



En el escenario de la democracia electrónica

## El futuro de los medios públicos

KAROL JAKUBOWICZ

La supervivencia de los medios públicos (MSP)<sup>1</sup> depende, en la actualidad, de su capacidad para renovarse. La necesidad de cambio más acuciante reside en la innovación tecnológica. En este proceso, la renovación interna conduciría a una estructura más funcional. El paso que los MSP deben dar en este siglo es el de reconvertirse en plataformas para la comunicación social abierta. Por otro lado, en lo que a la democracia respecta, uno de los problemas más importantes a los que se enfrenta es al monopolio del debate político y a la distorsión de la democracia por parte de los medios comerciales. La cuestión es ¿puede la e-democracia, entendida ésta como el intercambio de ideas y opiniones a través de internet, curar los males de la democracia?

Palabras clave: MSP, e-democracia, internet, innovación tecnológica, comunicación social

The survival of public media depends, at present, of its capacity of renewal. Technological innovation seeks an urgent need of change. During this process internal renewal will lead to functional structure. Next step is to reconvert public media to platforms for open social communication in this Century. On the other hand, commercial media's monopoly on politics and distortion are among the most important problems democracy has to confront. Can e-democracy, defined as "the exchange of ideas and opinions as part of the democratic process by means of the Internet" be a cure for the ills of democracy?

Keywords: Public media, e-democracy, Internet, technological innovation, social communication



KAROL JAKUBOWICZ ha sido presidente del Consejo Intergubernamental del Programa Información para Todos de UNESCO.

[1] Medios de Servicio Público (MSP) en lugar de Transmisión de Servicio Público (TSP) porque es el término recomendado por el Consejo de Europa para señalar que el requerimiento de contenido de servicio público no debe estar limitado a la transmisión tradicional, sino que debe aplicarse también a otras plataformas, incluyendo internet. Haremos uso fundamentalmente de este término o acrónimo a lo largo de este texto, incluso si bien en parte hace referencia al pasado, cuando el término TSP era el apropiado.

\*Escrito para el Foro del Consejo de Europa para el Futuro de la Democracia "e-democracia desde las Raíces", Madrid, España, Centro Municipal de Congresos, 15-17 de octubre de 2008



La Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa ha calificado la transmisión de servicio público (TSP) como “una de las instituciones socioeconómicas y mediáticas clave desarrolladas por las democracias de Europa Occidental en el siglo XXI” y “un elemento vital de la democracia en Europa”. Al mismo tiempo, dijo que la TSP estaba en riesgo, “cuestionada por intereses políticos y económicos, con una competición creciente por parte de los medios comerciales, con concentraciones de medios y dificultades financieras. También se está enfrentando al reto de adaptarse a la globalización y a las nuevas tecnologías”.

Por lo tanto, la Asamblea señaló que el reto actualmente es cómo preservar los MSP “en una forma adecuada para las condiciones del siglo XXI”. El tema que quiero tratar es precisamente el significado de “las condiciones del siglo XXI” en relación con los MSP en general y específicamente en términos de su comportamiento democrático. En este sentido, voy a tratar de destacar cómo los MSP deben cambiar — de hecho, redefinirse a sí mismos — para sobrevivir y prosperar en el siglo XXI.

Utilizo la palabra “sobrevivir” por recomendación. Thomass (2007) señaló, correctamente, que si los MSP quieren seguir existiendo en la década de 2020 para celebrar su centenario, deben, mientras tanto, renovarse (ver también Bardoel y d’Haenes 2008). El siguiente comentario del Ofcom (2004: 4) hace referencia a la situación en el Reino Unido, pero podría aplicarse en otros contextos: “a finales de esta década, la actual ecología para el suministro de transmisión de servicio público estará en riesgo. El conjunto de continuos cambios en la sociedad, el modo en que la gente hace uso de los medios y ve la televisión y en las fuerzas competitivas a las que se enfrentan las actuales redes, harán que las formas que aseguran la transmisión de contenidos de servicio público sean *inadecuadas para garantizar el mantenimiento* — por no hablar del fortalecimiento — de los MSP”.

### El futuro de los medios de servicio público

Necesitamos una auténtica *revolución copernicana* en nuestra interpretación del modo en que los medios deben prestar un servicio público en el futuro. Prácticamente todo el contexto social, mediático y tecnológico en el que nació la transmisión de servicio público ha cambiado fundamentalmente desde entonces. Debido a la Revolución Digital, “prácticamente toda institución en la que se basa nuestra sociedad, desde el nivel local al supranacional, está quedándose obsoleta” (Rosetto 2008). Sin embargo, lo que podemos considerar como concepto “establecido” o “legado” de los MSP ha desplegado un considerable poder de permanencia. Los marcos políticos y regulatorios para los MSP han desplegado, igualmente, una considerable inercia y resistencia al cambio. En consecuencia, en algunos casos los MSP se encuentran en una especie de deformación temporal: todavía se definen, y en muchos casos se organizan, en base a las ideas heredadas del pasado que cada vez tienen menor crédito en la realidad de los MSP actuales y en el cambio fundamental requerido. Sin él, los MSP serán cada vez más irrelevantes e incapaces de cumplir sus funciones.

### Cambio tecnológico

Comencemos con la necesidad de cambio más obvia: la innovación tecnológica que ha transformado crucialmente los medios. A nivel general, parece haber un acuerdo político universal en Europa respecto al principio de que los medios de servicio público deben ser libres para usar las nuevas tecnologías, si bien también se alzan algunas críticas relacionadas con la protección de la

competencia en la Unión Europea. El Consejo de Europa marcó el camino con la adopción en enero de 2007 de la Recomendación CM/Rec(2007)3 del Comité de Ministros sobre la función de los medios de servicio público en la sociedad de la información, en la que se señala que “Convencidos, por lo tanto, de que la función de servicio público es la más relevante de todas en la sociedad de la información y que puede ser cumplida por organizaciones de servicio público a través de diversas plataformas y la oferta de varios servicios, resultando en el surgimiento de medios de servicio público”. Éste fue un paso histórico, y los 47 países europeos se comprometieron formalmente a adoptar un enfoque tecnológicamente neutro respecto a las cláusulas de contenidos de servicio público por otras plataformas aparte de la mera difusión, llegando incluso a sugerir un nuevo nombre, relacionado con este enfoque. La Recomendación apoya claramente un enfoque tecnológicamente neutro: “la función de servicio público (...) debe ser realizada con tecnologías modernas adecuadas para tal objetivo;” los MSP deben emplear “nuevas tecnologías interactivas” y deben estar “presentes en distintas plataformas”.

Sin embargo, a pesar de que muchos países de forma reticente han empezado a permitir que las organizaciones de los MSP se adentren en las nuevas tecnologías, no es suficiente. Deberían apoyar activamente, financiar y obligar a las organizaciones de los MSP a hacerlo, considerando internet y otras nuevas tecnologías áreas legítimas y completas de programación, y no sólo meros servicios auxiliares de las actividades de transmisión. De lo contrario, los MSP perderán el autobús de las nuevas tecnologías conforme un mayor número de usuarios vaya accediendo, de forma progresiva, a redes de banda ancha para llevar a cabo la mayor parte de su consumo de medios. Gráficamente, la definición tecnológicamente neutra de la función puede representarse como “MSP = TSP + todas las plataformas relevantes + Web 2.0”, incluyendo servicios generalistas y temáticos de programación, así como el denominado “servicio público personalizado” a través de internet.

