

■ IDEES

La primera idea que puede surgir para asentar la Conferencia de Presidentes es su constitucionalización. Dedicar un artículo de la Constitución a contemplar la Conferencia de Presidentes puede parecer una ocurrencia en un país cuya única reforma constitucional ha consistido en la introducción de dos palabras en el texto constitucional, y cuya reforma del Senado ha sido discutida, defendida por todos, pero que nunca ha llegado a buen puerto. No obstante, no se puede rechazar de plano. Ya se ha apuntado la necesidad de reformar el artículo 145 CE y un buen contenido para este artículo es sin duda una referencia a la Conferencia de Presidentes.

Cabe decir que la mera constitucionalización de la Conferencia de Presidentes no acabaría con los problemas para institucionalizarla porque cualquier tipo de densidad normativa de un precepto constitucional sobre el tema, por muy detallado que fuera, haría necesaria una remisión a una fuente normativa que desarrollara la previsión constitucional. Es decir, siempre sería necesaria una ley o un convenio entre el Estado y las Comunidades Autónomas para ponerla en marcha.

Institucionalizar la Conferencia de Presidentes a través de una ley estatal tendría como problema una falta de visualización como órgano común Estado-Comunidades Autónomas, con una imagen de órgano estatal al que se “invita” o “acuden” los presidentes autonómicos. La doctrina más experta ha considerado que un convenio entre el Estado y las Comunidades Autónomas sería el medio de institucionalización más adecuado a la naturaleza de órgano de colaboración mixto y multilateral de la Conferencia de Presidentes. Siguiendo el ejemplo de la CARCE (Conferencia para Asuntos relacionados con las Comunidades Europeas), se podría realizar un convenio entre el Estado y las Comunidades Autónomas para luego aprobar una ley estatal cuando esté asentada.

Ahora bien, si un anclaje normativo, ya sea constitucional, legal o convencional es necesario para dotar de estabilidad a la Conferencia de Presidentes y evitar seguir la estela de la escasa regulación de los mecanismos de colaboración en España, tanto o más importante es establecer unas reglas concretas para que su funcionamiento priorice:

- Una periodicidad que evite su muerte por falta de convocatoria o de asistencia de sus miembros. En

Fernando Domínguez

un Estado con poca práctica institucional de colaboración entre las diversas instancias de poder no es deseable que un foro de intercambio de posiciones e impulso político dependa de la invitación del presidente del Gobierno y de la aceptación de esta invitación por los presidentes autonómicos. En las primeras reuniones de la Conferencia de Presidentes se produjo una rumorología sobre posibles ausencias y boicots que debilitaron el alumbramiento de este

La institucionalización de la Conferencia de Presidentes debería aprovecharse para que actúe como revulsivo ante los problemas que se han ido arrastrando desde la puesta en marcha del Estado de las Autonomías y que han minusvalorado la colaboración entre el Estado y las Comunidades Autónomas

- El hecho de convertirse en un foro de encuentro entre el Estado y las Comunidades Autónomas que sea visto como útil y necesario por ambas partes.

- Los debates multilaterales de interés para la mayor parte de actores que participen (evitando ser un foro para resolver

asuntos o problemáticas que sólo afecten a una parte de los asistentes).

- La atención a los intereses de las Comunidades Autónomas y el Estado, dejando a parte las competencias concretas de cada parte. Puesto que es un foro eminentemente político y de discusión, el centro de atención no puede ser la distribución de competencias, sino los intereses y aportaciones que puede realizar cada parte.

También se tendrá que contemplar, y este es un tema que da para escribir un artículo sobre el tema, la relación entre la Conferencia de Presidentes y el resto de órganos de colaboración, y la relación entre el Senado (¿reformado?) y la Conferencia de Presidentes.

