

14.

## *Lo público más allá de lo institucional: identidad, diversidad y tercer sector de comunicación*

### *14.1. Introducción*

En la tradición televisiva europea dominó inicialmente un modelo monopólico de televisión pública de alcance estatal, que luego se abrió a los intereses privado-comerciales. Sin embargo, más allá de sus diferencias de administración y programación, la televisión como dispositivo está siempre vinculado a la conformación del estado-nación como espacio cultural y político (Bourdon, 2004). Específicamente, la televisión pública es un vehículo para la integración social por medio de distintos mecanismos simbólicos que contribuyen a definir lo que constituye el nosotros «oficial» de un país.

Según la teoría del Estado, las instituciones públicas deben defender intereses caracterizados como generales y de largo plazo. Sin embargo, cada vez con más frecuencia diversas organizaciones de la sociedad civil se presentan como defensoras de intereses generales, público o comunes, contraponiendo su visión sobre un determinado tema a la que defienden las instituciones públicas (Subirats, 2008). Esta noción de sector privado de interés público o social está a la base del concepto de tercer sector, el cual surge históricamente asociado a la crisis del estado de bienestar y a la constatación de la incapacidad tanto del Estado como del Mercado para satisfacer las distintas demandas de los ciudadanos: un espacio de sensibilidad social, donde las personas se organizan de manera horizontal y colaborativa para alcanzar objetivos relacionados con la solidaridad, la participación o el altruismo (Jérez, 1998).

Dicho lo anterior, se puede definir al tercer sector de la comunicación (o de medios comunitarios, dado el uso indistinto que se da a ambos términos en el debate sectorial europeo) como a) proyectos sin ánimo de lucro, independientes de los poderes tanto nacionales como locales y dedicados fundamentalmente a actividades de interés público y de la sociedad civil, cuyo objetivo es un beneficio social; b) responsables ante la comunidad a la que tratan de servir, permaneciendo bajo el control de los intereses de la comunidad para impedir la creación de redes «de arriba abajo»; c) abiertos a la participación de los miembros de la comunidad en todas las fases del proceso comunicativo (PE, 2008).

Así, se puede sostener que mientras el objetivo del modelo tradicional de televisión pública es la generación de un discurso sobre el nosotros *de arriba hacia abajo*, desde las instituciones de la administración del estado; en las televisiones comunitarias o del tercer sector radica la posibilidad de puesta en circulación un discurso sobre el nosotros *de abajo hacia arriba*, desde las bases sociales en toda su diversidad. Ambas representaciones colectivas no son contradictorias, sino que deben pensarse y potenciarse mutuamente como vías distintas para alcanzar un mismo fin, que es la visibilidad del interés público en la esfera pública.

Esta comunicación plantea una perspectiva poco explorada en el debate acerca de la televisión pública proponiendo —mediante la argumentación teórica, los antecedentes legislativos y los resultados de diversas investigaciones llevadas a cabo en el ámbito español— una comprensión de la televisión pública-estatal y de la televisión pública-social (correspondiente al tercer sector o sector comunitario) como agentes que deberían ser analizados conjuntamente al momento de pensar en el mayor fortalecimiento de la dimensión pública del soporte televisivo.

#### *14.2. Radiodifusión pública y la emergencia de los medios libres*

En el contexto europeo, la radio y la televisión surgirán durante la primera mitad del siglo XX como un monopolio estatal. Las necesidades de ordenación del espectro, asignación de frecuencias, interés general, conveniencia pública y seguridad nacional, fueron razones para que esto fuera así. Sobre este fondo surgirá a partir de los 60s el movimiento de las radios libres y luego también de las televisiones libres, comunitarias y asociativas, principalmente como una crítica a la concepción y representación homogeneizada de «lo público» y del «nosotros» de los monopolios públicos de radio y televisión y como un espacio para la expresión de las diversas sensibilidades y formas de subjetividad presentes en la sociedad, a las cuales los medios estatales no daban acceso. Mientras en el ámbito anglosajón y nórdico este movimiento tendrá de fondo principalmente intereses comerciales (Gaido, 1981), en los países de Europa central el movimiento se caracterizará por su orientación social y de crítica a la falsa promesa de representatividad de los medios estatales (Flichy, 1981). Según Guattari, «las radios libres abrieron la puerta al cuestionamiento de todos los sistemas tradicionales de representación social, poniendo en duda la concepción del delegado, del diputado, del portavoz autorizado, del líder en general (1981: 233)».