### Reforma interna

Para ser capaces de responder al reto del cambio tecnológico, los MSP deben reformarse y reformar su proceso de producción y pasar a una “estructura funcional u orientada a lo multimedia”. En este caso, el contenido surge en formato digital y sigue siendo digital: la producción de programas no queda separada en base a los canales o los medios, sino de acuerdo con los géneros de los programas, y debe poder ser utilizada en distintos canales de distribución (radio, televisión, internet, etc). Las ventajas de esta estructura incluye sinergias de recursos y talento para la producción de programas, fertilización transversal de ideas, un mayor abanico de contenidos de programación en varios departamentos a través de varios canales o servicios y una serie de plataformas para nuevos receptores en diferentes contextos. Otro elemento de cambio es, por supuesto, el crecimiento del sector comercial y – con la digitalización y la convergencia – la aparición de muchos intermediarios y pasarelas digitales entre el proveedor de contenidos y la audiencia. Los MSP – verticalmente integrados, autosuficientes e independientes – deben estar preparados para operar en este contexto y cooperar potencialmente con socios comerciales.

La recomendación del Consejo de Europa reafirma el rol de los MSP como contribuidores activos en la creación y en la producción audiovisual y en una mayor apreciación y difusión de la diversidad de la herencia cultural nacional y europea. Para cumplir este propósito, los MSP deben pasar de ser product-





res de contenidos, compiladores y difusores de una industria cultural, a promover más efectivamente la producción doméstica audiovisual manteniendo una mayor proporción de este tipo de trabajos en tiempo de emisión; haciendo un uso óptimo de los archivos audiovisuales con el lanzamiento de nuevos canales; y promoviendo el crecimiento de la industria de programación y el desarrollo de una cultura y una producción audiovisuales en el país entero.

### Adaptación al cambio sociocultural

En general, los MSP deben responder y adaptarse al cambio sociocultural (ver Ofcom 2004) relativo al consumo y a la actitud popular respecto a ellos. A continuación, presentamos algunos de estos procesos de cambio y el modo en que los MSP deben responder:

- a. La nivelación de las divisiones sociales (afluencia creciente, estándares educativos, crecimiento de la clase media), la cual tiene como resultado cambios fundamentales en la audiencia tradicional. *Ya no le basta a la gente con ser el receptor pasivo de los contenidos; la audiencia no está dispuesta a aceptar el paternalismo clásico de los MSP con su "voz con autoridad".*
- b. Individualización y fragmentación, también respecto al consumo de medios, reemplazando la experiencia de grupo. *Por lo tanto, surge la necesidad de contar con modos de comunicación individualizados y personalizados, con nuevas tecnologías.*
- c. Crecimiento de las redes sociales y de la pérdida de compromiso político. El interés por el establecimiento de contactos se manifiesta en el éxito de las herramientas de comunidades en línea y los chats. La confianza en la autoridad está en declive. *Lo mismo puede decirse de los medios que ya no pueden dar por supuesta la confianza y el respeto de la audiencia. Esta realidad requiere un cambio en la relación entre los MSP y la audiencia en clave de asociación y diálogo, para que exista una mayor sensación de "propiedad pública" de los MSP.*
- d. Sensación de titularidad de derechos: tendencia hacia el acceso y la inclusión en la que los usuarios de servicios tienen derechos de ciudadanía. Se trata de la "cultura de la titularidad de derechos": la idea de que todos los individuos deben, en la medida de lo posible, contar con las mismas posibilidades de acceso a oportunidades creativas y culturales, independientemente de su lugar de residencia. *Todo esto ha alterado de manera fundamental la relación entre los medios y sus audiencias y ha añadido muchas más voces al proceso de comunicación mediatizada, social o incluso global. Para satisfacer tales necesidades, los MSP deberían estar abiertos al diálogo con la audiencia, a su participación y a los contenidos generados por los usuarios mismos, así como a establecer otros proyectos de participación.* Los MSP deben dirigirse a todas las generaciones, pero especialmente deben involucrar a los más jóvenes en formas activas de comunicación.

Otros procesos más amplios de cambio, como la integración internacional, se enmarcan en el contexto de la globalización. Estos también requieren una redefinición de la función de programación de los MSP. Un ejemplo es el papel asignado a los MSP como "punto de referencia para todos los miembros del público; un factor de cohesión social e integración de todos los individuos,

grupos y comunidades". Al interpretar estas tareas, debemos – en las condiciones del siglo XXI – recordar la importancia del diálogo intercultural en, y entre, los pueblos y las sociedades; y que el estado nación ya no es el marco de referencia adecuado, o único, para los individuos. El *White Paper On Intercultural Dialogue* del Consejo de Europa define el diálogo intercultural como "un intercambio abierto y respetuoso de ideas entre individuos, grupos con distintos orígenes étnicos, culturales, religiosos o lingüísticos sobre la base de la comprensión y el respeto mutuos". Los MSP deben constituir ciertamente un foro para este diálogo, sin crear un punto de referencia único para toda la sociedad. En segundo lugar, los MSP deben esforzarse por crear una sensación de afinidad y comprensión con las personas de otros países de la región, especialmente si el país en cuestión forma parte de algún plan de integración internacional, además de promover la aceptación de, y el respeto por, la diversidad cultural en todo el mundo. Otra cuestión de relevancia es el tema de la cohesión e integración sociales. La brecha digital y de banda ancha constituye un obstáculo. Si los MSP desean prestar un servicio a la causa de la integración y la cohesión social, como siempre han hecho, en las condiciones del siglo XXI, también han de tratar de contribuir a la superación de la brecha digital. Una de las tareas públicas de la BBC es "construir la Gran Bretaña digital". Otros MSP deberían asumir un compromiso similar.

### Resistencia a la presión ideológica

Para poner fin a esta breve lista de condiciones para los MSP en el siglo XXI, también debemos mencionar las consecuencias de la evolución ideológica de las sociedades europeas, por ejemplo, la revolución neoliberal desde la década de los años 1980, que está en detrimento tanto de la razón de ser de la intervención pública de los medios como, en muchos casos, de la aceptación individual del rol de los MSP como un producto de arreglos sociales colectivistas, lo cual provoca que las instituciones públicas tengan que cuidar del bienestar individual.