En cualquier caso se tendría que aprovechar la institucionalización de la Conferencia de Presidentes para que actúe como revulsivo ante los problemas que se han ido arrastrando desde la puesta en marcha del Estado de las Autonomías y que han minusvalorado la colaboración entre el Estado y las Comunidades Autónomas. Una oportunidad para aprender de los errores y regular adecuadamente un órgano para que no devenga inútil. Se tendría que crear el clima necesario, también a nivel normativo, para que su práctica sea fructífera para el funcionamiento del Estado de las Autonomías. La Conferencia de Presidentes tendría que actuar como una piedra que mueva pausadamente todas las aguas del estanque de la colaboración autonómica. ■

Assumpta Roura

■ IDEES

El malestar en los medios de comunicación públicos en Cataluña

ASSUMPTA ROURA

Assagista i escriptora. Investigadora en Comunicació per la Universitat Paul Valery, Montpellier

Este trabajo aporta un recorrido sumario y crítico por los 25 años de vida de los medios de comunicación públicos catalanes, desde sus prometedores comienzos (esfuerzo profesional, ambición creativa, competitividad) hasta su posterior deriva, ya a principios de los años 90, hacia una autocomplacencia endogámica *ad maiorem gloriam* de los postulados ideológicos sostenidos por los sucesivos gobiernos nacionalistas de la época, empeñados –a criterio de la autora– en “garantizar una mayor homogeneización de la diversidad catalana que jugara a favor de sus intereses, suplantando a los de la ciudadanía”.

Sólo un eficaz control democrático puede hacer rectificar la situación y superar la actual situación de malestar. Lo que se necesita en un futuro inmediato –sostiene la autora– es corregir el déficit democrático establecido como ‘normal’ por la fórmula empleada hasta ahora, y que todas las fuerzas políticas representadas en nuestro *Parlament* actúen a través de los órganos competentes para conseguir un equilibrio que no permita exceso alguno.

Desde los inicios hasta hoy viene siendo objeto de debate en buena parte de Europa –aunque en este caso nos centraremos en Cataluña–, el papel que ha de asignarse a los medios de comunicación públicos –radio y televisión–, a pesar de que en la actualidad ya estemos sometidos a la influencia y al avance de las nuevas tecnologías, con Internet como avanzado competidor, además de la amplia competencia de las cadenas privadas que permiten al consumidor de programas de televisión escoger a la carta una gran variedad de oferta, sin desestimar las nuevas ofertas de ocio que seducen lo suficiente al ciudadano como para alejarle de la pantalla.

El debate que viene planteándose queda sujeto en la actualidad a tres puntos de partida: 1) el déficit económico que acostumbran a generar estos medios en las arcas públicas; 2) a qué valores de ciudadanía han de estar sometidos prioritariamente los contenidos de la programación y los informativos para que reflejen los intereses comunes y actúen como agentes dinamizadores y de servicio; y 3) el control político junto con –o a pesar de–, los profesionales responsables de la toma de decisiones.

Por su naturaleza de empresas privadas en busca de beneficios en un mercado libre, las cadenas privadas de televisión quedan excluidas del debate y sujetas exclusivamente al índice de audiencia de cada uno de los programas, índice que indicará la efectividad de invertir en ellos publicidad de productos a otras empresas del mer-

cado. La regla no es otra que, a mayor audiencia, mayor inversión en publicidad y mejores beneficios para ambas partes. Su objetivo no es otro que el beneficio económico.

Expuestos estos dos planos que en teoría deberían caminar en paralelo, en la realidad nos encontramos que: a) en lo económico ambos chocan por el interés en hacerse con la mayor parte de publicidad; b) si en los contenidos el segundo sigue a rajatabla las reglas de juego marcadas por el índice de audiencia, en el primero se dan palos de ciego una vez autoimpuesta una contención que, por artificial, o bien no resulta creíble o, lo que es peor, en algunas ocasiones articula procesos depredadores por cuanto lo que a todas luces resulta indigno unas veces y otras anodino se disfraza de “rigor profesional” igualmente en busca de audiencia una vez logrado socialmente, y con toda perversidad, que audiencia, éxito y prestigio sean concebidos por la mayoría de los ciudadanos como una misma cosa; c) la injerencia o control político, que no ha de ser forzosamente negativa por cuanto representa los intereses generales, se ha transformado en el momento presente en un simple *tour de force* entre las diferentes fuerzas políticas al igual que entre el poder manifiesto de los políticos y el poder manifiesto de los profesionales de estos medios que lo ejercen en nombre de su rigor profesional, no siempre cierto, y en nombre de la libertad de expresión que con excesiva frecuencia se vacía de contenido. En todos los casos, el ciudadano para el que se supone que se trabaja queda excluido.

■ IDEES

¿Qué ha ocurrido hasta llegar a este punto muerto en el que creo que nos encontramos?