Así, los medios libres se convierten en armas de la lucha política ajenas al espectro de los partidos políticos tradicionales —al ser lideradas por organizaciones autónomas críticas con las organizaciones político-sindicales más «clásicas» de la izquierda— y cercanas a los denominados nuevos movimientos sociales (feminismo, pacifismo, ecologismo, juventud, etc.), participando del objetivo común de devolver la palabra a sectores y colectivos excluidos tradicionalmente en el ámbito de la esfera pública dominante. De hecho, este proceso debe verse también vinculado a estallidos sociales del período como el de mayo del '68, en la

medida que este movimiento también expresa una crítica a la administración racional del Estado de Bienestar y a la sociedad de consumo.

Como consecuencia de este proceso, durante los 70s y 80s distintos países de la Europa central y nórdica (Francia, Bélgica, Alemania, Países Bajos) comenzarán a implementar políticas para el desarrollo de radios y televisiones provenientes del movimiento de medios libres (Mattelart y Piemme, 1981) y que luego pasarían a llamarse «sociales», «asociativas» y/o «comunitarias» según la propia realidad de cada país.

El movimiento europeo de los medios libres adquirió un cariz especial en el caso español: el contexto es el fin del franquismo y los inicios de la transición, en el cual las radios libres actuarán articulando la lucha por la libertad de emisión y la libertad de expresión con otras reivindicaciones de libertad y representatividad que estaban pujando por hacerse visibles en la esfera pública. Estas emisoras se movían tanto por consideraciones de carácter comunicativo —«dar la palabra a la gente»— como de carácter ideológico político, a partir de una reivindicación de la dimensión subversiva del placer, el juego, la fiesta y la diversión como un espacio no separable de la acción cotidiana (Prado, 1981). Algunos de los proyectos pioneros de los primeros años de Transición española a la democracia, en los que Cataluña emergió como su escenario principal con proyectos paradigmáticos como Radio Maduixa u Onda Lliure. Según Badillo (2005: 2) las primeras experiencias de televisión local en su defensa del libre acceso al espacio radioeléctrico en nombre de las libertades democráticas y contra el poder del Estado en la administración de este recurso también fueron herederas de esta influencia.

### *14.3. Liberalización de las telecomunicaciones y la radiodifusión en Europa*

A partir de los 90s cristaliza en Europa un proceso acelerado de liberalización de las telecomunicaciones y de la radiodifusión, que deviene a su vez en su privatización y comercialización. En febrero de 1995, en Bruselas, los países más ricos agrupados en torno al G7 declararon solemnemente su voluntad de lograr lo antes posible la liberalización de los mercados de las telecomunicaciones, confiando esta iniciativa al sector privado. Participaron responsables de grandes firmas electrónicas y aeroespaciales de Europa, Estados Unidos y Japón. Pero no participó ningún representante de la sociedad civil (Mattelart, 2001: 127)

La tesis de García Leiva (2006a;6) es coherente con lo anterior al señalar que desde 1993 en adelante la política audiovisual europea se caracteriza por una perspectiva económico-industrial, por lo que todas las actuaciones que han tenido por objeto a la televisión en el contexto digital, están guiadas por una lógica instrumental y de mercado, pero no social. Esto es corroborado por Bustamante (2008: 198) quien va a sostener que el problema con la política de Bruselas no descansa tanto en su estricta demanda sobre el sector público, sino más bien en sus omisiones con respecto a las emisiones comerciales y a las autoridades reguladoras, produciendo un desbalance entre las esferas pública y privada, que favorece el rol de las fuerzas de mercado en general y que es aplicable a las políticas

de nuevas tecnologías o de medios audiovisuales. García Leiva también destaca de qué manera en el caso de España estos lineamientos de política de la UE han sido usados tanto para justificar como para no efectuar determinadas actuaciones, dejando librado a las fuerzas del mercado el desarrollo del servicio, mediante la no intervención directa en su desenvolvimiento ni el establecimiento de un mínimo marco legal indispensable (2006b; 17). Esta situación lo que ha venido a provocar es la conformación de corpus de leyes «parche» que han conformado una legislación altamente dispersa, de carácter reactivo antes que proactivo en materia de radiodifusión. Este diagnóstico puede hacerse extensivo incluso hasta la Ley General Audiovisual aprobada en 2010.