El neoliberalismo, por supuesto, mantiene su fe en las fuerzas del mercado y funciona sobre la convicción de que la ley de la oferta y la demanda creará los mecanismos necesarios para satisfacer todas las necesidades de comunicación de todos los grupos de la sociedad. Un argumento adicional es que internet y todos los servicios de nueva comunicación ofrecen "opciones infinitas", por lo que los MSP dejan de ser necesarios. Como mucho, los MSP serían aceptados como mecanismos para compensar las disfunciones del mercado. Así se entiende el llamado modelo "monasterio" de los MSP, de acuerdo con el cual estos son considerados meros emisores especializados, como un gueto cultural y educativo, con una oferta de contenidos que los canales comerciales no pueden emitir con beneficios. La ironía de la situación es que dada la competición creciente en el panorama de los medios, las disfunciones del mercado son una amenaza cada vez mayor para su calidad. En la transmisión mediática, es evidente que ante la encarnizada competición, los canales comerciales generalistas están reduciendo sus compromisos de servicio público, como en el caso del Reino Unido, y la proporción de programación de alta calidad. Es paradójico que los MSP estén recuperando el monopolio en cuanto al "contenido de servicio público"; en cuanto a contenidos originales producidos para la audiencia nacional; y en cuanto a servicios de programación generalista completa para grandes audiencias.





Muy recientemente, el Parlamento Europeo adoptó una *resolución sobre la concentración y el pluralismo de los medios de comunicación en la Unión Europea*, en la que observaba que “el desarrollo del sistema de medios de comunicación se ve cada vez más arrastrado por el ánimo de lucro y, como consecuencia, no se salvaguardan en la medida adecuada los procesos sociales, políticos o económicos ni los valores recogidos en los códigos de conducta periodísticos”, y también “la experiencia demuestra que una concentración ilimitada de la propiedad pone en peligro el pluralismo y la diversidad cultural, y que un sistema basado exclusivamente en la libre competencia del mercado no puede garantizar por sí solo el pluralismo de los medios de comunicación”. El Parlamento Europeo también consideró que “la proliferación de nuevos medios de comunicación – internet de banda ancha, canales por satélite, televisión digital terrestre, etc. – y la variedad de propietarios de medios de comunicación no son suficientes en sí mismas para garantizar el pluralismo de los contenidos de los medios de comunicación”.

Por lo tanto, la resolución señaló que “los servicios públicos audiovisuales son fundamentales para (...) que las personas se familiaricen con la diversidad cultural y para garantizar el pluralismo”, y llamando a los Estados Miembro a “apoyar unos servicios públicos de radiodifusión de elevada calidad capaces de ofrecer una verdadera alternativa a la programación de las cadenas comerciales y que, sin tener necesariamente que competir por las cuotas de pantalla y los ingresos procedentes de la publicidad, ocupen un lugar más visible en el panorama europeo como pilares de la preservación del pluralismo de los medios de comunicación, el diálogo democrático y el acceso de todos los ciudadanos a unos contenidos de calidad”.

No es fácil cambiar o superar dogmas ideológicos, pero hay pruebas obvias de que la comercialización, la mercantilización y el proceso de conversión de medios de comunicación privados en tabloides está reduciendo, y no aumentando, el abanico y la calidad de contenidos a disposición del público. Esta es la razón por la que Jürgen Habermas, distinguido filósofo alemán, realizó su famosa llamada de subsidios públicos para periódicos de calidad como elemento vital del debate público, en un tiempo en el que estos están en verdadero riesgo de ser absorbidos por inversores financieros interesados sólo en la reducción de gastos y motivados únicamente por los beneficios.

### **Medios de servicio público y e-democracia, ¿una cura para los males del sistema?**

El Consejo de Europa cuenta con un amplio acervo en democracia (Reflexiones sobre el futuro de la democracia en Europa 2005; Pratchett y Lowndes 2004; Oakley 2003; Kayhan 2003), así como en sus debilidades y limitaciones. Un informe de la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa de 2007 sobre el estado de la democracia en Europa (Gross 2007) observa con gran preocupación las siguientes tendencias:

- . Creciente descontento y desafección entre los ciudadanos, que queda manifiesto en la baja participación en las elecciones<sup>2</sup>.
- . Creciente decepción o indiferencia hacia la política, en especial entre los más jóvenes.
- . Pérdida de confianza en la democracia y progresiva separación entre las instituciones políticas y los ciudadanos.

[2] En otra publicación del Consejo de Europa, el fenómeno fue descrito como “la alienación de los ciudadanos con relación a la política y la desconfianza creciente respecto a sus representantes aumenta con lo que los ciudadanos perciben como una distancia cognitiva con la élite. Esto ha generado sentimientos de impotencia, innecesidad, e incluso impotencia respecto a la política. Esta distancia crece con una aparente falta de transparencia en los procesos políticos”. (Trechsel 2005: 48).

Disfunciones en algunas instituciones políticas en muchos países: los partidos políticos han perdido parte de su capacidad de cohesión y de ser un vínculo entre los ciudadanos y el estado; habitualmente se cuestiona la representatividad de los parlamentos; comúnmente, y en ocasiones de manera fundada, se percibe que los principios básicos de la democracia tales como la separación de poderes, las libertades políticas, la transparencia y la rendición de cuentas no son suficientemente implementados, o, no están, para nada implementados.

En su resolución 1547 (2007) sobre el “estado de los derechos humanos y la democracia en Europa”, la Asamblea Parlamentaria también se refiere al rol de los medios comerciales en la democracia, indicando que “habitualmente tienden a reemplazar funcionalmente a los partidos políticos estableciendo la agenda política, monopolizando el debate político y creando y eligiendo a los líderes políticos, lo cual es motivo de preocupación. Con demasiada frecuencia, los medios son, fundamentalmente, instituciones con motivaciones de negocio y, debido a su priorización de los intereses de negocios sobre el servicio a la ciudadanía y la democracia, inevitablemente contribuyen a la distorsión de ésta. El rol de los medios en el establecimiento de las agendas políticas, la transmisión de debates políticos y la formación de opiniones sobre los líderes políticos subraya la importancia, para una sociedad democrática, de la existencia de unos medios de comunicación independientes, pluralistas y responsables”.

Entre las respuestas necesarias a esta crisis está el hecho de que “las instituciones tradicionales de democracia representativa deben abrirse a una mayor participación de la ciudadanía con el fin de superar sus propias limitaciones y de reintegrar aquellos ciudadanos que están preocupados con sus disfunciones”. Por lo tanto, “debería plantearse la cuestión sobre el modo en que los sistemas tradicionales de democracia representativa han de responder a los rápidos cambios en la comunicación y el acceso a la información dirigiéndose a la evolución de los sistemas de democracia directa”.

El informe, por lo tanto, observa una cura para los males de la democracia en la “democracia digital”, definida, por ejemplo, como “el intercambio de ideas y opiniones como parte del proceso democrático a través de internet” (Butcher et. al 2002), o en la “e-democracia”, definida, como “el uso de información y tecnologías y estrategias de comunicación por parte de “sectores democráticos” en el contexto de los procesos políticos de las comunidades locales, estados, regiones, naciones y también a nivel global” (Clift 2003). Esta otra definición de e-democracia puede resultar de hecho más útil:

“La e-democracia es el medio para diseminar más información política y mejorar la comunicación y la participación. También, en última instancia, la e-democracia es el mecanismo de transformación del debate político y de la cultura política. Los participantes en el campo de la e-democracia son la sociedad civil (organizada y no organizada), la administración, los políticos y, en menor medida, la economía” (Coleman y Norris 2005).

