

Extraído de Viento Sur

<https://www.vientosur.info/spip.php?article9160>

La era digital y sus oportunidades

Medios de comunicación, internet y cambio democrático

- solo en la web -



En el imaginario progresista los *media* tienen funciones de desarrollo democrático. Se les atribuyen subfunciones de distribución de información profesional, entretenimiento constructivo y generación de opinión pública que redundarían en vínculo social, actualización de las identidades culturales y nacionales, vigilancia y contrapeso en tareas de legitimación institucional, mediación social y auto-regulación sistémica.

Desajuste histórico de los media

Sin embargo, es una constatación colectiva que los *media* tradicionales han dado la espalda a la diversidad social, a las tareas de vigilancia de los poderes (solo acompañan al gobierno o a la oposición afín) y a la función de espejo y mediación social. En general, y a pesar de los profesionales, producen una información intencional que mezcla hechos, opinión y propaganda debido a sus fuertes y funcionales lazos, especialmente en el *modelo mediterráneo* mediático (interdependencia de *medias* y partidos, sin perjuicio de su funcionalidad para las élites económicas por la vía de la propiedad, la publicidad o la financiarización).

Hay un factor que facilita esa deriva. Casi solo una elite económica puede saltar la barrera de entrada de la fuerte inversión para producir comunicación masiva. Desde ahí lo normal es que gestionen un interés colectivo en beneficio de parte. No hay, así, una correspondencia entre la foto de la estructura social o del mapa electoral y el mapa de la propiedad del sistema de medios.

Esta anomalía de las sociedades democráticas apenas si tenía remedio en el campo de la prensa. Las empresas privadas han sido demasiado poderosas y no forma parte de la tradición occidental la existencia de medios públicos de prensa. A lo más cabía conquistar espacios desde la profesión en forma de Consejos de Redacción.

El proceso de democratización de los medios pudo abrirse camino en Europa mediante la apuesta por los servicios públicos en el momento de la emergencia, primero de la radio y luego de la TV. Sin embargo, cuando se asentaron los servicios públicos, algunos se gubernamentalizaron y se produjo una demanda de apertura del espacio de RTV a los capitales privados. Iniciado este último proceso en los 70-80 sin estar resuelta la crisis de identidad y legitimidad de los servicios públicos, la desregulación favorable a los intereses privados abocó, de nuevo, a un dominio privado de los espacios mediáticos y a una minorización de los medios públicos.

Todo ello hay que enmarcarlo en los procesos de la globalización e internacionalización de los flujos comunicativos de los años 70, la liberalización de los sistemas públicos con concentración privada y formación de Grupos de los 90 y la financiarización de los media en la década pasada (una toma de control directa de los *media* desde el mercado financiero).

Pero la más reciente digitalización en accesos a la información, en lugar de ampliar la demanda de información pagada, ha acelerado la crisis de las empresas de prensa, radio y de no pocas televisiones. A la caída de la difusión de pago y de la publicidad, se añade la inadaptación de la información y del periodismo a la sociedad actual y al cambio digital de usos.

Es decir, a principios del siglo XXI de nuevo estamos en las mismas que a principios del siglo pasado. Pero la competencia les viene a los medios de un doble foco: los nuevos intermediarios digitales -los "señores de las redes"- y el usuario tecnológicamente competente que *casa* uso de la red y visibilidad social.

Deterioros democráticos

Paralelamente a este mapa insatisfactorio, percibido como tal por la población, se ha producido una crisis de legitimación de las democracias representativas por distintas razones: demandas ciudadanas insatisfechas, rutinas electorales e institucionales, partitocracias, corrupciones, divisiones de poderes sólo formales, decisiones orientadas por el capital financiero desde fuera del sistema democrático, inoperancia de la gestión vertical o paternalista de la opinión pública...

Se ha ido produciendo, así, una oleada de desafección social cuando no de indignación activa, mezclada con un nuevo interés por lo público y colectivo. Desafección no equivale a desinterés ciudadano. La solidaridad es un valor en alza. Tras el 15M va tomando cuerpo la exigencia de tránsito desde la democracia procedimental a la representativa, deliberativa y participativa. El 22M lo ha dejado claro.

