60

Lamuedra, M. y Lara, T. (2010): "Profesionales de Noticias de BBC y TVE ante el ciudadano", en: RETIS, J., Lamuedra, M. y G. Matill, A., Los informativos diarios en BBC y TVE. Madrid, Ediciones de la Torre, pp 89-124

Manning, P. (2001). *News and News Sources: a critical introduction*. London, Sage.

McCombs, Maxwell E y SHAW, D. (1972): "The Agenda-Setting Function of Mass Media", *Public Opinion Quarterly*, nº 36, pp 176-187.

McChesney, R. W (2008). *The political Economy of Media; enduring issues, emerging dilemmas*. New York, Monthly Review Press.

McQuail, D. (2001). *Introducción a la teoría de comunicación de masas*. Barcelona, Paidós.

Martí, J. Luis (2006). *La república deliberativa*. Madrid, Marcial Pons.

McDevitt, M. (2003) "In Defense of Autonomy: a critique of the Public Journalism Critique", *Journal of Communication*, n.º 53- 1, pp. 155-160.

Muños Torres, J R (2000). "Concepciones epistemológicas implícitas en los libros de estilo de El País, El Mundo y ABC", *Revista ZER*, nº 9.

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

O'Donnell H. (2007). *Noticias y Ciudadanía: El telespectador, el poder y el debate público*. Madrid, Ediciones de la Torre.

Retis; J., Lamuedra; M. y G. Matilla, A. (2010): *Los informativos diarios en BBC y TVE*. Madrid, Ediciones de la Torre

Rosen J.(1994) *Public Journalism as a Democratic Art*. Nueva York, Project on the Public Life and Press.

Rosen, J. (1996) *Getting the Connections Right: Public Journalism and the Troubles in the Press*. Nueva York, Twentieth Century Fund.

Rosen, J.(1999) *The Action of the Idea; Public Journalism in Built Form* en GLASSER, T.L. *The idea of Public Journalism*. Nueva York. The Guilfo.

Rheingold H. (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*, Barcelona, Gedisa

Schudson, M. (1967). *Discovering the news: a social history of American newspapers*. United States of America, Basic Books

Thomass, B. (2010). "PSB and the European Public Sphere", en IOSIFIDIS, Pietro: *Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond*. London: Palgrave McMillan, pp. 63-76

Tuchman G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. Nueva York, The Free Press

Velasco, J.C (2003) *Para leer a Habermas*. Madrid, Alianza Editorial.

Velasco, J. C. (2007). "Deliberación y calidad de la democracia", en *Claves de la Razón Práctica*, nº 167, pp 36-43

Wolf, M. (1987). *La investigación en comunicación de masas*. Barcelona, Paidós.

White, A. (coord.) (2008): *The Ethical Journalism Initiative*. Brussels, International Journalists Federation