Sin embargo, la pregunta es: ¿puede la e-democracia por sí misma curar los males de la democracia o acaso crear un nuevo modelo? Esto parece más cuestionable. Por un lado, tal como señala el Parlamento Europeo en su *Resolución sobre la concentración y el pluralismo de los medios de comunicación de la Unión Europea*, “aunque internet ha hecho que aumente de forma





espectacular el acceso a diversas fuentes de información, puntos de vista y opiniones, aún no ha sustituido a los medios de comunicación tradicionales como determinantes en la formación de opinión pública". Sin embargo, y más importante aún, la democracia versa sobre la generación de una voluntad común de la *demos*, por lo que pueden considerarse dos cuestiones:

- . ¿En qué medida puede contribuir la democracia electrónica a la constitución de una voluntad común del *demos*?
- . ¿Y en qué medida puede contribuir a la constitución del *demos* como una comunidad?

La democracia de referéndum facilitado digitalmente, que es lo que podría llegar a ser la e-democracia, es una democracia directa de individuos aislados y no de ciudadanos en interacción. Es esta interacción misma la condición necesaria para la constitución de un *demos* con voluntad colectiva. A través de las redes electrónicas, los ciudadanos son abordados de forma separada, sin un debate compartido. Esta democracia directa carece de mecanismos de debate común y de generación de compromisos aceptables para la mayoría, lo cual es inherente a una democracia representativa. Esto puede derivar en la desorientación de los individuos y en una mayor fragmentación de las sociedades, debilitando la sensación de responsabilidad con respecto a los demás. Por estas razones, es improbable que pueda formarse la voluntad de los miembros del *demos* de forma interactiva a través de internet. En palabras de Barber (1998), las tecnologías de la información y comunicación (TIC) "claramente ponen en desventaja la deliberación y la búsqueda de un acuerdo y perjudican la participación democrática. No pueden servir en la búsqueda de una identidad nacional, común y cívica y sin estas formas de asociación, la democracia misma se hace problemática".

Dahlgren (2003) argumenta que a través de la ayuda a la creación de esferas públicas en línea, internet está creando islas dispares de comunicación política y está teniendo un efecto de dispersión de la que hasta hace poco, ha sido una esfera pública de medios de comunicación relativamente unificada, lo cual ha mermado la cultura pública compartida y la función integradora de la esfera pública. Esto amenaza con ir en contra de una cultura pública compartida y de la función como integrador social de la esfera pública, al tiempo que dificulta la formación de una voluntad política colectiva y puede igualmente impulsar la intolerancia entre "comunidades voluntarias" separadas. Esta tendencia hacia la fragmentación y la creciente dispersión puede ser perjudicial para el potencial democrático de las TIC.

Por lo tanto, uno ha de aceptar que la tecnología es una facilitadora, pero no la solución. Hace falta integración con herramientas tradicionales, "no en línea", de acceso a la información, consulta y participación pública en la toma de decisiones políticas para sacar el máximo provecho de las TIC. El suministro de información en línea es una condición esencial para el compromiso, pero cantidad no es lo mismo que calidad. Una promoción activa y una moderación competente son clave para la realización de consultas *online* eficaces. Por eso mismo, la e-democracia no trata de reemplazar la democracia representativa con democracia directa, a través de las TIC: al contrario, trata de crear una forma híbrida de democracia directa-representativa, facilitando el debate público, el surgimiento de nuevos movimientos políticos y la involucración de los ciudadanos en el trabajo de las instituciones democráticas:

“La e-democracia promovería una participación comprometida en un proceso de deliberación facilitado por las TIC. Téngase en cuenta que esto no se traduce en una democracia directa con referéndums instantáneos sobre cualquier cuestión imaginable. Al contrario, la e-democracia impulsaría una democracia representativa mejorada, enriquecida con un control ciudadano más fuerte sobre la deliberación política y los procesos de toma de decisiones” (Kyriakou 2005: 74).

### MSP, democracia y e-democracia

La transmisión de servicio público siempre ha tratado de servir a la democracia. Ha tenido un “empuje fundamentalmente democrático” ya que ha provocado que prácticamente todo el espectro de vida pública esté al alcance de todos, extendiendo así el universo del discurso. Su entero propósito ha sido la introducción de la igualdad social en el acceso a la información y, todo otro contenido, la creación de un foro para el debate público. Sin embargo, se trata de un sistema basado en relaciones desiguales y asimétricas entre los transmisores y la audiencia. En este sistema de democracia representativa comunicativa, el poder se acumula “entre los representantes, no en aquellos a los que representan” y genera “una participación —en la vida política— sin involucración” (Scannell 1989: 163-164). Por otro lado, el modelo original de los MSP está basado en unas relaciones desiguales y asimétricas entre la audiencia por un lado, y los canales, la élite cultural y el estado, por otro. Bardool (2007: 49-50) observa que muchos TSP han mantenido a la gente y a la sociedad civil a una cierta distancia, mientras que la política y el gobierno eran socios preferentes en el pasado. Esto quedó legitimado por las divisiones sociales y la estratificación. Actualmente, esto ya no es aceptable. Al mismo tiempo, el rol de los MSP en la democracia es cada vez más importante, considerando que “existe un riesgo considerable para la capacidad de los medios de comunicación de desempeñar sus funciones como guardianes de la democracia, dado que las empresas privadas de medios de comunicación tienden a orientarse predominantemente hacia el beneficio financiero; considerando que ello implica el peligro de una pérdida de diversidad, de calidad de los contenidos y de pluralidad de opinión y que, por tanto, la preservación del pluralismo de los medios de comunicación no debe confiarse exclusivamente a los mecanismos del mercado (Parlamento Europeo, *Resolución sobre la concentración y el pluralismo de los medios de comunicación de la Unión Europea*).”

En las condiciones del siglo XXI, el servicio tradicional para la democracia de los MSP ya no es suficiente.

En primer lugar, por la estructura política en la que ahora se extiende el proceso democrático tanto a nivel nacional como supranacional, en las que muchas de las funciones del estado son ahora asumidas por organizaciones internacionales y con la existencia de muchos problemas globales que han de ser abordados por la comunidad internacional, y no por estados-nación meramente. Por lo tanto, los MSP deben extender su servicio a la democracia del modo descrito en la tabla 1.

De acuerdo con la *Resolución sobre la concentración y el pluralismo de los medios de comunicación de la Unión Europea* del Parlamento Europeo, “los servicios públicos audiovisuales son fundamentales para formar opiniones de manera democrática”. Dada la ascendente fragmentación de la audiencia, debido al creciente número de estaciones comerciales en distintas plataformas, los MSP tienen un papel fundamental que jugar teniendo en cuenta que son potencialmente los únicos medios electrónicos existentes





actualmente capaces de fomentar el debate político y de formar la voluntad política en la sociedad, necesaria para el proceso democrático. No obstante, éste es sólo el comienzo de la contribución de los MSP al proceso democrático. Dado el malestar de la democracia, descrito previamente, se debe requerir a todas las instituciones democráticas al fortalecimiento del proceso democrático y la estimulación de la participación democrática popular. Se identifican tres prioridades en esta tarea:

- . Procesos electorales: aumentar la participación y la inclusión
- . Partidos: promover una financiación y una democracia interna más justas
- . Participación de los ciudadanos: apoyo a la educación cívica y a la democracia directa (Lowndes 2005).