Fue en la década de los años ochenta del pasado siglo cuando en nuestras sociedades avanzadas se instaló la idea del individualismo como un valor en alza en contraposición con los movimientos sociales y grupales que habían alcanzado su auge en las décadas anteriores, las de los sesenta y setenta. Gracias a los avances científicos y a nuevas formas de comunicación empresarial, no tardó el mercado en darse cuenta de que tenía ante sí un terreno abonado para hacer crecer una industria cosmético-medicinal que podría arrastrar ese individualismo hacia un culto

hedonista que, además de dar a la imagen un carácter sobredimensionado que, con el tiempo, acabaría apareciendo como natural, y terminaría, como así ha sido, por erigirla en un imperio empresarial e individual susceptible de ser por sí misma un excelente *business*. En el caso de España y de Cataluña, a pesar del retroceso histórico del franquismo, una vez llegada la democracia, tardamos poco en adaptarnos, aunque sólo fuera en lo superficial, a las corrientes en boga. Esta transformación representó un cambio importante también en los métodos de funcionamiento de la televisión como escaparate privilegiado de imágenes.

Al referirme a la imagen, trato de subrayar que la función social que se le otorga a partir de entonces, y de forma gradual, nada tiene que ver con el pasado. Si hasta entonces la imagen estaba destinada a entretener o a mantenerse como una ilustración añadida a la información tradicional, es decir a la palabra, ahora debía adquirir por sí misma un valor absoluto, radical, ante el que no hubiera derecho a réplica. La imagen cumplía ahora la obligación de fascinar, de hipnotizar, de desposeer al espectador masivo de cualquier capacidad crítica y por tanto de réplica, salvo las inducidas por el mismo sistema operativo que obtenía de este modo un espacio-laboratorio para una conducta de autocorrección. Es obvio que la idea de imagen fascinante no era novedosa en nuestras sociedades: la habíamos visto, e incluso vivido, a través del cine especialmente con los íconos que desde los años cincuenta del siglo XX nos llegaban de Hollywood y cuyo impacto no hace falta recordar (no en vano fueron denominados y reconocidos como “estrellas”, definición simbólica cuyo valor reside en su capacidad de recrear, en el imaginario colectivo, la intensidad de lo misterioso, de lo incontestable). Así pues, aquella brillantez cuya paternidad estaba reservada

La puesta en marcha hace 25 años de TV3 y Catalunya Ràdio, mucho más que una novedad supuso –quizá sin pretenderlo– una innovación transgresora que demostraba y reconocía que la sociedad catalana había sido y seguía siendo motor y representación de la modernidad en España

a los productores americanos y su visualización requería, al menos, la voluntad de decisión (decidir ir al cine), la tendríamos en nuestras casas, gratis y sin necesidad de ningún desplazamiento. La operación consistía en convertir al periodista habitual, o a quien estuviera capacitado y dispuesto a someterse a esta metamorfosis, en una *estrella* fascinante, persuasiva y, si convenía, amoral,

disponible para cualquier cambio en función de las circunstancias. La nueva “estrella”, en construcción por aquellos años en nuestro país, podría ser una persona cualquiera a condición de que su imagen, a través de la pantalla del televisor, tuviera un efecto imán. Tanto Noam Chomsky como Pierre Bourdieu empezaban a denunciar públicamente que los

medios de comunicación de masas estaban en manos de las multinacionales, cuestionando la labor que bajo dicha tutela le estaba siendo encomendada al periodista tradicional.

En el embrión de este cambio nos encontrábamos cuando llegaron a Cataluña los medios de comunicación autonómicos, TV3 y Catalunya Radio, los primeros en toda España que escapaban al control del Gobierno central, presidido por Felipe González desde octubre de 1982, para pasar al control de Gobierno de la Generalitat, en manos de CiU. La novedad causó ciertas heridas políticas entre ambos gobiernos por el poder que se le otorgaba a una autonomía por vez primera, heridas que no escaparon al comentario del entonces vicepresidente del Gobierno Alfonso Guerra, o del director de RTVE, José María Calviño, además de ciertos obstáculos para su puesta en marcha definitiva.