#### *14.4. El lobby privado en la legislación española y la situación de las televisiones públicas y comunitarias*

La ley General Audiovisual (2010), que por primera vez coloca en un único articulado las distintas dimensiones de la regulación del sector, sigue siendo coherente con la trayectoria previa de la legislación en cuanto al favorecimiento del sector privado, notoria en la cada vez mayor flexibilización de las normas de concentración, cuyo proceso bien relata Machado (2006) desde 1988 en adelante. Quizás lo más grave de la nueva ley es que se trata de «una invitación a que se construya con los años un oligopolio a tres prestadores de televisión a escala estatal, después de haber sostenido la necesidad de ampliar el número de cadenas ofertantes de programaciones» (Zallo, 2010: 22), como está ocurriendo ahora, que se ha hecho efectiva la fusión entre Cuatro y Telecinco, mientras se prepara la fusión de La Sexta y Antena 3. Asimismo, Zallo señala que «La deriva actual refleja una inquietante fragilidad del Gobierno ante UTECA, el lobby de los grandes operadores privados —ya se trate de operadores afines o no al propio Gobierno» (2010: 16). El cese de la publicidad en los canales de la empresa pública RTVE también debe ser entendida en este contexto: dejar la torta publicitaria en menos manos. Por ahora, la medida está beneficiando a RTVE en términos de audiencia. Sin embargo, una parte de su recaudación está siendo cuestionada por los organismos de regulación de la competencia de la Unión Europea y en la medida que otra parte de su recaudación depende de los beneficios que obtengan las televisiones privadas, su éxito actual no tiene bases sólidas.

Además del reordenamiento de los sectores público y privado, el nuevo contexto legal, si bien por primera vez reconoce la existencia de los medios comunitarios en el tercer sector, no brinda condiciones para un desarrollo sustentable del sector.

Según el Parlamento Europeo (2008), los medios comunitarios o del tercer sector son aquellos gestionados por organizaciones privadas de finalidad social y sin fines de lucro; su característica fundamental es la participación de las comunidades de referencia en las diversas fases del proceso comunicativo, por lo que su finalidad tienen que relacionarse directamente con las de la comunidad (geográfica, de intereses o etnolingüística) a la cual sirven y representan.

En España este tipo de televisiones surgieron con tres características: amateurs, asociativas y locales. Sus orígenes se emparentan con la implosión mediática surgida en los primeros años de la transición. Su arraigo local explica que en muchas discusiones políticas y académicas del país aún se hable indistintamente de televisiones de proximidad y de televisiones comunitarias, aunque no sean términos estrictamente equivalentes.

Actualmente, de ese potente movimiento no quedan hoy en día más de 15 experiencias (Pérez, 2008). Diversos factores explican este proceso. El primero de ellos, que si bien la televisión local en España surgió cercana al paradigma comunitario, la falta de garantías legales que les reconocieran su estatus de medios asociativos y no lucrativos, minó sus posibilidades de sostenibilidad en el tiempo. Ante la ausencia de un marco legal que reconociera su particularidad, estas experiencias quedaron atrapadas en la disputa entre los medios públicos-gubernamentales y los privado-comerciales. Así muchas de ellas se decantaron durante los '90s por un modelo local, ya fuera como televisiones públicas municipales o privadas comerciales. Este proceso también incidió en que la relación con sus respectivas comunidades de referencia dejara de ser un factor importante en su desarrollo. Según el estudio de Giordano y Zeller (1999) en 1994 existían 370 televisiones locales en el Estado español. El estudio de Guimerà (2007) sobre la realidad catalana indica que a mediados de los '90 al menos el 25% (18) de las televisiones locales seguía siendo asociativa. Pero la mayoría ya había optado por un modelo de profesionalización en el ámbito local. En 1995 se intentó regular toda la televisión local (municipales, comerciales y asociativas). La ley respectiva fue aprobada pero el plan técnico sólo se hizo efectivo en 2005, en plena digitalización, que el gobierno de turno decidió iniciar precisamente a través de la televisión local.

En 2005, las televisiones asociativas prácticamente habían desaparecido, las televisiones locales municipales se habían vuelto cada vez más dependientes de los recursos públicos y las locales privadas se habían convertido en un campo de la emisión en cadena y de concentración de licencias a manos de grupos comunicación de ámbito estatal (Localia de Prisa y Popular TV de Cope), que desnaturalizaron su sentido original. El Plan técnico de TV local de 2005 acabó por minar las esperanzas de las televisiones asociativas, pues para poder acceder a una licencia debían competir en igualdad de condiciones con el sector comercial, lo cual era imposible para la mayoría.

Las televisiones asociativas aún existentes consiguieron introducir una enmienda en la Ley de medidas de Impulso a la Sociedad de la Información (LISI) de 2007 para asegurar una licencia en digital, al menos para las televisiones sin fines de lucro que emitieran desde antes de 1995. En ese momento, televisiones como *Tele K* y *TV Cardedeu* (las más antiguas y que todavía conservan su sentido original) pensaron que finalmente iban a ser reconocidas y que se habían acabado los problemas. Sin embargo, la reglamentación necesaria no llegó a aprobarse porque el debate y posterior aprobación de la Ley General Audiovisual en 2010 volvió a cambiar las condiciones.

