

# Medios públicos, democracia y el rol de la Universidad Pública

**María Lamuedra Graván**

Investigadora Contratada Ramón y Cajal

Universidad de Sevilla

## 1. Los medios públicos como referentes en el desarrollo de una cultura democrática

El hecho de que un medio se constituya como público o estatal tiene escaso valor per se si no cumple verdaderamente su mandato de servir al público, es decir, si no ofrece información veraz relevante y plural, genera un espacio en el que vertebrar el crisol de voces de la sociedad civil, mantiene su independencia ante el poder político y los poderes fácticos, y produce unos formatos de entretenimiento que desarrollen principios cívicos, entre otras potencialidades.

Un medio público detenta algo más de valor, incluso en este caso tal vez empieza a merecer la pena, si –aunque la mayoría de lo anterior no se cumpla– existe algún referente de verdadero servicio público ciudadano que sirva a sus profesionales y receptores como horizonte deseable, que unos y otros vayan interiorizando como camino a seguir y al que intenten aproximarse en cuanto surge la primera oportunidad. Desde sus inicios hasta 2006 puede decirse que en muchos aspectos, con altibajos y notables excepciones, esta fue la situación de la televisión pública en España y el referente que funcionaba para los profesionales era la BBC (Callejo, Lamuedra y Matilla, 2010). Entre 2006 y 2011 esto cambió y RTVE pudo dar un paso al frente hacia ese horizonte deseado, de verdadera radiotelevisión de servicio público, al que probablemente tampoco terminó de llegar del todo. Por tanto, junto las radiotelevisiónes que suelen funcionar como referentes en España hoy podemos aludir al referente del periodo 2006-2011 de RTVE.

Y por fin, una radiotelevisión pública que verdaderamente cumpla su cometido es un pilar fundamental de los países con democracias de mayor calidad (que la nuestra).

La radiotelevisión pública ocupa el lugar de lo que debe ser y en torno a esta idea con tan elevada densidad en expectativas, en fuerza normativa, en anhelos y esperanza se conforma el resto del sistema de medios. Podemos expresarlo con la metáfora de que la radiotelevisión pública es el agujero negro del sistema de medios (Callejo, Lamuedra y Matilla, 2010). Dónde existe una radiotelevisión pública fuerte y sana, ejerce una influencia positiva sobre el conjunto de medios (McChesney, 2004: 250, Curran et al 2012), en tal medida que incluso puede darse que medios privados lleguen a tener mejor calidad que el medio público de referencia. Este pudo ser el caso, por ejemplo, de la etapa de las Noticias Cuatro de Iñaki Gabilondo (2005-2010), según un proyecto I+D de

la Universidad Rey Juan Carlos liderado por Luis Pablo Francescutti<sup>2</sup>, que incluyó un análisis de contenido de 800 noticias emitidas a lo largo de año 2007 y 2008 por los informativos de la tarde de TVE1, Antena 3, Telecinco y Cuatro.

El análisis de contenido realizado (Martínez-Nicolás, 2010) mostraba la existencia de dos grandes modelos informativos en la televisión en España: uno que puede denominarse como "periodismo de referencia" y otro cercano a los estándares del "periodismo popular" (Langer, 1998). Los noticieros de Antena 3 y Tele 5 se alineaban abiertamente con el primer modelo, y contenían abundantes características del periodismo tabloide (sucesos, espectáculos y deportes) en detrimento de elementos del periodismo de referencia (política, economía, asuntos sociales, cultura), cuya concentración destacaba en los informativos de Cuatro. Al mismo tiempo, TVE propone una especie de modelo mixto, con un delicado equilibrio en su propuesta informativa entre el periodismo de referencia y el periodismo popular (ver Madariaga, Lamuedra y Tucho, 2012). El estudio permite inferir dos conclusiones útiles para continuar reflexionando sobre medios públicos y democracia:

- En uno de los sistemas de medios más desregulados de Europa (Zallo, 2010:3), y habituado a unos informativos comerciales, la apuesta por la calidad de Cuatro no cosechó "suficiente audiencia", entre otros factores y no duró más allá de 2010.
- La radiotelevisión pública, al menos en 2007-2008, periodo en que se hizo el estudio, está tan presionada por el modelo comercial, que parece tomarlo como referencia, incluso si es para separarse de él de forma calculada. No tiene la capacidad de establecer una referencia propia, más cercana a otros modelos europeos. Es posible que entre 2008 y 2011 esta situación mejorase- hasta donde llega mi conocimiento no se ha acometido otro estudio sobre este particular. Lo que sí resulta evidente es que desde 2011, tras la llegada al gobierno del PP, ha empeorado de forma abruptísima, como saldrá a colación más adelante.

Ahondemos en la importancia de una radiotelevisión de servicio público para una democracia de mayor calidad. Para ello nos detendremos en tres estudios, uno referido a las noticias y dos sobre formatos de entretenimiento: *soap operas* en Gran Bretaña e historias de famosos en España.

### **1.1 Noticias y "the public connection". La investigación comparativa entre la dieta informativa en Gran Bretaña y España**

Hacia 2008 James Curran y otros colegas británicos y finlandeses llevaron a cabo un estudio que comparaba los contenidos de la dieta informativa que se ofrece en Gran Bretaña y en Finlandia, y que medía el conocimiento que los ciudadanos de ambos países tienen de noticias de relevancia pública (Curran et al, 2012). De su análisis se desprende que existen tres factores que explican que Finlandia muestre mejores resultados que Gran Bretaña en ambos particulares:

1. La televisión finlandesa está más sometida a la lógica de servicio público que la británica. Los informativos finlandeses dedican más espacio a noticias de relevancia

---

<sup>2</sup> Además, el estudio realizó entrevistas a profesionales de noticias y grupos de discusión con receptores de informativos hacia 2009-

pública y menos a "soft news" (17% en Finlandia versus 40% en Gran Bretaña). Por otra parte, los informativos diarios de la tarde están situados en el prime time en Finlandia mientras en Gran Bretaña aparecen justo antes o después del horario calificado como prime time. Esto implica que los ciudadanos finlandeses estén más expuestos a las noticias de relevancia pública y adquieran mayor conocimiento

2. La prensa finlandesa se encuentra influenciada por una cultura periodística y deontológica más fuerte que su homóloga británica.