Tabla 1. Viejas y nuevas tareas de los MSP respecto a la ciudadanía política y la democracia (I)

Tareas tradicionales de los MSP	Tareas adicionales de los MSP
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Servir a la democracia a nivel local, regional y nacional.</li> <li>. Representar a la sociedad civil ante las autoridades.</li> <li>. Ofrecer un foro para el debate público.</li> <li>. Ejercer la función de controladores del gobierno.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Informar a los ciudadanos sobre el trabajo de las organizaciones internacionales.</li> <li>. Contribuir a la creación de una esfera pública y de elementos de una sociedad civil a nivel regional, continental y global.</li> <li>. Ejercer la función de controladores de organizaciones internacionales y globales.</li> <li>. Desarrollar un capital social y una sensación de comunidad y co-responsabilidad por el estado-nación en un tiempo en que el ciberespacio permite a los individuos participar en comunidades virtuales y desvincularse de sus propias sociedades y naciones.</li> </ul>

Fuente; Adaptado de Jakubowicz, 2008.

Especialmente en este último área, aunque para que sea una acción completamente eficaz en este sentido debe estar orientada, es donde los MSP pueden realizar una contribución particularmente importante, por ejemplo, involucrándose en la promoción del apoderamiento y la participación y, en última instancia de la e-democracia.

Pueden deducirse de las teorías normativas sobre relaciones medios-sociedad cuatro obligaciones de los medios en general, y de los MSP en particular, respecto a la promoción de la democracia (Carpentier 2007: 159). Cada una de ellas asume distintos grados de audiencia (Tabla 2).

Si los medios han de promover la participación cívica, es obvio que los foros de debate y las obligaciones de participación adquieren especial importancia. Sin embargo, en las condiciones del siglo XXI, estas cuestiones no podrán servir a los fines de la e-democracia si no se permite a los MSP adentrarse en el sector de los nuevos servicios de comunicación y si se les fuerza a concentrarse en servicios de transmisión tradicionales. Esta es la razón por la que Ian Kearns (2003) ha hecho un llamamiento para la redefinición del servicio público tradicional de transmisión: “El cambio social y tecnológico significa afrontar el reto de la renovación, desde la transmisión de servicio público a las comunicaciones (en línea) de servicio público, la comunidad entera de Comunicaciones de Servicio Público ha de pasar del paradigma de transmisión de contenidos suministrados a un público de masas, hacia el paradigma de uso y participación de la era de la red”.



A través de la involucración de las audiencias y de los usuarios en distintas combinaciones de participación y redes, los MSP podrían ayudar a superar las barreras culturales y organizativas para el logro de un mayor compromiso ciudadano en el proceso democrático, así como los obstáculos políticos, participativos, organizacionales y tecnológicos necesarios para el éxito de la e-democracia (Coleman y Norris 2005). Con este fin, los MSP deben evolucionar desde un mero modo de transmisión hacia un modo de comunicación más adecuado y adquirir un compromiso de asociación con la sociedad civil.

Los planes y servicios participativos invitan a los ciudadanos a convertirse en usuarios en lugar de en espectadores de contenidos: participantes activos que producen, modifican, comentan, juzgan y rediseñan contenidos, en lugar de ser receptores pasivos de información y entretenimiento (Chitty 2007).

Tabla 2. Viejas y nuevas tareas de los MSP respecto a la ciudadanía política y la democracia (II)

Obligación	Rol de la audiencia	¿Nueva o vieja?
Obligación de información y control	Audiencia como receptora pasiva de información, observando el modo en que los medios desempeñan la labor de guardia en su lugar.	Vieja
Obligación de representación		
· Representación de lo político	Audiencia como espectadora del proceso político.	Vieja
· Representación de lo social	Audiencia como una diversidad de grupos y sub-grupos representados. Grupos involucrados en la creación de sus propias representaciones o hablando en su propio nombre.	Vieja/Nueva *
Obligación de foro	Audiencia como participante activa en el debate público.	Nueva
Obligación de participación	Audiencia como participante activa en la operación de los medios de comunicación, la producción o el suministro de contenidos, la gestión de medios, pero también participantes en la generación de redes sociales y la vida pública. La audiencia como partícipe activo de las operaciones de los medios, de la producción o el suministro de los contenidos y de la gestión de los medios; pero también como partícipe de la gestión de redes y de la vida pública.	Nueva

Fuente: Adaptado de Carpentier, 2007. \* En el pasado, se han probado algunas formas limitadas de representación propia activa por parte de grupos sociales en MSP.

La tabla 3 ilustra cómo se puede hacer uso de las nuevas tecnologías para promover la participación de los usuarios en los MSP, también como forma de democratización.

En sus servicios en línea para los más jóvenes, los MSP también pueden utilizar videojuegos, dado que “los juegos pueden promover la participación cívica entre los jóvenes. Algunos aspectos de los videojuegos son análogos a las oportunidades de aprendizaje cívico para promover la participación cívica en otros contextos. Simulaciones de acción cívica y política, consideraciones de temas controvertidos y participación en grupos en los que los miembros comparten intereses son formas eficaces de fomento de la participación cívica en las escuelas, concluye la inves-



tigación. Estos elementos son comunes en muchos videojuegos. Además, muchos juegos tienen contenidos que son explícitamente cívicos y políticos en sí mismos. SimCity, por ejemplo, permite a los jóvenes actuar como alcaldes y gestionar una ciudad. Han de establecer impuestos, organizar el transporte público, invertir en infraestructuras, desarrollar estrategias para promover el empleo y tener en cuenta su nivel de popularidad” (Kahne, Middaugh Evans, 2008: 7).

Tabla 3. Nuevas tecnologías de promoción de la participación de la sociedad civil

Métodos de democratización de los MSP	Descripción	Ejemplos seleccionados
Retroalimentación	Correspondencia por correo electrónico con creadores y ejecutivos de programas; reacción instantánea en blogs y sitios web.	
Acceso	Comunidades en línea y sitios de redes sociales creados en base a series y programas.	
Acceso a tiempo en el aire, participación en el desarrollo de programas	Contenidos generados por usuarios.	Un sitio web establecido por Canal 4 permite a los usuarios crear, cargar y ver documentales de cuatro minutos.
Participación en la organización y la gestión de los MSP	Enfoque de múltiples partes interesadas con participación de ONGs) y de la sociedad civil, comunicación en línea.	Los editores de las Noticias de la BBC gestionan un blog llamado “The Editors” ( <a href="http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/">http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/</a> ), porque “La BBC quiere estar abierta y rendir cuentas... este sitio es un espacio público en el que tú puedes participar con nosotros en la medida permitida por el medio. Puedes criticar libremente a la BBC... y realizar preguntas serias, y de fondo – haremos lo posible por contestarlas” <sup>3</sup> .
Participación en la formulación de políticas de comunicación	Enfoque de múltiples partes interesadas con participación de ONG y de la sociedad civil, comunicación en línea.	