La LGA aprobada el año pasado habla de «servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin finalidad comercial», que podrán ser realizados por entida-

des privadas sin fines de lucro, «que ofrezcan contenidos dirigidos a atender las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de comunidades y grupos sociales, así como a fomentar la participación ciudadana, la vertebración del tejido asociativo y el desarrollo local y comunitario». Sin embargo, impide a estos medios (tanto radios como televisiones) la emisión de publicidad y patrocinio, establece límites a sus gastos anuales (que en caso de sobrepasar los cien mil euros deben ser autorizados por la autoridad audiovisual competente) y les obliga a pagar «cuantos derechos, cánones o tasas, se deriven de su actividad». Una disposición transitoria presente en la LGA actualiza el reconocimiento obtenido a través de la LISI en el nuevo contexto legal. El proyecto de reglamento de los servicios audiovisuales comunitarios (encargado por la LGA y actualmente en discusión) les otorgaría las licencias digitales para que pudieran seguir emitiendo en su actual zona de cobertura, pero en las restrictivas condiciones ya mencionadas.

De esta manera, este tardío reconocimiento es importante para las televisiones beneficiadas, pero se trata sin embargo de un reconocimiento testimonial, que viene a resolver una coyuntura concreta y en ningún caso debe ser entendida como la promoción de la comunicación comunitaria en igualdad de condiciones al sector público gubernamental y el privado comercial por parte del estado español y sus instituciones. Las restricciones publicitarias y de gastos anuales dan a entender, por omisión, que la política comunicacional es de un reconocimiento para que el sector comunitario sea poco, pobre y pequeño. De esta manera, se contraria las recomendaciones de la Unión Europea que desde el año 2004 hasta ahora por medio de diversas declaraciones y estudios (CoE, 2005; Coe, 2009; CE, 2009) ha conminado a los estados miembros al reconocimiento y promoción de los medios comunitarios por su aporte a integración social, al desarrollo de las minorías lingüísticas y étnicas, así como por su aporte a favor de la democratización de la comunicación en un contexto de cada vez mayor concentración y falta de pluralismo.

Asimismo, no debe olvidarse que actualmente existen una serie de nuevas experiencias audiovisuales de carácter asociativo, crítico y/o artístico-cultural, que han usa tanto la tecnología analógica y como las nuevas tecnologías de la información como soporte de sus proyectos (Fleischman y Sáez, 2009). Pero la actual institucionalidad legal no tiene respuesta para experiencias de este tipo que demanden un lugar en el soporte digital. Es el caso de, por ejemplo, de *Okupem les Ones*, en Barcelona, que emite desde 2005 por ondas y por internet. O el de *Pluralia TV*, en Valencia, que emite sólo por internet desde 2004.

#### *14.5. Televisión, identidad y construcción de imaginarios colectivos*

Según Barker (2003), las identidades son construcciones discursivas: no pueden ser concebidas de manera unívoca e inamovible, pues se construyen por sujetos y colectivos a través de la participación y la capacidad para (re)interpretar la realidad simbólica del lenguaje. Entre esos lenguajes, destaca el de los medios de comunicación, por su capacidad para representar la cotidianidad y proporcionar

a las audiencias una serie de materiales con los que elaboran sus modos de vida (conductas, valores, ideología, etc.). De manera específica, para este autor la televisión es un recurso clave en la construcción de identidades culturales, pues hace circular un bricolaje de representaciones de clase, género, raza, edad, sexo con las que nos identificamos o contra las que luchamos.

Por una senda similar, aunque dirigiendo la reflexión hacia las identidades colectivas, Bourdon (2004) sostiene que la TV ha operado históricamente como un dispositivo vinculado a la conformación del estado-nación, en tanto espacio cultural y político, incluso suponiendo que «la nación» no es un marco estable ni homogéneo. Esto sería así tanto en el contexto original de surgimiento de los monopolios públicos de radiodifusión como en el contexto actual global y de liberalización de las telecomunicaciones, porque el imaginario del nosotros «nacional» sigue siendo una forma importante de identificación cultural y organización colectiva. Para fundamentar su argumentación, el autor muestra de qué manera en el contexto europeo y en zonas de su influencia, la televisión —incluso más que la radio—, sobre todo después de la segunda guerra mundial se ha convertido en «una reserva de símbolos visuales de la nación», que permite vincular a los distintos grupos que conforman un espacio nacional, por encima de las distancias geográficas. Pone como ejemplo de ello el modo en que se trabaja al interior de cada país el hecho de que en sus fronteras no se reciban transmisiones «foráneas» y la señal propia llegue de manera adecuada.