Ambas cuestiones parecen provocar que los finlandeses demostrasen un mejor conocimiento de asuntos de interés público, que según el estudio de Livingstone, Markham y Couldry (2010) son el tipo de noticia cuyo consumo diario provoca mayor afección ciudadana; es decir, una actitud responsable respecto del devenir de la sociedad, de su actualidad política, social y cultural: lo que los autores británicos llaman "public connection". Luego, en principio, unos medios públicos que promuevan una dieta informativa con alto contenido en noticias de interés público pueden servir como pilar en una democracia, dado que contribuye a que sus ciudadanos tengan una actitud más co-responsable y participativa.

## **1.2 Entretenimiento: ficción nacional de calidad versus historias de famosos**

La circulación de valores, normas y actitudes cívicas y democráticas no está circunscrita sólo al ámbito de la información. El apoyo que las radiotelevisiónes públicas prestan a la producción de formatos de entretenimiento de calidad también influye manifiestamente en los gustos sociales. Tomemos el ejemplo de dos productos televisivos de entretenimiento con generosos índices de audiencia<sup>3</sup> y que generan espacios de debate social en dos países distintos, Reino Unido y España: la *soap opera* británica *Eastenders*, y los programas sobre famosos. He tenido la suerte de trabajar con ambos géneros y formatos gracias a un proyecto de I+D, de la Universidad Carlos III de Madrid<sup>4</sup>, y que entrevistó a 20 receptores de *EastEnders* en el Reino Unido hacia 2008 y mi tesis doctoral<sup>5</sup> (2004) en el que realicé entrevistas y grupos de recepción con seguidores de historias de famosos hacia el año 2002.

La primera pregunta que podríamos hacernos es ¿por qué las soap operas como *Eastenders* o *Coronation Street*, cosechan máximas audiencias en el Reino Unido mientras son otras series o formatos "más comerciales" los que obtienen resultados similares en países como España? Tengamos en cuenta que estas series, que ponen el acento en el diálogo, la solidaridad y la cohesión social entre diferentes colectivos y grupos étnicos son realistas, priman los acentos, formas de vestir y rasgos estéticos de la clase trabajadora tradicional británica. Lo primero, se ha extendido a toda Europa y en casi todos los países hay soaps o teleseries con un sabor coral y una estructura narrativa abierta dispuesta a durar años en pantalla (como *la Riera* en TV3 o *Arrayán* en

---

<sup>3</sup> Diariamente cosecha audiencias de entre 10 y 11 millones de espectadores en el Reino Unido, ocupando puestos destacados entre las 10 emisiones más vistas de cada día.

<sup>4</sup> Liderado por Agustín García Matilla.

<sup>5</sup> Readers, Storyworlds and the Popular Public Sphere: A comparative Analysis of Women's magazines in Spain and the UK.

Canal Sur). Lo segundo, es decir, el desarrollo de unos valores de producción propios, sin embargo, resulta ajeno en las series españolas y otros países meridionales.

La larga tradición de la industria audiovisual británica dedicada a realizar producciones televisivas de calidad ha fomentado una cultura televisiva propia con criterios compartidos sobre qué se puede considerar realismo y con qué características ha de contar una serie con cierto *ethos* de servicio público. El resultado es una narrativa con características tan apegadas a la historia y la identidad nacional que sólo es parcialmente exportable fuera de sus fronteras nacionales. La autora italiana Giomi (2005: 474) aludía a esta explicación y la contrastaba con el debilitamiento que la fuerza narrativa italiana había sufrido cuando desde mediados de los años 70 los medios públicos tuvieron que competir con los operadores privados. Lo hacía en el contexto del análisis de una soap opera de proximidad italiana, *Vivere*. Argumentaba que los valores de producción de la *soap opera* italiana mostraban una estética más comercial y similar a los valores de producción de la industria americana: las mansiones, la belleza de los protagonistas, la ropa glomurosa estaba tan internalizados por la audiencia que ni siquiera parecía percibir que hubiese unos códigos alternativos. También resulta importante que la serie con la que los italianos comparaban la serie de forma espontánea fuese la americana *The Bold and the Beautiful* (*ibid*: 474). La escasa tradición audiovisual italiana en ficción nacional de proximidad se consideraba clave en el arraigo de la cultura audiovisual norteamericana en Italia. Luego, sin una cultura audiovisual propia, nos hallamos más expuestos a ser colonizados por unos valores ajenos, como por ejemplo, el exacerbado comercialismo norteamericano, tradicionalmente mucho más moderado en las socialdemocracias europeas.

Pero incluso puede llegarse más lejos. En el transcurso de la última década televisiva en España ha podido apreciarse cierta dinámica que requiere mayor atención y estudio. Se puede argumentar que, la ausencia de una apuesta por la calidad en la ficción nacional por parte de la radiotelevisión pública, ha contribuido a encumbrar géneros controvertidos como los programas de famosos, mientras que cuando ha habido una apuesta sostenida por las series nacionales de calidad, el público las ha premiado con su atención y las historias de famosos han perdido parte de su centralidad mediática.

Los años 70 y 80 Televisión Española apostó por grandes ficciones forjadoras de nuevos imaginarios, como *Los Gozos y las Sombras* (1982) *La Huella del Crimen* (1985) o *Lorca, La Muerte de un poeta* (1970) (Palacio, 2006: 317). Se trató de realizaciones con alto presupuesto, con una nítida conexión con la estética y la narratividad cinematográfica y con una dilatada línea de producciones emplazadas en tiempo pasado (Rueda Laffond, 2009: 87). Según los productores de *Amar en Tiempos Revueltos*, entrevistados en el mencionado i+D llevado a cabo por la Universidad Carlos III de Madrid, la referencia para este tipo de ficción era la marcada por la BBC. Tras la aparición de las cadenas privadas hacia los años 90 terminó este ciclo de producciones, y hasta 1991 gracias al éxito de *Farmacia de Guardia* no comienza una nueva tradición de ficción televisiva nacional, ahora con menor presupuesto y con mayor presencia de series familiares, con elevado potencial de explotación económica gracias a su atractivo para los anunciantes (Medina, 2007: 69) o luego series emplazadas en ambientes

profesionales o vecinales. Como productos emblemáticos de esta época pueden citarse *Médico de Familia* (1995-1999) o *los Serrano* (2003-2007), entre otros.