Considero importante señalar estas circunstancias puesto que, si fueron ciertos los recelos dentro del Gobierno central, no menos cierta fue la buena receptividad que tuvieron tanto TV3 como Catalunya Radio por parte del público catalán.

La puesta en marcha de los dos medios, mucho más que una novedad supuso –quizá sin pretenderlo– una innovación transgresora que demostraba y reconocía que la sociedad catalana había sido y seguía siendo motor y representación de la modernidad en España. En esta primera etapa, que abarcaría aproximadamente hasta el año 1990, la ambición y el esfuerzo de los profesionales vinculados a estos medios públicos por desvincularse del sistema de funcionamiento de RTVE, con su funcionariado enquistado en fórmulas heredadas del franquismo, fue notable, como lo fue su ambición por tejer contenidos de

Assumpta Roura

Assumpta Roura

IDEES ■



calidad propios de una sociedad moderna avanzada y el compromiso de no perder el impulso y la necesaria apuesta por la creatividad. A todo ello hay que añadir el importante papel que estos medios jugaron en la normalización y el reconocimiento de prestigio de la lengua catalana.

No obstante, cumplido este primer tramo del trayecto y consolidado su prestigio, derivaron hacia una auto-complacencia fruto de varios factores que actuaron con diferente intensidad: a) intereses empresariales de algunos de sus profesionales, aunque legítimos, diversificaron la oferta y les alejaron del *centro-motor* que propició el impulso de dicha creatividad, al tiempo que se vieron obligados a competir con él; b) ante la competencia que supuso la puesta en marcha de la televisión privada y las expectativas de éxito que levantó, los medios públicos catalanes no tuvieron capacidad de reacción para afrontar el nuevo reto optando por un conservadurismo a la defensiva; c) la transformación importante de la sociedad a la que iban dirigidos, con una nueva generación de jóvenes y adultos prácticamente ajenos a lo que había sido el franquismo, además de la normalidad democrática y social tanto en España como en Cataluña que emplazaba ahora al colectivo a sumarse

a los cambios de la nueva sociedad global que se apuntaban con la caída del Muro de Berlín, la desaparición de la URSS y la guerra de los Balcanes, mereció en los medios públicos una respuesta endogámica. Por último, y quizá el factor determinante de inmovilismo y del giro conservador, fue la forma de control o injerencia política en el contexto del importante proceso social, por la que optó el partido nacionalista gobernante, del que derivó, hasta hoy, una gestión cuyos resultados permiten comprender que los profesionales, divididos desde entonces entre su responsabilidad como tales y la obligación de obediencia, dieron palos de ciego en dirección hacia una deriva más o menos disimulada y, en todo caso, en un claro alejamiento de la realidad social catalana con una ciudadanía que implicada en los cambios mundiales empezaba a dar muestras de un claro desinterés por estos medios.

La pertinencia del control político es uno de los sujetos de debate sobre nuestros medios de comunicación públicos. En mi opinión, dicho control es necesario por cuanto es el Gobierno, representante de los intereses de los ciudadanos, a través de los instrumentos de control pertinentes, el que ha de garantizar el cumplimiento de los objetivos que se les asignen y, dadas las anormales

■ IDEES

peculiaridades históricas de nuestro país, con independencia del modelo de funcionamiento en otros países. Así, no sería dicho control lo que habría de ponerse en duda sino cómo se ejecuta y si responde a los objetivos consensuados para un servicio público. De la misma forma, ni cualquier profesional ni cualquier programa pueden complacer las exigencias que demanda un servicio de interés para el bien de la convivencia ciudadana, lo que exige una rigurosa selección.