De manera específica, Bourdon sostiene que la televisión pública es un vehículo para la integración social por medio de distintos mecanismos simbólicos que contribuyen a definir lo que constituye el nosotros «oficial» de un país. Para ello, no haría falta más que revisar su misión de servicio público: informa sobre la nación, educa sobre la cultura nacional y mucho de su entretenimiento (con el especial rol asignado a la ficción de origen propio) privilegia la trivía, artistas, festivales y autores nacionales.

En el caso del estado español, este rol también es jugado de manera muy relevante a nivel regional por las televisiones públicas autonómicas, cuya trascendencia es particularmente relevante en los casos en que las identidades culturales tienen mayor espesor, como es el caso de Galicia, País Vasco, Andalucía o Cataluña. En este último caso, el tema de televisión e identidad nacional ya fue tratada en los 90s por Terribas (1997), al comparar los casos de Cataluña y Escocia como «naciones sin estado», destacando el rol de la televisión como actor del proceso de construcción o reconstrucción de la identidad nacional y cultural de un país.

Las televisiones privadas no estarían exentas de un rol en la construcción de un nosotros colectivo, según Bourdon; sin embargo, el imperativo nacional no es el mismo para ellas, pues su representación de la nación es diferente: mientras las estaciones públicas nacionales tienen la misión de producir creaciones lo más originales posibles elogiando la herencia nacional, en las estaciones comerciales la originalidad queda supeditada al éxito de audiencia.

Por último, el autor sostiene que la globalización encuentra su expresión en el medio televisivo, así como también le presiona para su redefinición. La televisión —un medio supuestamente global— ha ignorado el carácter multicultural

de muchas naciones: «es aún predominantemente centralista, propagando frecuentemente imágenes de la vida de la clase media y entregando noticias sobre las grandes ciudades a la audiencia nacional», optando a menudo por «fórmulas probadas, comercialismo grosero, estereotipos raciales, genéricos y sexuales, y sensacionalismo crudo» (Ibid, 109). Pero al mismo tiempo, los contenidos televisivos, en un mundo globalizado, son un gran mosaico donde se puede observar, en constante evolución, la «construcción» y la «deconstrucción» de las identidades nacionales y culturales.

#### *14.6. Interés público: convergencias entre televisión pública y comunitaria*

La noción de interés público, ligada al rol social de los medios de comunicación, no tiene una definición unívoca. Mientras hay quienes prefieren descartarla por la indefinición de su sentido y el abuso que se hace de ella, otros la intercambian con el concepto de servicio público, cuyo contenido también es cada vez más discutible en los contextos de liberalización de las telecomunicaciones, contribuyendo a la mayor confusión del debate.

Al respecto, la reflexión de McQuail es que aún reconociendo la dificultad de traducir un concepto normativo a indicadores aplicables a la acción concreta de los medios, advierte la necesidad de «identificar manifestaciones específicas de beneficio público originadas en la comunicación que vayan más allá de los fines inmediatos de los propios medios, de sus clientes o de sus audiencias» (1998: 49). Asimismo, distingue tres enfoques diferentes para la conceptualización del interés público:

- Como suma de intereses individuales (preponderancia).
- Como bien común para todos, incluso contra un interés individual inmediato (interés común).
- Como guía y control de las acciones (teoría unitaria o del valor absoluto).

Finalmente, McQuail sostiene que en el campo de la comunicación el interés público tiene más que ver con el interés común antes que con los otros enfoques, entendiendo por ello

Reclamos dentro de un sistema político en nombre de objetivos (estados finales que se desean alcanzar) que supuestamente —a la luz de ciertos valores fundamentales o compartidos— representan un beneficio general para toda la sociedad, comunidad o público, por encima de anhelos, satisfacciones o conveniencias individuales (McQuail, 1998: 57).

El concepto de interés público en los media ha vuelto a los debates sobre los medios de comunicación en el contexto de la globalización, la liberalización de las comunicaciones y el ascenso de nuevas formas de movilización ciudadana, complejizando su contenido. Allí están conceptos como los de democracia radical (Calle, 2005) o de contrademocracia (Rosanvallon, 2007) para sustentar estos nuevos procesos sociales que trascienden, pero al mismo tiempo contienen a los nuevos lineamientos presentes en los debates comunicológicos. El concepto de

contrademocracia, viene a defender una movilización de mecanismos de control de los poderes públicos y privados por parte de la ciudadanía organizada y a partir de tres mecanismos básicos: vigilancia, denuncia y calificación. El diagnóstico de Rosanvallon es que la democracia no puede desplegarse si no asume la posibilidad de su mal funcionamiento (abusos, corrupción, por ejemplo) y no desarrolla ella misma mecanismos de fiscalización desde abajo hacia arriba. La idea de democracia radical, por su parte hace referencia a la crisis de legitimidad de las democracias liberales occidentales y a las presiones realizadas desde diversos movimientos sociales que apuntan a nuevas vías para la realización efectiva de las promesas de la democracia.