Y hasta el año 2006, tras la reforma de los medios audiovisuales estatales, no empieza a existir una apuesta sostenida por parte de TVE por emitir series nacionales de calidad, también con una línea de revisión histórica como *Amar en tiempos revueltos* (2005-2012), *Aguila Roja* (desde la primavera de 2009, en 2012-2013 se espera su quinta temporada) *La señora* (2008-2009) *La república* (2011 y en 2012-2013 estrena su segunda temporada). A esto se han sumado telefines como *El día más difícil del Rey* (febrero de 2009). Las cadenas privadas han tenido que competir con esta apuesta y también han aumentado el porcentaje de ficción nacional que ofrecen, incluso apostando también por el revisionismo histórico con producciones como *Historia de una traición* (2009, Antena 3).

En el intervalo de tiempo de menor producción de series de ficción nacional de proximidad, entres finales de los años 90 y principios del siglo XXI se produce el fenómeno de la omnipresencia de programas sobre famosos en España. En 2002, 42 horas semanales de la parrilla televisiva se dedicaba a este género (Lamuedra, 2004: 187), luego incluso aumentó hasta las 50 horas detectadas en 2007 (Lamuedra, 2007: 11). Ya en 2011<sup>6</sup>, desciende de nuevo a 42 horas, de las cuales 33 se repliegan a una sólo cadena, Telecinco. Y según el estudio de Livingstone, Couldry y Markham (2010) antes mencionado, las historias de famosos, a diferencia de las noticias, distraen de la conexión con "lo público" y crean un circuito que provoca desafección ciudadana.

La segunda pregunta que nos planteamos, por tanto, es: ¿Y qué efectos puede tener en la sociedad que el género más popular sea una *soap opera* frente a una historia de famosos?

El estudio de Livingstone y Liebes (1998) soap operas en Europa, el de Castelló (2010) sobre series catalanas y el de profesores de la Universidad Carlos III de Madrid, liderado por Agustín García Matilla, que entrevistó a productores y guionistas de *Amar en Tiempos Revueltos* (Molina, Lara y Lamuedra, 2009) coinciden en que los guionistas de series encargadas por medios públicos suelen imprimirle una ideología de servicio público que desarrolla valores cívicos democráticos, y esto se traslada hacia la audiencia. Esto contrasta con la experiencia de productores de programas sobre famosos en España, como indica el testimonio de Mariola Cubells (2003), que explica que los programas buscan generar conflicto moral o verbal entre personas para atraer el interés de otros medios, lo cual repercute en términos de audiencias y beneficios.

De hecho, el estudio de recepción realizado con televidentes de *EastEnders* hacia 2008 (Lamuedra y O'Donnell, 2013<sup>7</sup>), también parte del I+D de la Universidad Carlos III de Madrid, documenta que cuando los receptores hablan de la serie tratan sobre la importancia del diálogo y la solidaridad en la familia, entre vecinos y entre miembros de una comunidad. Las series de este tipo muestran cómo estas premisas deben vencer a los retos sociales del momento, cuyos guionistas insertan en las historias provenientes de las noticias. La presencia de temas similares en las noticias agudiza la percepción de

<sup>6</sup> Análisis de la parrilla televisiva realizado, siguiendo la metodología de los mencionados análisis anteriores en la semana 9-16 de Mayo de 2011.

<sup>7</sup> Artículo aceptado para ser publicado por el European Journal of Cultural Studies durante 2013.

realismo en la serie e incluso contribuyó a que un porcentaje amplio de los entrevistados le confiriesen un estatus de servicio público, algo normalmente vedado para formatos de entretenimiento, especialmente las teleseries (ver por ejemplo, Eco, 1985: 125 o Ang: 1985: 93-102).

En contraste, cuando los receptores españoles hablaban sobre historias de famosos, que al menos hacia los años 2000-2005 pueden considerarse el equivalente español a las *soap operas* británicas por el espacio mediático que ocupan y su amplia presencia en conversaciones diarias sobre actualidad (Lamuedra, 2007: 13-16), se trataban valores sumamente distintos. En concreto, al charlar sobre las historias de famosillos y su creciente influencia en televisión, se constataba el hecho de que fuesen los índices de audiencia y no otros criterios tradicionales los que más influyesen en la selección de personas a las que se ofrece un espacio social y un empleo privilegiado en televisión. De este modo, se estaba hablando de la preponderancia de "lo que vende" sobre otros valores cívicos o estéticos que habían sido relevantes socialmente en otros momentos, como la meritocracia, expresarse correctamente o vestir con estilo. Los receptores entrevistados mostraban su indignación o conformidad ante ello, pero tendían a reconocer que éstas eran las reglas sociales y culturales de los nuevos tiempos, en plena coincidencia con la lógica cultural postmoderna, es decir, del capitalismo tardío o neoliberal.

Luego, si el largo brazo de los medios públicos en Gran Bretaña en el ámbito de la ficción contribuye a crear espacios de resistencia ciudadana que protegen los valores de la socialdemocracia ante la creciente influencia de la primacía de lo económico, la ausencia de este tipo de presencia pública en la generación de entretenimiento audiovisual ha contribuido a lo contrario: a que en el hueco dejado por la ficción nacional de proximidad, se propaguen géneros que extienden y naturalizan los valores neoliberales. Y al mismo tiempo, hay indicios de que cuando en RTVE han apostado de forma sostenida por series nacionales de calidad, se produce cierto descenso de las historias semanales televisivas dedicadas a famosos, y sobre todo un repliegue de estos formatos a una sola cadena, Telecinco. Y de este modo, durante este periodo esta apuesta ha tenido una influencia positiva en ofrecer entretenimiento de calidad con valores propios, y en luchar contra la hegemonía cultural de géneros que naturalizan valores neoliberales en lo que podríamos llamar *Esfera Pública Popular* (Buonanno, 2002, Lamuedra, 2004 y O'Donnell, 2007)

## **2. ¿Quién sostiene a los medios públicos? La posible alianza entre medios públicos y ciudadanía**

Como es de sentido común, los medios de comunicación privados, especialmente las televisiones privadas y sus organizaciones –como son UTECA en España o la Asociación de Televisiones Comerciales Europeas (ACT) – no están interesados en la calidad y el mantenimiento de los canales públicos. Por ejemplo, UTECA muestra



abiertamente su intención de promover un proceso de privatización de las televisiones autonómicas y locales<sup>8</sup>.