Hasta el momento, y como fórmula continua y consolidada de experiencia real sobre control político de los medios públicos en la sociedad catalana, sólo contamos con el modelo empleado por los nacionalistas durante sus años en el Gobierno. Si estos medios, como ya se ha dicho, fueron un ejemplo de ambición creativa en sus inicios y el control político se basaba sustancialmente en el uso correcto y continuado de la lengua catalana, en el momento en que los cambios políticos y sociales en Europa indicaban que no dejarían indemnes a la sociedad catalana, el Gobierno catalán, siendo consciente del éxito de estos medios y de su incalculable poder, optó por ejercer un control directo de los profesionales (como se ha demostrado posteriormente), de los contenidos de los programas y de la información con un doble objetivo: que dichos medios subministraran ideología nacionalista para garantizar una mayor homogenización de la diversidad catalana, y que dicha homogenización que jugara a favor de sus intereses, suplantando a los de la ciudadanía. Aunque algunos mantienen que cualquier televisión pública en Europa es controlada por el poder político con el fin de cohesionar la diversidad y mantener vigentes aquellos rasgos y símbolos que le diferencian de otros, lo que justificaría el modelo de control llevado a cabo por los nacionalistas durante su larga etapa de gobierno no es en el sentido de mantenimiento de “orden” dentro de una complejidad, que el partido gobernante operó en estos medios. Adoctrinar al ciudadano, por mucha sutileza que se le encomiende a este objetivo, no es lo mismo que dotarlo de los instrumentos necesarios que le capaciten para una elección responsable, y doctrina nacionalista fue lo que se impartió en nuestros medios, en complicidad con aquellas “estrellas” a las que nos hemos referido con anterioridad, cuyo poder de fascinación les permite disfrazar de debate o entretenimiento, lo que es ideología. No hace falta que este mediador sea consciente. Puede serlo y prestarse al juego, y puede no serlo. En cualquier caso, quién decida si habita en él o en ella “esta habilidad” no está a su alcance. Igualmente sucedió con los contenidos cuyo único valor –también de

Hasta el momento, y como fórmula continua y consolidada de experiencia real sobre control político de los medios públicos en la sociedad catalana, sólo contamos con el modelo empleado por los nacionalistas durante sus años en el Gobierno

lenguaje–, consistió en perpetuar los tópicos más febriles de una sociedad incapaz de abrirse a los cambios.

Además de las circunstancias políticas y sociales que hemos mencionado, otros factores como la precariedad laboral que comenzaba a establecerse como normal creando una forzada sumisión, y una generación de espectadores, en su mayoría alejada del centro de la gran urbe (Barcelona) receptiva y ajena al pasado histórico reciente, reforzaron la actitud del Gobierno catalán.

Ante el cambio evidente, con gran énfasis, aunque manteniendo todas las sutilezas que estos medios permiten, aquel gobierno puso en marcha la estrategia de arropar a los catalanes, –aunque incipiente, ya de diversa y novedosa procedencia–, bajo el *mantra* “Som una Nació”. Comenzaba una etapa de *encargo* del poder político catalán, que consistió en dar por verídica, con implacable determinismo, la idea de que todos los catalanes sin excepción eran *per se* convencidos nacionalistas con un enemigo común, España, visto de forma tan sintética que resultara imposible distinguir indicios de complejidad y/o diferencias. Esta realidad imaginada, que por su parte ya se venía predicando en la práctica política cotidiana al menos dentro de Cataluña, requería de su singular representación a través de los poderosos medios audiovisuales para que adquiriera carta de naturaleza. Quedaron pues, de esta forma, prácticamente ocultas todas aquellas fuerzas sociales, políticas, simbólicas o de pensamiento que no se identificaran o discreparan de esta, supuestamente unánime, unidad de conjunto. Llevar a cabo el objetivo mediante esta rigurosa estrategia era obligado si lo que se pretendía era su éxito. Sin duda lo consiguió.

El éxito del, llamémosle eslogan publicitario, según el cual Cataluña era el *oasis* de España gracias a una supuesta “cohesión” que no hacía sino esconder diversas realidades, la mayoría no especialmente felices, resultó la prueba incontestable de que los medios públicos catalanes habían conseguido un éxito sin precedentes democráticos al servicio exclusivo del Gobierno catalán y en beneficio de los dos partidos que, en coalición, lo compartían. Un éxito que no fue de la mayoría de los ciudadanos catalanes, que ni tan sólo se veían reflejados ni representados en esa simbiosis de realidad-ficción que a modo de catecismo era representada en TV3 y Catalunya Radio. Por otra parte, esta fórmula propició un sistema de complicidades orgánicas que terminaron por establecerse como un sistema “normal” de funcionamiento que subsiste por endogamia y contra el que nunca existió, al menos de forma visible, objeción alguna.