Buckley *et al.* (2008), por su parte, considera que el concepto de ciudadanía efectiva ha de ser central al enfoque de interés público en los media, lo que implica una concepción de la ciudadanía como participante activa no sólo en el acceso a la información, sino que también en la emisión: «los ciudadanos necesitan acceso a los medios de comunicación y voz en ellos, para ser capaces de hablar unos con otros, para discutir sus condiciones y aspiraciones» (ibid: 16). Esto significa, entre otras cosas,

1. Que el bienestar global del público debiera ser el horizonte de la formulación e implementación de la legislación y el entorno regulatorio para los medios de comunicación.
2. Que las políticas de comunicación deberían fortalecer la contribución de los medios a la gobernabilidad y a la rendición de cuentas, a la comunicación participativa y a la capacidades sociales.
3. Que la administración del espectro debería asegurar un equilibrio apropiado entre los servicios comercial, comunitario y público, asegurando que cada una de las diferentes formas de propiedad y control tenga acceso razonable al espectro, de manera que puedan emitir en condiciones equitativas.

De esta manera, encontramos que en el actual contexto global, junto al legítimo rol que históricamente se ha asignado a la radiodifusión pública en la consecución del interés público, cada vez existe más consenso sobre el rol que pueden desarrollar los medios comunitarios para alcanzar y potenciarse conjuntamente en el logro de este mismo objetivo y con sus respectivas particularidades.

Así Buckley *et al.* va a sostener que los medios comunitarios y de servicio público tienen obligaciones específicas con respecto a las comunidades y audiencias que ellos sirven y que la aproximación de los medios comunitarios al interés público pasa principalmente por su capacidad para satisfacer las necesidades de expresión —en su propio lenguaje— de los movimientos sociales de base y organizaciones de base comunitaria, a partir de su capacidad particular para dirigir y crear diálogo en asuntos de interés local; así como para cultivar hábitos y habilidades de participación ciudadana, incluyendo la interacción con aquellos que se encuentran en posiciones de poder. Esto es coherente con la argumentación de autores como Collado (2008: 153) que concibe a los medios comunitarios como instrumentos de desarrollo humano o autores como Lewis (2008) para quien los medios del tercer sector de la comunicación tienen una particular capacidad para confluir con

las necesidades de los grupos sociales marginalizados o en desventaja, lo que les convierte en factor estratégico para la cohesión social y el desarrollo de la ciudadanía, particularmente para las minorías étnicas y para las comunidades migrantes. En este sentido, Lewis llega a plantear que en el específico europeo, junto a la pertenencia a estados-nación que otorgan derechos y obligaciones políticas, la ciudadanía pertenece a comunidades múltiples no sólo geográficas, sino también de intereses más allá de lo local. Por último, señala que incluso cuando los medios comunitarios o del tercer sector dan cabida a discursos confrontacionales o críticos, su aporte sigue siendo igualmente positivo para la cohesión social.

#### *14.7. Conclusiones*

Retomando la tesis de Bourdon, los nuevos planteamientos acerca del interés público lo que plantean es una noción de medios de interés público que trasciende a los medios de titularidad pública. Reconociendo la construcción simbólica de lo público y de una identidad común dentro de las fronteras del estado o de las fronteras de las naciones sin estado que pueden realizar los medios de titularidad pública, hoy en día no es posible concebir el agotamiento de la construcción simbólica de «lo público» dentro de las fronteras del estado-nación en el trabajo de estos medios, incluso cuando hacen bien su trabajo.

La diversidad cultural, ya sea geográfica como de intereses, así como las necesidades de fiscalización y de rendición de cuentas de parte de movimientos sociales y colectivos organizados, que quieren nombrar sus demandas en sus propios términos e incluso de manera conflictiva ante diversos sectores de poder público o privado, hacen cada vez más relevante el rol que pueden jugar los denominados medios comunitarios o del tercer sector en «la construcción de diversos *nosotros* desde abajo». Los medios de titularidad estatal y los medios comunitarios deben ser entendidos como parte de una misma búsqueda de fortalecimiento del interés público en los medios. Esto implica también la necesidad de unas políticas de comunicación coherente con este propósito para ambos sectores.