Esto no sería grave en sí, pero las políticas de comunicación en Europa han adoptado muchas de las posiciones de los operadores privados y han dejado de potenciar el desarrollo y protección de los medios públicos como detentadores de un derecho fundamental, (Bustamante, 2008, p. 83; González Pascual, 2009: 22). Un ejemplo de ello puede ser el apoyo del gobierno español de José Luis Rodríguez Zapatero a la declaración de Junio 2010<sup>9</sup>, suscrita por las patronales de radio y televisión europeas y por la Federación de Asociaciones de la Prensa en España (FAPE), que el presidente español se compromete a trasladar a las instituciones europeas. En la línea de la citada declaración, las políticas europeas están tendiendo a contener y delimitar el espacio de la radiotelevisión pública. Se le exige no perjudicar a los operadores comerciales, y que de hacerlo, demuestre que los bienes sociales promovidos compensan el daño a la empresa privada (ver Donders y Pauwels, 2008, p. 307 o Mansell, 2012).

Los medios públicos en Europa se han sentido asediados (Brevini, 2010) por la competencia con los operadores privados que han ganado el favor de las instituciones europeas. En España el porcentaje de espacios televisivos ocupados por la radiotelevisión pública ha menguado a gran velocidad en los últimos años: todavía en 2004 el peso del sector público estatal medido en términos de frecuencias representaba el 50% de las frecuencias estatales en abierto; y tras varios cambios legislativos, al culminar el apagón tecnológico, ya sólo atesoraba un 20% de la oferta (Bustamante y Corredor, 2012, p. 73).

Y sin embargo, durante el periodo 2004-2011 puede decirse que la radiotelevisión pública española ha gozado de un paréntesis que ha supuesto un importante avance en varios ámbitos:

1. Desarrolló una arquitectura institucional, auspiciada por la Ley Audiovisual de 2006 orientada hacia la prestación de unos contenidos informativos de servicio público. De esta arquitectura destacaban cuatro elementos:
  - a) El nombramiento del presidente de RTVE requería del consenso de los dos grandes partidos.
  - b) El papel central de un Consejo de Administración profesional que incluía cierta pluralidad parlamentaria, y que se abrió hacia los sindicatos. Como sabemos, ambas mejoras han sido abolidas por el gobierno del PP en 2011.
  - c) El Estatuto de Informativos (2008), un autentico marco deontológico que ha de canalizar la actividad profesional diaria de los profesionales de TVE.
  - d) El Consejo de Informativos (2008), una entidad elegida por los profesionales de la entidad para vigilar el cumplimiento de Estatuto.
2. Han sido unos años –el único periodo de la historia de la radiotelevisión pública española– en la que los profesionales de la comunicación han sentido que

<sup>8</sup> Ver, por ejemplo, El País, 4 de marzo de 2011. Disponible en: [http://elpais.com/diario/2011/03/04/sociedad/1299193211\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2011/03/04/sociedad/1299193211_850215.html), consultado el 30/09/2012

<sup>9</sup> Disponible en la web de UTECA: <http://www.uteca.com/uteca/>, en el apartado documentos.

trabajaban con independencia gubernamental (ver Callejo, Lamuedra y Matilla, 2010; Madariaga, Lamuedra y Tucho, 2012) y en la que han empezado a pensar sobre otros retos, como el de acercarse más a la sociedad civil (Madariaga, Lamuedra y Tucho), aunque con resultados modestos.

3. Su apuesta por la ficción nacional de calidad ha sido otra referencia positiva para la industria audiovisual.

Por ello, estamos ante un periodo de referencia en la historia de la radiotelevisión pública, que como todos sabemos, ha finalizado. Sólo me referiré a algunos ejemplos que indican el fin de esta época:

- Mediante El Real Decreto de 20 de Abril de 2012 se permiten los nombramientos del Presidente y Consejeros de RTVE por mayoría simple gubernamental, se elimina a los representantes propuestos por los sindicatos y se determina la desprofesionalización y el control absoluto del Consejo de Administración por parte del ejecutivo. De este modo, el Partido Popular nombra a Leopoldo González Echenique como Presidente de RTVE, que a su vez designa como Director de Informativos a Julio Samoano, del equipo de Alfredo Urdaci durante el segundo mandato de José María Aznar (2000-2004) y proveniente de Telemadrid. Los trabajadores de RTVE, en referendum no vinculante, consideraron que el perfil de Julio Samoano no era adecuado para el puesto. Hemos de recordar que los informativos de TVE en el periodo en que Alfredo Urdaci era su director fueron condenados por la Audiencia Nacional por manipulación, en concreto por la cobertura de la huelga del 20J en el año 2002.

- Coincidiendo con los nuevos nombramientos se ha realizado una profunda renovación de programas y periodistas. Se ha desterrado a los conductores más críticos o con mayor audiencia. Algunos ejemplo son el de Juan Ramón Lucas de *En días como hoy* (RNE1) , Toni Garrido, de *Asuntos Propios* (RNE1), la periodista Ana Pastor de *Los Desayunos* (TVE1) o Xabier Fortes de *La Noche en 24 horas* (Canal 24 horas). Estos han sido sustituidos mayoritariamente por personas con un perfil menos críticos, afines al PP o del anterior equipo de Alfredo Urdaci. Además, los trabajadores denuncian que han impuesto comisarios políticos, distintos de los editores de los medios, una práctica que llevaba años sin producirse. La misma tendencia es visible en los tertulianos, por ejemplo, la destitución de Ignacio Escolar, director de eldiario.es, y la contratación de la esposa del Ministro Jose Ignacio Wert, Edurne Uriarte. La versión que la presidencia de RTVE defendió ante la Comisión de Control del Parlamento de octubre de 2012 sobre el profundo cambio esgrime que "la nueva etapa quiere contar con los profesionales de La Casa".