Assumpta Roura

Assumpta Roura

El éxito fue rotundo. Unos medios públicos aislados y aislando al resto de España, dando puntual y siempre escasa información sobre Europa o el resto del mundo y, en fin, viviendo de espaldas a la Catalunya real –salvo que la información tuviera tintes de espectáculo–, censurando de modo solapado o sin discreción alguna a profesionales o personas de autoridad intelectual cuyo criterio pudiera cuestionar el mismo funcionamiento, han sido posibles en Cataluña sin que nadie lo denunciara públicamente con sinceridad crítica y argumentos intelectuales sólidos. Una de dos, o estas voces con autoridad intelectual reconocida no existen en Cataluña o, si existen –que existen–, hace años que optaron por no mirar ni tener trato alguno con dichos canales televisivos, o bien estaban conformes con su funcionamiento. Este hecho nos indica que, en rigor, no ha habido en todos estos años ni una evaluación ni un debate profundo sobre estos medios cuya influencia en la mayoría ciudadana todavía no tiene competidor. El resultado obtenido ha consistido en una imagen distorsionada de Cataluña, exclusiva y excluyente, que en una parte de la población autóctona ha levantado pasiones y odio (éste último también en el resto de España) y, entre la mayoría, una indiferencia y distanciamiento de los que dan prueba las cifras de audiencia, siempre a la baja desde el sexto año de su puesta en marcha, además de contribuir de algún modo a la tendencia al alza de la práctica abstencionista, sobre todo en elecciones de ámbito autonómico a municipal y en una radicalización nacionalista.

Durante casi quince años, han subsistido con un importante déficit económico unos medios financiados con dinero público, con una información unidireccional y espacios de entretenimiento que han sido una copia del resto de cadenas nacionales privadas, hechos a la medida del *fet diferencial català*: *magazín*, telenovelas, programas o espacios de entretenimiento donde lo que prevalece es el conductor o colaborador *espectáculo* en lugar de los contenidos o, como ha sido el caso del final de esta última temporada asistiendo con indiferencia general a la instrumentalización de unos niños para que cantaran el himno nacional catalán en un gesto de provocación hacia el diputado y portavoz socialista que se atrevió, en su momento, a señalar una de las causas de la decadencia de los medios públicos catalanes. Este comportamiento “natural” exige una urgente corrección salvo que se pretenda que el único factor público que mantengan sea la partida del presupuesto con que se financian.

Precisamente en la reacción hostil contra las palabras del mencionado diputado, Joan Ferran, cuando dijo que era

En rigor, no ha habido en todos estos años ni una evaluación ni un debate profundo sobre estos medios cuya influencia en la mayoría ciudadana todavía no tiene competidor. El resultado obtenido ha consistido en una imagen distorsionada de Cataluña, exclusiva y excluyente

necesario “*extirpar la crosta nacionalista*”, sirviéndose de un lenguaje claramente reconocible como coloquial, encontramos la prueba de que las inercias instaladas durante años en la forma que acabo de exponer, se habían incrustado en nuestros medios públicos de comunicación de masas como una forma “natural” de ejercer la profesión y el control político. De ahí la inusual y voraz reacción por parte de quienes pudieran sentirse aludidos.

Aquella declaración, sobre la que puede caer la tentación de calificarla de anecdótica, junto con las consecuencias que derivaron, ha de darnos la medida no solamente del poder de nuestros medios sobre la población en general, sino que también ha de hacernos conscientes del problema que enlaza a estos medios, en apariencia intachables, cuyo objetivo aparente es el de servicio público. Es necesario, pues, saber cuál es el problema y cuáles son las causas si lo que se pretende, de ahora en adelante, es tratar de buscar soluciones para conseguir unos medios lo más aproximados posibles a lo que se entiende por servicio público. Hasta hoy no hemos escuchado otras críticas que las que se referían a la politización de dichos medios sin que quedara claro qué ha significado politizarlos en la realidad. La concreción es necesaria y no faltan estudios rigurosos sobre los medios de comunicación y su función estrictamente instrumental al servicio del poder político o económico para quienes ambicionen mayor conocimiento. Por otra parte, el problema detectado en los medios públicos catalanes necesitará de ahora en adelante de tiempo y voluntad política y social para ser corregido. Siguiendo las pautas de análisis que ya introdujo John Stuart Mill a mediados del siglo XIX, esta corrección supone “superar la dificultad que encuentra quien emprende una batalla contra un sentimiento o una idea general potente”, y a estas alturas resulta innegable que nuestros medios públicos han sido generadores, más que cualquier otra cosa, de emociones nacionalistas. No nos encontramos, pues, ante opiniones salidas de razonamientos susceptibles de contener algún error, sino de opiniones salidas de emociones profundas que quienes las dan como buenas parten de la base de que están supervisadas por una razón superior, en este caso, “razones patrióticas”.