Nota La autoridad reguladora británica, Ofcom, ha creado el blog “Ofcom PSM Review blog” <http://ofcomPSMreview.typepad.co>) como parte de su revisión de la transmisión pública – “para que la gente debata los temas objeto de revisión”.

[3] Otro ejemplo es la invitación pública de la BBC a ayudar a rediseñar [bbc.co.uk](http://bbc.co.uk). La BBC anunció un concurso de ideas para el rediseño de [bbc.co.uk](http://bbc.co.uk) para la era Web 2.0. Los participantes fueron invitados a integrar sitios en los que se comparten contenidos, como el sitio de fotos Flickr, el de videos YouTube y el instrumento de búsqueda de blogs Technorati.

La cultura participativa creada por los videojuegos y por otras formas de medios digitales ofrece muchas oportunidades para que la gente joven participe en debates cívicos, en la vida de su comunidad, para convertirse en líderes políticos, incluso cuando en ocasiones sólo sucede en las “vidas paralelas” ofrecidas por juegos multi-jugador o las comunidades de fans en línea. Aquí también, el aumento de las oportunidades para la participación puede cambiar la percepción que tienen de sí mismos y fortalecer sus vinculaciones con otros ciudadanos. Esto puede servir para comprender la toma de poder a través de la adopción de decisiones importantes en un contexto cívico real. La participación cívica requiere más que conocimiento sobre el modo de funcionamiento de las instituciones y sobre la participación de la gente en ellas. Requiere interés y participación, que pueden ser desarrollados, por ejemplo, a través de discusiones sobre temas sociales y de trabajo voluntario para abordar tales cuestiones. La gente joven puede, por lo tanto, desarrollar confianza

en sus propias capacidades para actuar como líderes, practicar el modo de articulación de sus puntos de vista, debatir temas y ayudar a otros en sus propias comunidades. Todo esto puede servir para hacer de ellos personas comprometidas individual y colectivamente en la sociedad democrática, con el fin de identificar y abordar temas de interés público a través de actos de voluntariado, participación organizativa y participación electoral (Kahne, Middaugh, Evans 2008; ver también Lenhart et. al 2008). En base al trabajo de Lowe (2008), podemos identificar cinco servicios principales de los MSP que responden a las necesidades democráticas de los ciudadanos y promueven la participación:

- . Información
- . Ayuda
- . Colaboración
- . Democratización
- . Movilización

A continuación, se presenta una breve descripción de estos servicios tomando como base el análisis de Lowe.

### Información

El suministro de información es todavía un elemento central del servicio que los MSP prestan a la democracia. Las noticias de los MSP ejercen una función única observando críticamente las acciones de los actores económicos, así como de los actores políticos, dada su condición de organizaciones sin ánimo de lucro, en la medida en que la financiación pública y la independencia editorial estén aseguradas. En las noticias de los medios comerciales hay habitualmente una preocupante desatención y elusión de temas extremadamente relevantes. El acceso *online* a los archivos del material, previamente emitido, constituyen un aspecto de gran importancia en esta categoría de servicios de los MSP. Tales servicios ligan los programas de radio y televisión, cultura nacional y herencia social, tanto actuales como históricos, con servicios bajo demanda a través de sitios web. El trabajo debería centrarse en organizar los contenidos actuales de noticias de forma combinada junto con documentos y otros materiales para dar a los usuarios la oportunidad de tener un conocimiento más profundo, más allá de meras historias puntuales. El programa *Today* de la BBC 4, canal de radio sobre temas de actualidad de Reino Unido, es un buen ejemplo de la vinculación entre radio e internet ([www.bbc.co.uk/radio4/today](http://www.bbc.co.uk/radio4/today)). El sitio web de *Today* es el legado de un programa anterior llamado *The Great Debate* (1999-2003), en el cual se realizaban tertulias sobre noticias especialmente centradas en temas cívicos. El programa *Today* analiza cuestiones de actualidad, habitualmente relacionadas con temas políticos nacionales o internacionales importantes en el Reino Unido. El sitio en línea incluye un archivo de temas previos y una revisión del tema actualmente en debate. *Today* ofrece a los participantes la oportunidad de influir en el contenido del programa así como de participar con preguntas y comentarios y proponer temas para futuros programas.

Radio Eslovenia es un útil ejemplo que sirve para ilustrar los esfuerzos de los MSP por proporcionar un servicio especial en el contexto tradicional de los medios y no sólo en el contexto de los nuevos medios.





En el programa *¡Europa en Persona!* los productores buscan personas en toda Europa para dar voz y personalidad a la rica variedad de modos de vida en la Europa actual. El programa busca reducir las ideas preconcebidas a través de la representación de la diversidad. Se pone especial énfasis en las percepciones de la gente sobre Europa y en las ideas sobre las distintas sociedades europeas en espacios de 12 o 15 minutos.

### Ayuda

Los MSP ofrecen varios servicios que permiten a los individuos explorar una variedad de temas para aprender cuestiones nuevas de relevancia personal. Estos servicios permiten profundizar en el análisis y en la ilustración de manera educativa pero no docente. El sistema de búsqueda en las elecciones permite a los ciudadanos descubrir a los candidatos que mejor representan sus visiones e intereses personales. Los candidatos cumplimentan un cuestionario que después los usuarios también han de rellenar. La “máquina”, un programa informático, compara las respuestas de los usuarios con cada una de las de los candidatos en las elecciones, y refleja la distancia entre el usuario y los candidatos. El sitio ofrecido por el MSP finlandés, YLE, para las elecciones parlamentarias, es un buen ejemplo de este tipo de facilitación: ([www.yle.fi/vaalit/2007/vaalikone](http://www.yle.fi/vaalit/2007/vaalikone))

Un ángulo diferente es el del servicio en línea ofrecido por la eslovena RTV, *Odprti kop* ([www.rtvlo.si/odprtikop](http://www.rtvlo.si/odprtikop)), traducido significa *Minería de datos*. El servicio permite a cada individuo investigar aquellos temas que sean de su interés personal para aprender sobre cuestiones aparecidas en las noticias o (cuestiones) relevantes en la esfera pública. Básicamente se trata de un programa buscador que funciona sobre una base de leyendas, subtítulos y videos.

Otro ejemplo único es el de DR, el medio de comunicación público danés, que ha desarrollado juegos en línea con un carácter eminentemente público. En el año 2006, DR acogió una competición cuyos cuatro primeros puestos aparecen en [www.dr.dk/Spilkonkurencen](http://www.dr.dk/Spilkonkurencen). *Værdikampen* (*La batalla entre valores*) está relacionado con una cuestión política controvertida en Dinamarca, la declaración de guerra del gobierno de centro-derecha contra los valores progresistas. Los jugadores aprendieron sobre tales valores y sobre su opinión personal respecto a los mismos. Otro juego establece un dilema y dos jugadores han de jugar sobre sus implicaciones. Hay juegos que invitan a los jugadores a analizar el debate político en videos y declaraciones publicitarias.