- También se han visualizado ya los primeros indicios claros del cambio "editorial" de los informativos en el tratamiento informativo de la afluente manifestación de La Diada en Cataluña y de la protesta del 25 de Septiembre, Rodea el Congreso. Según El Plural (26 de septiembre de 2012<sup>10</sup>), Moncloa ordenó que el canal 24 horas dejase de ofrecer imágenes en directo de las protestas y el canal obedeció de inmediato.

---

<sup>10</sup> <http://www.elplural.com/2012/09/26/moncloa-ordeno-que-el-canal-24-horas-dejara-de-informar-sobre-la-protesta-del-25-s/>



- El recorte del presupuesto de TVE en 204 millones de Euros en 2012, ha puesto en jaque a las grandes series de ficción de TVE, como *Águila roja*, *Cuéntame cómo pasó* o *Isabel* y las productoras de televisión españolas agrupadas en la asociación PATE temen que esto colapse el sector, dado que estiman que –al contar con menor competencia en calidad– las televisiones privadas invertirán menos en ficción nacional.

Hemos argumentado que las instituciones europeas tienden a proteger el interés de los operadores privados frente a los públicos, pero hemos de admitir que esto no ocurre así siempre en todas las ocasiones y en todas las batallas. De hecho, El pasado mes de abril de 2012 el Parlamento Europeo publicó una resolución solemne, aprobada por el Parlamento Europeo el 25 de Noviembre de 2010, que proclama el papel fundamental “de un sistema dual europeo realmente equilibrado en radio y televisión”. En esta decisión, basada en un texto anterior de la comisión de cultura y comunicación, y respaldada por una amplísima mayoría (522 votos a favor contra 22 votos, y 62 abstenciones), reafirma la necesidad de “un servicio público de radiodifusión independiente, fuerte y vivo, que se adapte a las demandas de la Era Digital” y señala la prioridad de los Estados Miembro de apoyar la independencia, las misiones y la financiación de este servicio público, y su compromiso con estos criterios europeos. Para ello recuerda el carácter imprescindible de una “financiación apropiada, proporcionada y estable”; recomienda que los directivos y consejeros sean nombrados “sobre la base de su competencia y conocimiento del sector de los medios de comunicación”, y que la supervisión sea realizada por “reguladores independientes”. Como Enrique Bustamante analizaba en el portal Teledetodos<sup>11</sup> el gobierno de España no sólo ha ignorado estas recomendaciones, sino que ha cargado contra ellas.

Por estos motivos, hemos de plantearnos quién lo va a sostener o recuperar la radiotelevisión público a corto y medio plazo. Dada la embestida neoliberal apoyada por los últimos gobiernos nacionales del PSOE en su legislatura 2008-2011 y del PP, desde finales de 2011 (ver Bustamante, 2012), tal vez el agente social más interesado en demandar la protección de los medios públicos y que éstos vuelvan a desarrollar su potencial de servicio público sea la sociedad civil (Lamuedra, 2012, p. 25).

La radiotelevisión pública y la ciudadanía se necesitan mutuamente, lo cual es lógico si consideramos la arquitectura del Estado del Bienestar, del que la primera es parte y del que la segunda es beneficiaria. Por una parte, la ciudadanía requiere unos medios de comunicación independientes del poder establecido que sean capaces de romper el círculo vicioso que implica que las voces de las élites sean las que conformen la dieta informativa y la agenda pública, y que en cambio, permite un espacio con el suficiente eco para que reverberen en toda la sociedad, voces, visiones y recetas que provengan de la propia sociedad civil (Callejo, 2012:193). Esto contribuiría a poner en funcionamiento un círculo virtuoso de dinamización social.

Pero para que la ciudadanía preste tal apoyo a los medios públicos, estimo, deben darse varias circunstancias antes:

---

<sup>11</sup> el 23n de julio de 2012, <http://www.teledetodos.com/component/k2/item/457-las-actuaciones-del-gobierno-rajoy-sobre-rtve>

1. Los ciudadanos deberían tener mayor educación mediática. Deberían ser conscientes del alcance del daño social producido por los déficits del sistema actual, con elevada concentración empresarial y comercialismo.

2. Deben creer que los medios públicos pueden subvertir o, al menos, limitar el grado de ese daño

3. Y para ello, deben haber experimentado el potencial positivo y distintivo de la radiotelevisión pública con respecto a la comercial.

No conozco estudios ni indicios que sostengan que los dos primeros pre-requisitos se estén dando en la actualidad o hayan existido en un pasado cercano. Sin embargo, sí existen indicios de que el tercer pre-requisito se ha cumplido en cierta medida (antes de 2012) sobre todo en cuanto a lo distintivo que resultaban los informativos de servicio público con respecto de los canales privados (García de Madariaga, Tucho y Lamuedra, 2012: 166-170). Al mismo tiempo, el barómetro del CIS de Mayo del año 2010 mostraba que TVE1 era la cadena preferida por los españoles, que es considerada como la que mejor atiende cuestiones sociales y que manifiesta mayor compromiso social. A su vez los encuestados estimaron que era la cadena que trataba la información de manera más neutral e imparcial.

En este sentido, el análisis de los grupos de discusión realizados como parte del I+D llevado a cabo por los profesores de la Universidad Rey Juan Carlos hacia 2009 matiza los resultados del barómetro. Indicaba que, en contraste con el discurso mantenido por los profesionales de RTVE, para los ciudadanos no era tan evidente que los informativos fuesen independientes. Espontáneamente no hablaban sobre ello, y sólo cuando el moderador les preguntaba reconocían cierto avance, aunque, al mismo tiempo en el imaginario de los telespectadores pervivía la tradicional asociación entre televisión pública y dependencia gubernamental (García de Madariaga, Lamuedra y Tucho, 2012: 158). Estos resultados confirman los de la investigación de la Universidad Carlos III de Madrid hacia 2007. (Callejo, Lamuedra y García Matilla: 2010: 125-172)

Y también resulta significativo que coincidiendo que la pérdida de independencia gubernamental los informativos de la 1 están dejando de ser líderes de audiencia, posición que deja a Telecinco<sup>12</sup>.