Y en estas circunstancias el control político ha de estar ahí. Lo que conviene dejar claro es en qué consistirá este control en el futuro; si, a corto plazo, permitirá que las inercias a corregir deriven hacia una cronificación definitiva o impulsará, junto a los profesionales de los medios, medidas para que una nueva energía creadora impulse nuevos contenidos que atiendan todo tipo de necesidades en una sociedad con latentes conflictos sociales, olvidándose del

■ IDEES

■ IDEES

lastre al que le obliga la observació continuada de la competència; si perpetuarà un model de informació que subscriu el folclore i el espectàculo o obrirà fórmules que desperten en el espectador la curiositat, al menys, per el transcórrer de una societat múltiple, global y de un Estado plurinacional, sin tener por ello que desestimar sus símbolos más preciados.

El control político tal como se ha ejercido hasta ahora, se podría calificar de "secuestro" o, en palabras de Pierre Bourdieu, de aparato ideológico al servicio de un gobierno determinado. Lo que se necesita en el futuro inmediato es corregir el déficit democrático establecido como "normal" por la fórmula empleada hasta ahora, y que todas las fuerzas políticas representadas en nuestro *Parlament*, actúen a través de los órganos a los que se les ha dado competencia como responsables de un equilibrio que no permita ningún exceso. Al mismo tiempo, corresponde a la responsabilidad de los profesionales de estos medios salvaguardar cualquier exceso que se detectara en dichos órganos de control, en los partidos implicados y en otros profesionales, en bien de una programación al servicio del ciudadano. En cuanto a los

contenidos de los programas, los medios públicos de comunicación deben alejarse en lo posible de la televisión espectáculo y de la copia fácil de los contenidos de las televisiones privadas, cuyo único interés consiste en subyugar al espectador arrancándole unas emociones mediante un "relato" de ficción o real que atiende a las reglas que rigen a los espectáculos de pornografía en este caso de orden emocional (las que logran una implicación no controlable en el espectador por irracional), o de aquellos contenidos que se conforman en conservar el infantilismo tan presente en nuestras sociedades de hiperconsumo.

La parálisis actual comenzará a superarse cuando se reconozca una apuesta por la innovación y la creación, propias de una sociedad que se quiere moderna, en la que se reconozcan todos los actores sociales de modo que se sientan beneficiarios y cómplices de dicha innovación. Cualquier déficit presupuestario dentro de esta nueva circunstancia podrá contemplarse como un valioso beneficio para la sociedad en la que se habrá invertido. ■

Assumpta Roura

Juan Freire

■ IDEES

Conocimiento y usuarios en la cultura digital

JUAN FREIRE
Universitat d'A Coruña

En el contexto de un mundo progresivamente determinado por las tecnologías de la información, el autor analiza, en primer lugar, por qué internet y la web 2.0 han provocado una devaluación del conocimiento para, a continuación, proponer la emergencia de una nueva figura: los comisarios digitales. Por último, reflexiona sobre las consecuencias que este proceso tiene para los paradigmas convencionales de propiedad intelectual, ya que en este escenario, en que el producto inicial del trabajo de un creador vale (en términos económicos) cada vez menos, pero su valor puede crecer apreciablemente cuando se reutiliza de forma inteligente, cabe preguntarse si es estratégicamente acertado proteger "excesivamente" los contenidos.

Las tecnologías de la información, y en especial Internet, han provocado un proceso de digitalización de nuestras vidas y de nuestras actividades sociales, económicas o políticas. Es un fenómeno aún reciente y gradual pero que se acelera en los últimos años. El cambio tecnológico genera oportunidades al tiempo que altera las reglas de juego. Pero la tecnología no es determinista ni su diseño es capaz de incorporar todos los posibles usos futuros. Los usuarios acaban por apropiarse de la tecnología de modos, muchas veces impredecibles, y es este proceso el que da lugar a cambios sociales y culturales. Por tanto, tecnología y sociedad co-evolucionan y en este cambio se alteran necesariamente muchos modelos económicos.