Otro ejemplo interesante de los esfuerzos de los MSP por ilustrar y buscar la profundidad en el análisis es *Latvijas Televizija* de Letonia ([www.ltv1.lv/lat/forums](http://www.ltv1.lv/lat/forums)). Se formulan unas preguntas en línea y la gente participa emitiendo sus respuestas. Los resultados son evaluados y ofrecidos al final en forma de resumen. Las preguntas abren nuevas oportunidades para el descubrimiento. Una pregunta reciente era “¿en qué Letonia te gustaría vivir dentro de 25 años?”. Un último ejemplo es el examen de asimilación de ciudadanía, un programa nacional de televisión producido por Teleac/NOT, el canal educativo público en Holanda. La gente participó desde casa a través de internet en los exámenes nacionales que los inmigrantes han de aprobar como requisito para adquirir la nacionalidad holandesa ([www.nationaleinburgeringstest.nl](http://www.nationaleinburgeringstest.nl)). Los ciudadanos holandeses obtuvieron una idea clara sobre lo que el gobierno define como esencial para convertirse en ciudadano y sobre cuál es el conocimiento de los valores y de la cultura

holandesa que se estima necesario. El examen fue tan popular que más de medio millón de ciudadanos lo realizaron en el año 2005. Los resultados generaron tantas reacciones que Teleac/NOT remitió las miles de respuestas al ministerio correspondiente y ha mantenido el sitio abierto. Lo más interesante es que la mayoría de los participantes holandeses suspendieron el examen. El programa y el sitio web generaron un debate público sobre el significado y la utilidad de este tipo de exámenes.

### Colaboración

Los servicios de redes sociales ofrecidos por los MSP integran servicios de emisión, y en línea, en relación con los contenidos creados por los usuarios y los de interés temático. Su importancia es clave para construir el discurso democrático. ARTE, el MSP franco-alemán, está llevando a cabo un desarrollo fascinante. ARTE radio ([www.arteradio.com](http://www.arteradio.com)) utiliza un enfoque de licencia creativa para todo el contenido. La naturaleza de esta plataforma abierta es especialmente interesante. Los oyentes son productores que presentan contenidos que son colgados en el sitio. ARTE ofrece el espacio y los contenidos que son colgados con el fin de construir una asociación entre los contenidos generados por usuarios y el trabajo y la producción de ARTE radio.

Un ejemplo similar de producción de web 2.0 de MSP en asociación con la televisión y haciendo uso del material de archivo es el proyecto de Archivo Creativo de la BBC de 2006 (<http://creativearchive.bbc.co.uk>). Los participantes podían acceder a materiales de la BBC archivados, especialmente diseñados para su uso en producciones personales. Este experimento estaba al filo de lo que habitualmente se entiende como "mezcla de culturas" y fue muy popular. Será interesante observar el modo en que se puede desarrollar este excitante tipo de enfoque de colaboración, para promover la participación individual en los medios y a través de ellos.

### Democratización

Como se ha señalado previamente, el rol de los MSP no consiste sólo en promover la participación individual respecto a un tema en particular o a una situación determinada, si bien ambas cuestiones son muy importantes. El rol de los MSP es más relevante aún, en cuanto al apoyo del proyecto continuo de democratización que alimenta perspectivas, rutinas y participaciones que construyen la democracia en la sociedad.

El mejor ejemplo actual de lo que los MSP están haciendo en este sentido es el proyecto *Why Democracy?* ([www.whymdemocracy.net](http://www.whymdemocracy.net)). *Why Democracy?* es una producción conjunta de varios canales de servicio público de Europa y del resto del mundo. Entre otras destacan la BBC (Reino Unido), DR (Dinamarca), YLE (Finlandia), ZDF (Alemania), SBS (Australia), SABC (Sudáfrica), ARTE (Francia), NHK (Japón) y muchas otras. Es un reflejo de que existe en la actualidad un interés creciente por estimular la participación pública en la democracia. La iniciativa tiene el apoyo de EBU (EuroVision), el Instituto Danés de Cine, la Fundación Ford, el Instituto Sundance en Estados Unidos y muchos otros. En octubre de 2007, se emitieron diez películas de una hora cada una sobre temas relacionados con la democracia contemporánea, en el que parece ser el mayor evento del mundo de información fáctica (el proyec-





to antes mencionado: *Why democracy?*). Estas películas pueden ahora encontrarse en línea y se ofrecen muchas oportunidades de participación en el diálogo y el debate. Están participando más de 40 canales con una audiencia estimada de 300 millones de espectadores. Cada uno de los canales participantes producirá una temporada local de cine, radio, debate y discusión relacionada con la emisión global de los documentales en *Why Democracy?*. Este proyecto constará de 20 cortometrajes relativos a la temática personal, política y de derechos en relación con el tema *¿Qué significa la democracia para mí?*.

Es importante tener en cuenta que la financiación y la producción representan un ejemplo claro de cooperación entre organizaciones de la sociedad civil y los MSP. Dado el espacio y la escala de la iniciativa, esto, resultaría totalmente imposible sin el marco institucional proporcionado por los MSP con su énfasis en la cultura y la práctica democráticas.

Existen muchos proyectos de MSP de menor escala, con una práctica continua, que además dan énfasis al ámbito doméstico. Entre los más importantes se encuentran varios programas para niños. Todos estos programas y servicios en línea emiten noticias e información diseñada para fomentar la apreciación por la democracia. Un buen ejemplo es *Logos!*, una producción diaria del MSP alemán ZDF. Este programa ofrece noticias para niños con muchas explicaciones e información contextualizada, en un lenguaje apropiado para el nivel de comprensión de los niños y de manera acorde con sus intereses. Los usuarios pueden encontrar una versión *podcast* de *Logos!* en la sección ZDFmediathek de [www.zdf.de](http://www.zdf.de). Algunas investigaciones han observado que los adultos también hacen uso del servicio porque los productores presentan cuestiones complicadas de manera sencilla.

### Mobilización

Esta categoría se centra en los servicios que asisten a los ciudadanos en sus esfuerzos personales por participar en movimientos sociales. Un ejemplo muy bueno es el de la BBC.

La Red de Acción de la BBC ([www.bbc.co.uk/dna/actionnetwork/](http://www.bbc.co.uk/dna/actionnetwork/)) proporciona consejos y herramientas a la gente que quiere llevar a cabo campañas, sobre todo, en relación con problemáticas locales. Los productores de la Red de Acción aprovechan las redes de televisión y radio de la BBC para publicitar un abanico de grupos auto-organizados que recurren a su base de datos para almacenar documentos y comunicarse con mensajes y alertas por correo electrónico. El servicio mantiene la distancia con respecto al Gobierno y se cuida de no promocionar campañas específicas o de involucrarse directamente.