Hace pocos meses defendía en un capítulo introductorio de un libro coordinado sobre el futuro de los medios públicos que RTVE debía establecer una necesaria alianza con la ciudadanía, no sólo porque esa era su función social natural, sino por una cuestión estratégica en la que varios operadores europeos están incurriendo como forma de sostén (Lowe, 2010). Escribía:

*"El actual contexto económico ofrece innumerables ocasiones para que TVE se distinga de otras cadenas e inicie una historia de resistencia a las presiones gubernamentales y de poderes económicos, a los que los ciudadanos puedan referirse sin dificultad, como ocurría en las conversaciones con receptores de informativos de la BBC" (Lamuedra, 2012bis: 27)*

---

<sup>12</sup> Según Kantar Media, para Barlovento Comunicación, en Septiembre de 2012 pierde el liderazgo tras 5 años de hegemonía por una sola décima y ante Telecinco.

En estos momentos este giro hacia la sociedad civil y de resistencia ante presiones gubernamentales se torna improbable, y por ello, la siguiente pregunta relevante podría ser ¿qué agentes sociales deben y pueden contribuir a lograr estos tres condicionantes para que la población demande activamente unos medios públicos realmente ciudadanos? Al menos, existen tres que podrían prestar considerable cobijo y/o que ya lo están haciendo en cierta medida.

1) El periodismo profesional podría ser uno de estos agentes, dado que además de su enorme potencialidad pedagógica hacia el público, también necesita aliados para hacer entender a la sociedad el rol fundamental que la dignidad de los periodistas y sus condiciones laborales desempeña en la democracia. El periodismo profesional, además, se beneficia de la referencia positiva de TVE en el ámbito deontológico y laboral. En este sentido se han pronunciado los sindicatos de periodistas, reunidos junto con otras organizaciones en el Foro de Organizaciones de Periodistas- que también apoya una radiotelevisión pública fuerte. También resulta reseñable que en los últimos tiempos, medios públicos y privados han trabajado conjuntamente en la campaña contra las ruedas de prensa sin preguntas (#sinpreguntanohaycobertura). Además, la profesión periodística apoyó unánimemente al Consejo de Informativos de TVE, cuando el Consejo de Administración de la corporación quiso otorgarse el derecho de acceder al programa de edición INEWS durante el proceso de escritura de las noticias (Lakidain y Patterson 2012: 116-117).

2) El segundo agente podría ser el conformado por aquellas asociaciones y colectivos que ya hoy en día han demostrado ser más sensibles a la necesidad de una radiotelevisión pública, como la Asociación de Usuarios de la Comunicación, AUC, o la Confederación Española de Organizaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios, CEACCU. Entre las actividades de AUC se encuentran recibir y procesar reclamaciones de usuarios, elaborar estudios, informes y documentos y denunciar abusos ante la Administración o los tribunales cuando lo estima necesario. Por su parte, CEACCU tiene un área dedicada a medios de comunicación y su actividad reciente más destacada ha sido la elaboración de un informe que evidencia el incumplimiento del código de autorregulación del horario de protección infantil de las cadenas de televisión en el año 2009. Sería deseable que otros grupos sociales se sumasen a este convencimiento, como la plataforma de asociaciones y ciudadanos Democracia Real Ya, que ha denunciado en la calle, en los mismos carteles de la manifestación convocada el 15 de Mayo de 2011, que "los medios nos engañan".

3) Los estudiosos de la comunicación, como colectivo, también podemos y debemos desempeñar una función ante este reto. Debemos actuar con responsabilidad social y contribuir mediante el análisis y la crítica a la prevención y solución de los problemas sociales en su ámbito de conocimiento, en línea con el espíritu de la Declaración Mundial de la Educación Superior de la UNESCO de 1998 (ver Manzano-Arrondo, 2011: 170-174). Como sugiere el estudio comparativo emprendido por Luchino Sívori (2012) el potencial participativo de este colectivo en España aún tiene posibilidades de desarrollo no exploradas, si se analiza comparativamente con el impacto en políticas de comunicación de sus homólogos en Finlandia. En España existen asociaciones académicas como La asociación Española en Investigación en Comunicación (AE-IC),

ULEPIC, asociaciones de Edu-Comunicadores como AIRE Comunicación, o El Grupo Comunicar o incluso, la Asociación Española de Universidades con titulaciones de Información y Comunicación, ATIC<sup>13</sup> que han mostrado preocupación y compromiso con la radiotelevisión pública mediante comunicados y declaraciones públicas, y que podrían adoptar un rol aún más activo.

Como novedad, ante la difícil situación de los medios públicos en España se está gestando una asociación de estudiosos de los medios públicos y profesionales de RTVE. Se llamará Teledetodos, dado que parte del portal web, que se transforma en asociación. Los objetivos que constan en su acta fundacional son los siguientes:

1. Vertebrar una voz social relevante que aporte y genere conocimiento sobre el derecho, la necesidad, y la importancia de una comunicación de servicio público para una sociedad democrática.
2. Establecer una política de cooperación con asociaciones internacionales de investigación en el campo de la comunicación audiovisual.
3. Promover el conocimiento científico en comunicación entre la sociedad civil a través de los grupos, congresos y las actividades promovidas por la entidad.
4. Contribuir a la enseñanza, la educación y la investigación en el campo de la comunicación audiovisual y de sus servicios interactivos.
5. Servir de plataforma a la difusión de investigaciones o publicaciones mediante la creación de un consejo editorial formado por expertos en comunicación audiovisual que merite y aporte valor académico y/profesional a los autores de dichas obras.
6. Contribuir a la investigación y el desarrollo de nuevos servicios y formatos de servicio público para la Era Digital.
7. Impulsar y promover el derecho de acceso y difundir el periodismo social mediante la realización de contenidos orientados al periodismo participativo y al servicio de la ciudadanía.
8. Difundir estudios de investigación, guías y manuales de estilo, informes y, en general, publicaciones o informaciones relacionadas que fomenten la excelencia en el campo de la comunicación y preserven los principios básicos de independencia, objetividad, pluralismo y diversidad.