Se dan las condiciones para una ciudadanía cívica que exige nuevas reglas para lo colectivo: transparencia, *responsiveness* -respuesta a las demandas ciudadanas- y *accountability* -rendición de cuentas-. Pero, además, los ciudadanos reclaman el derecho a participar, afirmándose como comunidad que se autogobierna. Es un cambio de concepto. La delegación asignada a electos estaría condicionada a la interacción social para las decisiones colectivas.

Mientras que la mera gobernanza escucha a los actores sociales y el sistema institucional asume las decisiones sobre los recursos, una democracia deliberativa, aun partiendo de la representación por delegación, la apuraría (listas abiertas, responsabilidad ante electorados, consultas frecuentes y sin miedo, descentralizaciones...) y atendería a los procesos locales de participación, ampliando los ámbitos de codecisión en sociedades de alto nivel de conocimiento.

Por ello, la crisis de legitimación democrática y el desplazamiento de la política por las finanzas es paralela a la crisis de funcionalidad del sistema de medios tradicional, y ambas afectan a una autorregulación estable del sistema. ¡Houston, tenemos un problema!

La era digital y sus oportunidades

A modo de rotura de ese doble nudo gordiano -crisis mediática y crisis democrática- los usos sociales de la digitalización en curso ponen en cuestión la verticalidad de las comunicaciones y afloran formas comunicativas horizontales que desplazan, en parte, a los *media* convencionales generando nuevos focos para la confección de la agenda informativa. Ésta deja de estar solo en las manos de los *media*. Asimismo emergen nuevas formas de entretenimiento que ya no pasan necesariamente por las industrias culturales profesionalizadas. Les disputan el tiempo social de atención los *social media*, la comunicación a pares, los *commons*, la "cultura libre", el video amateur (Youtube) o las redes protocolizadas por los nuevos intermediarios digitales como los mediadores no editoriales (plataformas como Facebook o Twitter) y los grandes buscadores que compactan toda clase de accesos, incluida la información de los *media*.

El resultado no es la resolución de los problemas del modelo mediático sino una fragmentación con globalización hiperconcentrada en pocas plataformas y, paradójicamente, una horizontalización social del mapa de comunicaciones.

La opulencia comunicativa de la era digital, el interés de la ciudadanía por la información y su capacidad de generar contenidos -se ha apropiado de la tecnología- trae una proliferación de comunidades virtuales -todo lo *débiles* que se quiera- y un nuevo tipo de autoorganización en miríadas de redes que conforman una multitud cada vez más inteligente. Paralelamente, surgen medios *on line*, baratos y eficaces, que espolean a los grandes *media* a un periodismo más profesional y comprometido.

Con Internet cabe así mayor participación, debate y deliberación. Pero su rol no es automático; es ambivalente mientras no se traslade a la sociedad como tal, a la geoesfera. La red puede ser una fantástica herramienta pero tiene su cruz para la democracia: la información no contrastada, la propaganda, el manejo de emociones de la inmediatez, las estrategias de desinformación.... Así es que los consensos y las hegemonías en los proyectos colectivos no pueden ser la suma o cruce de opiniones en una ciberdemocracia *clicktivista*, sino el resultado, desde procedimientos aceptados, del contraste político entre legitimidades confirmadas en la representación y en la movilización. La red puede ayudar cualitativamente a la autoorganización social, pero no sustituir a la democracia.

En suma, una nueva comunicación de una democracia deliberativa pasaría por un doble rasero: por un lado, la democratización de la red y de la estructura de medios de comunicación, con la promoción de la información y comunicación multimedia *on line* de calidad y la exigencia de un pluralismo comunicativo organizado, incluyendo el desarrollo de los servicios públicos, así como una comunicación horizontal que permita multiplicar los espacios codecisionales. Por otro lado, se trata de relegitimar la democracia representativa mediante calidad (listas abiertas, fiscalización de electos); derecho de consultas en los distintos ámbitos de decisión; descentralización y gobernanza multinivel; y la promoción de la autoorganización social participativa.

Todo ello redundaría en la renovación del contrato de ciudadanía, en la recuperación del lugar de la información periodística y en un nuevo y libre espacio de comunicación social horizontal.

23/06/2014