### Conclusión

Podemos identificar tres modelos principales de creación de transmisión de servicio público o de transformación de la transmisión del Estado en difusión de servicio público:

- . Paternalista, como es el caso del Reino Unido, donde la TSP nació originalmente en 1926 con el formato de la BBC, una corporación pública independiente con una función de servicio público, entendida en parte como la promoción de la ilustración pública, jugando un papel eminentemente normativo en la vida cultural, moral y política y promoviendo “el

desarrollo de la mayoría del modo considerado deseable por la minoría” (Williams 1968: 117);

. Democrático y emancipador, propia de países de Europa Occidental, donde las antiguas organizaciones estatales de transmisión comenzaron a transformarse en canales de servicio público en las décadas de 1960 y 1970, tiempo en que el control por parte del Estado (gobierno), del entonces monopolio de transmisión, no podía ser justificado o considerado legítimo. En consecuencia, se buscó la manera de asociar los medios de comunicación con la sociedad civil y convertirlos en MSP autónomos.

. Sistemático, Caso de Alemania Occidental después de la Segunda Guerra Mundial, España, Portugal y Grecia en los años 1970, y Europa Central y del Este después de 1989, cuando el cambio en el sistema de emisión era parte integral de un cambio político más general, generalmente la transición a la democracia tras un régimen autoritario o totalitario.

Históricamente hablando, se observa una creciente, si bien limitada, asociación de los medios de servicio público con la democracia y la sociedad civil. En el contexto del siglo XXI, ha llegado el momento de dar el siguiente paso y reconvertir los MSP en plataformas para la comunicación social abierta. Esto implicaría una desviación radical con respecto al modelo tradicional paternalista de comunicación vertical y fomentaría, realmente, la asociación y la participación entre los MSP y la sociedad civil. Este proceso también abriría un nuevo escenario en la historia de los Medios de Servicio Público y completaría la evolución de los MSP. El proceso puede ser presentado del siguiente modo:

- . 1920-1930: MSP de radios estatales paternalistas
- . 1960-1980: Evolución democrático-emancipatoria de los MSP, vínculos más estrechos con la sociedad civil
- . 2000-2015: MSP y Sociedad Civil, Asociación y Participación

## Bibliografía referida

- Barber B. (1998), *Which Technology and Which Democracy?* Ponencia presentada a la conferencia *Democracia y Medios Digitales*, proyecto Medios en Transición de Massachusetts, Institute of Technology (<http://web.mit.edu/comm-forum/papers/barber.html>).
- Bardoel Jo (2007), “Public service broadcasting in a multimedia environment”, en: Carpentier, N. et al. (eds.), *Media Technologies and Democracy in an Enlarged Europe. The Intellectual Work of the 2007 European Media and Communication Doctoral Summer School*. Tartu University Press, Tartu.
- y d’Haenes, L. (2008), “Reinventing public service broadcasting in Europe: prospects, promises and problems”, en *Media, Culture and Society* 30(3): 337-375.
- y Butcher, J. et. al (2002), *Digital Democracy: Voting in the Information Age*, Center for Information Policy Research, Harvard University, Cambridge.
- y Carpentier, N. (2007), “Coping with the Agoraphobic Media Professional: A Typology of Journalistic Practices Reinforcing Democracy and Participation”, en: Cammaerts, B. (eds.), *Reclaiming the Media: Communication Rights and Democratic Media Roles*. Intellect, Bristol.





- Chitty A. (2007), "The PSP's content", en: "Ofcom, A new approach to public service content in the digital media age. The potential role of the Public Service Publisher", Documento de debate, Office of Communications, Londres: 27-37.
- Clift S. (2003), "E-Democracy, E-Governance and Public Net-Work" ([www.publicus.org](http://www.publicus.org)).
- Coleman, S. y Donald F. (2005), "A new agenda for e-democracy", *Forum A New Agenda for E-democracy: Lessons from Initiatives Round the World*, Documento N° 4. Oxford Internet Institute, Oxford.
- Dahlgren P. (2003), "Internet, Public Spheres and Political Communication: Dispersion and Deliberation", ponencia de la conferencia de MODINET sobre Convergencia de Medios, Comunicación Mediatizada, y Transformación de la Esfera Pública, 21-22 de octubre de 2003 ([www.hum.ku.dk](http://www.hum.ku.dk))
- Gross A. (2007), "State of human rights and democracy in Europe. State of democracy in Europe", doc. 11203, Asamblea Parlamentaria (<http://assembly.coe.int/>)
- Jakubowicz K. (2008), "Public Service Broadcasting in the 21st Century. What Chance for a New Beginning?", en: Ferrell Lowe G. y Bardoe J. (eds.), *From Public Service Broadcasting to Public Service Media*, NORDICOM, Goteburgo: 29-49.
- Kahne, J.; Middaugh, E., Evans, C. (2008), "The Civic Potential of Video Games", John D. y Catherine T. MacArthur Foundation, Chicago ([www.macfound.org](http://www.macfound.org)).
- Karaca, K. (2003), *Guarding the watchdog-the Council of Europe and the media*. Council of Europe Publishing, Estrasburgo.
- Kearns, I. (2003), "A Mission to Empower: PSC. From Public Service Broadcasting to Public Service Communications", discurso del Instituto for Public Policy Research, e-Forum, Westminster ([www.ippr.org](http://www.ippr.org)).
- Kyriakou, D. (2005), "A Prospective View of the Political-Economic Implications of E-Democracy", en: *Reflections on the future of democracy in Europe (2005). Reflections on the future of democracy in Europe*, contribución al Congreso "Making democratic institutions work", 17-19 de noviembre de 2004, Consejo de Europa, Barcelona: 73-75.
- Lenhart, A.; Kahne J.; Middaugh E.; Rankin Macgill A.; Evans C., Sr. Vitak J. (2008), *Teens, Video Games, and Civics. Teens' gaming experiences are diverse and include significant social interaction and civic engagement*, D.C. Pew Internet & American Life Project, Washington.
- Lowe, G. F. (2008), "The Role of Public Service Media for Widening Individual Participation in European Democracy", informe para el Grupo de Especialistas en Transmisión de Servicio Público en la Sociedad de la Información del Consejo de Europa (MC-S-PSB), Consejo de Europa, Estrasburgo (<http://www.coe.int>).
- Lowndes V. (2005), *Reflections on the future of democracy in Europe*, Contribución al Congreso "Making democratic institutions work", 17-19 de noviembre de 2004, Consejo de Europa, Barcelona: 11-20.
- Oakley K. (2003), *Highway to democr@cy - the Council of Europe and the information society*, Council of Europe Publishing, Estrasburgo.
- Ofcom (2004), *Looking to the Future of Public Service Television Broadcasting. Ofcom review of public service television broadcasting: Phase 2*, Oficina de Communications, Londres.
- Pratchett, L.; Lowndes V. (2004), *Developing Democracy in Europe. An analytical summary of the Council of Europe's acquis*, Consejo de Europa, Estrasburgo.
- Rossetto, L. (2008), "In a Letter to His Kids, Wired's Founding Editor Recalls the Dawn of the Digital Revolution". WIRED (<http://www.wired.com>).
- Scannell, P. (1989), "Public Sphere Broadcasting and Modern Public Life". *Media, Culture and Society*, 11(2): 135-166.
- Thomass, B. (2007), "Intensify the Dialogue - Public Service Broadcasting (PSM) and its Audiences". Ponencia presentada durante la Conferencia IAMCR, París.