La necesaria implicación de la Universidad Pública en los retos a los que se enfrentan los medios públicos tiene unos fundamentos de calado aún más hondo y requiere de una perspectiva amplia sobre el propio devenir de la institución universitaria.

### **3. El rol de la Universidad Pública: ¿La universidad como medio público?**

Antes describíamos cómo en la última década los medios públicos han perdido notable presencia en el espectro mediático ante las cadenas comerciales. Algo similar está

---

<sup>13</sup> AE-IC, ULEPICC y ATIC han publicado recientes declaraciones de apoyo a la radiotelevisión pública. Pueden consultarse respectivamente en Teledetodos.com y en [www.ulepicc.es](http://www.ulepicc.es). Asociaciones como el Grupo Comunicar han organizado congresos en los que se ha prestado atención a la radiotelevisión pública y se ha fomentado el encuentro entre profesionales, académicos y organizaciones de consumidores.

empezando a ocurrir respecto de la Universidad Pública. El Real Decreto-Ley 14/2012 *de medidas urgentes de racionalización del gasto público en el ámbito educativo*, impulsado por el gobierno de España en abril de 2012, ahonda drásticamente en la línea en la que ya incidía la Reforma de la educación Superior conocida como "Plan Bolonia":

1) Los estudiantes se enfrentan a un aumento del 60% de las tasas universitarias, lo cual propicia la exclusión del alumnado con menos recursos económicos, acercando así el coste de las matriculas de las universidades públicas a la de las privadas.

2) El profesorado sufre un incremento de la carga docente, dependiendo de los sexenios reconocidos en investigación, que acarreará un descenso en la calidad de la enseñanza y en la actividad investigadora, un aumento de despidos y la obstaculización de hacer carrera académica para los jóvenes investigadores.

3) En este escenario precarizado, la empresa privada tiene la capacidad de orientar las investigaciones mediante acciones de mecenazgo e incluso influir en la contratación de personal según sus propios intereses.

Todo ello está propiciando que las universidades privadas conquisten espacio a las universidades públicas, algo que ya viene ocurriendo en los últimos años. Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) de julio de 2012, en la enseñanza privada universitaria, integrada tanto por universidades privadas como por centros privados adscritos a universidades públicas, ha aumentado el número de alumnos un 34% respecto al curso 2004/2005.

Y todo esto sucede a pesar de que el sistema de educación superior público estaba cosechando méritos considerables, según la Conferencia de Rectores de Universidades Españolas (CRUE). En investigación, entre 1997 y 2007, la producción científica española creció un 80%, hasta constituir el 3,4 % de la producción científica mundial. Resulta significativo que dos terceras partes de este porcentaje se realizase en las universidades públicas. Tal esfuerzo ha convertido a España en la novena potencia científica, y en la octava en publicaciones por habitante, con resultados similares a Japón.

En este escenario, en el que se percibe una decidida apuesta por reducir el espacio de lo público resulta más necesario que nunca, que todas las instituciones con una misión de servicio público intenten mantenerse firmes, brindarse apoyo mutuo o ofrecer a la ciudadanía los servicios y la colaboración que los configuran como públicos. Con este espíritu, quisiera presentarles un proyecto universitario que estoy promoviendo en la Universidad de Sevilla, y que se trata de una Agencia de Prensa y Universitaria y Social: UNIPRESS

La Agencia de Prensa Universitaria y Social UNIPRESS especializada en temas sociales, es un instrumento que, a medio plazo y de forma estructural, cuenta con la potencialidad de contribuir a superar los tres retos más acuciantes de la Universidad Pública, del sector de la comunicación mediada, de la docencia universitaria en comunicación y de la conexión entre Universidad y sociedad ante el cuestionamiento de Estado del Bienestar y de sus instituciones sociales, que abordo a continuación:

### **Reto 1) Déficit de voces de la sociedad civil en la Esfera Pública**

El mencionado artículo 2 de la Declaración Mundial de la Educación Superior de la UNESCO, de noviembre de 1997 indica que la comunidad universitaria debe atender a "las nuevas tendencias sociales, económicas, culturales y políticas, desempeñando de esta manera funciones de centro de previsión, alerta y prevención" y "utilizar su capacidad intelectual y prestigio moral para defender y difundir activamente valores universalmente aceptados, y en particular la paz, la igualdad y la solidaridad, tal y como han quedado consagrados en la Constitución de la UNESCO". Al mismo tiempo, se considera que la Universidad ha de "aportar su contribución a la definición y tratamiento de los problemas que afectan al bienestar de las comunidades, las naciones y la sociedad mundial".

Hay datos contrastados de que la crisis deontológica, la precariedad laboral y juventud de las plantillas en las redacciones periodísticas implican:

- Un elevado impacto mediático y periodístico de los materiales informativos elaborados por los Gabinetes de Prensa de empresas e instituciones, enfocados según los intereses de la empresa en cuestión.
- Sobrerrepresentación de voces de las élites gubernamentales y empresariales en la dieta informativa que ofrecen los medios de comunicación (Manning, 2001).
- Déficit en la Esfera Pública de voces de la sociedad civil (Informe Aideka, 2004; Jerez et al, 2009; Martínez Nicolás, 2010).
- Todo ello instaura una lógica periodística en las rutinas diarias de las redacciones, en la que los periodistas "aprenden" a no prestar atención a movimientos, agentes sociales si no son capaces de organizar su mensaje informativo y hacerlo llegar con cierto umbral de calidad en los formatos usuales: comunicado de prensa, organización de evento o rueda de prensa.

Todos estos factores ocasionan graves perjuicios a la dieta informativa que a medio/largo plazo contribuye decisivamente a configurar los esquemas cognitivos desde los que los ciudadanos interpretamos la realidad social, y los nuevos acontecimientos. Esto es especialmente acuciante en el actual escenario de crisis, que está limitando derechos y prestaciones sociales. La dieta informativa tiende a nutrirse de informaciones que ya están en las noticias y con las que el público está familiarizado (ver, por ejemplo, Harcup y O'Neill, 2001). Por ello, la tendencia a la exclusión de cuestiones sociales tiende a convertirse en estructural. De este modo, la mencionada lógica termina afectando también a instituciones sociales con gabinetes de prensa (como la Universidad), pero cuya actividad queda fuera del círculo concéntrico más privilegiado de contenidos noticiosos, actualmente relacionados con la política y la economía.