No es esto lo que se observa actualmente en el caso español, que avanza tardíamente hacia el fortalecimiento de una televisión pública que deje de ser proclive al gobierno de turno y en una frágil condición respecto de su financiamiento futuro, al tiempo que reconoce tan sólo testimonialmente al sector comunitario, imponiéndole unas condiciones que impiden su sustentabilidad y desarrollo en el tiempo.

Factores explicativos podemos encontrar varios. La tesis de Subirats (1999: 19), es que «el país en general no tiene una concepción de lo público como un ámbito de responsabilidad colectiva». Hallín y Mancini (2008), por su parte, apelan a rasgos de la cultura política propia de los países del mediterráneo, el pluralismo polarizado, caracterizado por un alto nivel de polarización política en los medios, un sistema partidista de control de la radiotelevisión, una democratización tardía, así como un menor desarrollo de la autoridad racional-legal coexistente con la presencia constante del clientelismo.

Es precisamente por ello que el rol de los legisladores y hacedores de políticas debiera abocarse de manera todavía mas seria a la reflexión y la acción en esta área. Tanto si España no promueve los medios de titularidad pública y su rol de construcción de lo público desde el poder político como si no promueve en condiciones de adecuado desarrollo y sustentabilidad a los medios comunitarios y su construcción de lo público desde la sociedad diversa y compleja, está abandonando un área clave de desarrollo cívico de sus ciudadanos.

### *Bibliografía*

- BADILLO, Ángel (2005): «La desregulación invisible: el caso de la televisión local por ondas en España» en *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, EPTIC* Vol. VII, n. 1, Ene.-Abr. 2005. Consultado el 17 de mayo de 2008. URL: <http://www2.eptic.com.br/arquivos/Revistas/VII,n.1,2005/Badillo.pdf>
- BARKER, Chris. (2003): *Televisión, globalización e identidades culturales*. Barcelona: Paidós.
- BOURDON, J. (2004): «Is television a global medium? A historical view», en Tasha G. OREN y Patrice Petro (eds.): *Global Currents: media and technology now*. New Jersey: Rutgers. Pgs. 93-112.
- BUCKLEY, Steve; DUER, Kreszentia; MENDEL, Toby; O'SIOCHRU, Sean (2008): *Broadcasting, voice and accountability: a public interest approach to policy, law, and regulation*. Estados Unidos: University of Michigan Press/ Banco Mundial.
- BUSTAMANTE, Enrique (2008). «Public Service in the Digital Age: opportunities and treats in a Diverse Europe» en Maribel FERNÁNDEZ ALONSO y Miquel de MORAGAS (eds): *Communication and Cultural Policies in Europe*. Barcelona: Lexicon, 4. Pgs. 185-216.
- CALLE, Angel (2005): *Nuevos movimientos globales. Hacia la radicalidad democrática*, Madrid: Editorial Popular.
- COLLADO, Francisco (2008) «La transformación digital de los medios de comunicación comunitarios y sus efectos en la ciudadanía europea», en: Rafael RODRÍGUEZ y José María, SECO: *Televisión Digital, democracia y servicio público. Una perspectiva crítica*. Sevilla: Aconcagua Libros. Pgs. 126-156.
- CONSEJO DE EUROPA (2005). *Integration and Diversity: The New Frontiers of European Media and Communications Policy*. Kiev: 7ª Conferencia Ministerial Europea en Medios de Comunicación de Masas, 10-11 de marzo. Recuperado en enero de 2011, [http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Doc/MCM\(2005\)005\\_en.pdf](http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Doc/MCM(2005)005_en.pdf)
- CONSEJO DE EUROPA (2009). *Declaration of the Committee of Ministers on the role of community media in promoting social cohesion and intercultural dialogue*. Recuperado en enero de 2011, <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1409919&Site=COE&BackColorInternet=DBDCF2&BackColorIntranet=FDC864&BackColorLogged=FDC864>
- COMISIÓN EUROPEA (2009). *Indicators for Media Pluralism in the Member States -Towards a Risk-Based Approach*. Leuven: katholieke Universiteit. Recuperado en enero de 2011, [http://ec.europa.eu/information\\_society/media\\_taskforce/doc/pluralism/pfr\\_report.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/pfr_report.pdf)
- FLEISCHMAN, Luciana; SÁEZ, Chiara (2009) «Presente y futuro de la sustentabilidad de las experiencias de TV alternativa en España: un análisis multidimensional» Ponencia presentada en el Congreso IAMCR, sección de Comunicación Comunitaria. Ciudad de México, 21-24 de julio de 2009. *Mimeo*.
- FLICHY, Patrice (1981): «La explosión del monólogo. Las radios paralelas en la Europa occidental», en Lluís BASSETS (ed.): *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Gustavo Gili, 1981. Pgs. 180-188.
- GAIDO, Marco (1981): «Los orígenes: la FM, los disc-jockeys y las radios piratas», en Lluís Bassets (ed.): *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Gustavo Gili. Pp. 157-179.
- GARCÍA LEIVA, Trinidad (2006a): «Políticas europeas de televisión digital terrestre. Antecedentes, caracterización y alternativas» en *Revista Latina de Comunicación Social* n° 62. Recuperado en enero de 2011.