En los últimos años los desarrollos tecnológicos conocidos como web 2.0 han provocado un nuevo cambio cultural y social, posiblemente más acelerado que el anterior, que ha acabado por reconfigurar el modo en que se crea, distribuye y usa el conocimiento. Se aplica la denominación de web 2.0 a un conjunto de herramientas que permiten la creación y publicación de contenidos digitales y que facilitan su gestión (utilizando por ejemplo sistemas de etiquetado generados por los propios usuarios) y reutilización. Los usuarios, sin necesidad de un conocimiento técnico especializado, pueden convertirse en creadores y gestores avanzados de conocimiento y, además, pueden trabajar organizados en redes sin necesidad de su formalización e institucionalización.

Buena parte de estas posibilidades se deben a la reducción de barreras financieras y tecnológicas que limitaban tradicionalmente, tanto en los entornos analógicos como en la primera era de Internet, la creación de conocimiento.

Pero esta "nueva" economía sigue obedeciendo a las viejas reglas y, por tanto, lo que se hace abundante se devalúa. ¿Dónde está ahora el valor? Posiblemente en el filtrado, la agregación y la remezcla y en la conexión intelectual y emocional con los usuarios. De este modo parece llegado el momento de lo que denominaré comisarios digitales (que también podríamos definir como *brokers* de conocimiento). Pero, los usuarios creativos de la web 2.0 (en gran parte amateurs), ¿son un nuevo proletariado simbólico? O, por el contrario ¿son parte de esos nuevos comisarios y conectores que destierran a las jerarquías y controles tradicionales?

En este artículo analizaré en primer lugar por qué internet y la web 2.0 han provocado una devaluación del conocimiento *per se* para, a continuación, proponer la emergencia de una nueva figura: los comisarios digitales. Por último discutiré las consecuencias que este proceso tiene para los paradigmas convencionales de propiedad intelectual dado que, en este escenario, en que el producto inicial del trabajo de un creador vale (en términos económicos) cada vez menos, pero su valor puede crecer apreciablemente cuando se reutiliza de forma inteligente, cabe preguntarse si es estratégicamente acertado proteger "excesivamente" los contenidos.

La devaluación del conocimiento en la web 2.0

El desarrollo de Internet y, especialmente, de las herramientas conocidas como web 2.0 ha implicado cambios radicales en los modelos de producción y distribución de conocimiento¹. Por una parte, la creación, gracias a la reducción de barreras de acceso y colaboración, ha experi-

¹ Don Tapscott & Anthony D. Williams (2006). *Wikinomics*. How mass collaboration changes everything. <http://www.wikinomics.com/>
Yochai Benkler (2006). *The Wealth of Networks*. How Social Production Transforms Markets and Freedom. http://www.benkler.org/wealth_of_networks/index.php/Main_Page

David Weinberger (2007). *Everything is miscellaneous*. The power of the new digital disorder. <http://www.everythingismiscellaneous.com/>
Clay Shirky (2008). *Here Comes Everybody*: The power of organizing without organizations. <http://www.herecomeseverybody.org/>

PAPERS DE LA FUNDACIÓ



EL PAPER DEL DISCURS PÚBLIC PER ALS PROJECTES DE REFORMA SOCIALDEMÒCRATES A EUROPA

Vivien A. Schmidt - *Papers de la Fundació*, n. 153

Vivien A. Schmidt fa una anàlisi dels discursos que han guiat els processos de reforma liderats per governs socialdemòcrates a Europa, i arriba a una conclusió rellevant. L'autor constata que un discurs transformador pot facilitar la reforma fins i tot en aquells casos en què els governs tenen poca capacitat institucional i política; però en canvi, el poder institucional –per molt ampli que sigui– rarament produeix reformes duradores si no és capaç d'elaborar un discurs transformador.



LA IGUALTAT: UNA DECISIÓ POLÍTICA

Sotirios Zartaloudis - *Papers de la Fundació*, n. 154

Escrit originalment en anglès per **Sotirios Zartaloudis** i publicat pel *think tank* britànic *Policy Network*, analitza els nivells, les tendències i les causes de la desigualtat de renda a Europa i als Estats Units, tot fent especial atenció a les desigualtats entre els països europeus.