- URL: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200604leiva.htm>
- GARCÍA LEIVA, Trinidad (2006b): «La introducción de la TDT en España en el contexto de la política europea para la transición digital en televisión» en *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, EPTIC*. Vol. VIII, n. 1, ene.-abr. 2006. Recuperado en enero de 2011. URL: <http://www2.eptic.com.br/arquivos/Revistas/VIII,n.1,2006/MariaTrinidadLeiva.pdf>
- GIORDANO, Eduardo y ZELLER, Carlos (1999): *Políticas de televisión: la configuración del mercado audiovisual*. Barcelona: Icària.
- GUATTARI, Félix (1981): «Las radios libres populares», en Lluís BASSETS (ed) *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Gustavo Gilli. Pp. 231-236.
- GUIMERÀ, Josep Angel (2007): *La televisió local a Catalunya: gestació, naixement i transformacions (1976-2006)*. Barcelona: Consell Audiovisual de Catalunya (CAC). Recuperado en enero de 2011 .URL:[http://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/premis\\_i\\_ajuts/treball\\_guanyador/Televisi\\_\\_Local\\_Catalunya\\_XIX\\_Premis\\_CAC.pdf](http://www.cac.cat/pfw_files/cma/premis_i_ajuts/treball_guanyador/Televisi__Local_Catalunya_XIX_Premis_CAC.pdf)
- HALLIN, Daniel y MANCINI, Paolo (2008): *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona: Hacer.
- JÉREZ, Ariel (ed.) (1998): *Trabajo voluntario o participación? Elementos para una sociología del tercer sector*. Madrid: Tecnos.
- LEWIS, Peter (2008): *Promoting Social Cohesion: The role of Community Media. Informe para el Parlamento Europeo*. Recuperado en enero de 2011. URL: [http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Doc/HInf\(2008\)013\\_en.pdf](http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Doc/HInf(2008)013_en.pdf)
- MATTELART, Armand (2001): *Historia de la Sociedad de la Información*. Barcelona: Paidós.
- MATTELART, Armand y PIEMME, Jean Marie (1981): *La televisión alternativa*. Barcelona: Anagrama.
- MACHADO, Decio (2006): «Intereses políticos y concentración de medios en el estado español». *Pueblos*, 25 (marzo).
- MCQUAIL, Denis (1998): *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires: Amorrortu editores (1992, 1ª ed. en inglés).
- PARLAMENTO EUROPEO (2008): *Resolución del Parlamento Europeo del 25 de septiembre de 2008 sobre los medios del Tercer Sector de la comunicación*. Recuperado en enero de 2011, <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+DOC+XML+V0//ES>
- PÉREZ, Francisco (2008): *Consulta sobre TVs de proximidad amparadas por la LISI*, correo electrónico a Chiara Sáez (Chiara.saez.baeza@gmail.com), 9 de junio de 2008. Recuperado en junio de 2008
- PRADO, Emili (1981): «El movimiento por la libertad de emisión en España», en Lluís BASSETS (ed.): *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Gustavo Gilli. Pgs. 237-255.
- ROSANVALLON, Pierre (2007): *La Contrademo-cracia*. Buenos Aires: Manantial.
- SUBIRATS, Joan (1999): «Introducción» en Joan Subirats (ed) *¿Existe sociedad civil en España? Responsabilidades colectivas y valores públicos*. Madrid: Encuentro. Pp. 19-36.
- SUBIRATS, Joan (2008): «Introducción» en Joan SUBIRATS, Peter KNOEPFEL, Corinne LARRUE y Frederic Varone: *Análisis y gestión de políticas públicas*. Barcelona: Ariel. Pp. 7-13.
- TERRIBAS, Mónica (1997): «Televisión, identidad nacional y esfera pública: un estudio etnográfico aplicado a la investigación de dos programas de debate televisivo en Escocia y Cataluña». *Formats*, N°1.
- ZALLO, Ramón (2010): «La política de Comunicación Audiovisual del gobierno socialista (2004-2009): un giro neoliberal», en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, páginas 14 a 29. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado en enero de 2011, de [http://www.revistalatinacs.org/10/art/880\\_UPV/02\\_Zallo.html](http://www.revistalatinacs.org/10/art/880_UPV/02_Zallo.html). DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-880-014-029.