La Universidad Pública en general y las Facultades de Comunicación en particular deben orientar su capacidad crítica, su ejercicio investigador y docente para corregir esta doble tendencia a la exclusión social y a la exclusión de la sociedad de la realidad mediática.



## **Reto 2) El abuso de las prácticas formativas en empresas periodísticas**

La Universidad pública debe asumir su responsabilidad en la formación de profesionales del periodismo, y especialmente ofrecer una referencia positiva y deontológica sobre cómo deben ser las primeras prácticas laborales. Según el Observatorio de la Crisis de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE) desde 2008 se han perdido 5.000 empleos, un porcentaje significativo de los empleos totales en el sector y en este contexto continúa el abuso de la figura del becario universitario, que debería estar en proceso de formación bajo la supervisión de un profesional, para que realice la tarea de un licenciado con contrato contribuyen a la elevada precariedad profesional, actualmente una disfunción generalizada del mercado de trabajo( Informe de la Profesión Periodística, 2010:17). Y en este contexto se ahonda también en la crisis deontológica de la profesión periodística, algo reconocido por los propios encuestados para El Informe sobre la Profesión Periodística de 2010, y a menudo, los periodistas jóvenes en estas primeras prácticas periodísticas preocupantes legitiman la práctica de "cortar y pegar" de notas de prensa sin contrastar (Lamuedra, 2006).

Todos estos factores dificultan que el periodismo cumpla con el artículo 20.1 de la Constitución Española, que indica que los españoles tenemos derecho a recibir una información veraz. La jurisprudencia en el área implica que tal veracidad se traduce en el deber y diligencia del periodista de contrastar adecuadamente las informaciones. Según el Informe de la Profesión Periodística de 2010 (FAPE) el 85% de los periodistas encuestados reconocen que no contrastan la información lo suficiente.

La Universidad y las Facultades de Comunicación deben contribuir a la salud del periodismo y evitar ser cómplices del círculo vicioso descrito. En este sentido agencia de prensa que se propone tendrá como objetivos:

- Establecer una referencia deontológica clara sobre las condiciones mínimas que requiere una práctica periodística de calidad que ofrezca a los ciudadanos una información veraz. Para ello, adoptará un estricto código deontológico, un sistema de participación interna de trabajadores (Consejo de Informativos, en inspiración de los Consejos de Informativos de RTVE) y uno de transparencia y rendición de cuentas con el público.
- Orientar la docencia en periodismo hacia esa práctica deontológica, incidiendo en la necesidad de combinar teoría y práctica

## **Reto 3) Aumentar la presencia estructural de la Universidad Pública en los medios de comunicación**

La propia Universidad Pública como institución el Estado del Bienestar en momentos de crisis del sistema también encuentra dificultades para defender sus posiciones en la Esfera Pública y hacer llegar a la sociedad los resultados de su actividad. Un estudio reciente sobre la imagen de la Universidad Pública en Canal Sur (Olmo y Navarro, en proceso de publicación en la revista IC, Revista Científica de Información y Comunicación) señalaba que existe un potencial no aprovechado por la Universidad de

socializar el conocimiento producido mediante los medios de comunicación y que se está desechando la posible sinergia existente entre Universidad Pública y los medios de comunicación públicos. La escasa cobertura periodística del comunicado de la CRUE del 17 de abril<sup>14</sup> que contradecía el diagnóstico del Ministro de Educación, José Ignacio Wert sobre el escaso rendimiento investigador del profesorado ilustra el problema. Sólo ABC y El Mundo- aunque dentro del suplemento dedicado a la Universidad- se hicieron eco de la versión del Consejo<sup>15</sup>, aunque dedicaron más espacio a la visión del gobierno.

Por esta razón la Agencia de Prensa Universitaria tiene entre sus objetivos:

- Contribuir a socializar el conocimiento académico generado hacia el público general. De este modo desea corregir la excesiva especialización del ámbito académico y científico, que suele canalizarse mediante revistas especializadas en las que se usa un lenguaje muy técnico y poco accesible al público general. Esto genera una brecha entre el conocimiento académico atesorado por la comunidad científica y aquel disponible para la sociedad en los medios de comunicación masivos.
- De este modo, la Agencia de Prensa Universitaria desea cosechar mayor implicación social de la Universidad, y mayor apoyo de la sociedad hacia la Institución en un momento histórico en el que tal apoyo es fundamental para la pervivencia de un modelo social de Universidad Pública, más conectado con parámetros de igualdad y cohesión social, que del eje competitividad y coste-beneficio (económico).

Así, la Universidad se convertiría en un medio de comunicación de servicio público, y podría actuar como la referencia que deja vacía la actual situación de dependencia gubernamental sufrida por la radiotelevisión pública. En este sentido actuaría con lealtad institucional y contribuiría a desarrollar el marco deontológico ya construido por RTVE en el periodo 2004-2011, y a potenciar el consenso periodístico y social sobre esa referencia profesional.

#### 4. Conclusiones

El presente trabajo ha argumentado que los medios que ofrecen un verdadero servicio público tienen un rol vital en el desarrollo de una cultura democrática. En primer lugar, por su capacidad de actuar como marco de referencia a partir del cual se configura el resto del sistema de medios, lo cual es aplicable a los otros dos argumentos:

- Su contribución, en este sentido, a una dieta informativa que potencie la conexión pública de los ciudadanos
- La producción de entretenimiento con un *ethos* de servicio público que desarrolle valores culturales y sociales propios y compartidos, y que de este

---

<sup>14</sup> disponible en:

[http://www.crue.org/opencms/opencms/handle404?exporturi=/export/sites/Crue/prensa/Gabinetes\\_Comunicacion/Comunic/2012.04.17ComunicadoPreocupacionRectores.pdf&%5d](http://www.crue.org/opencms/opencms/handle404?exporturi=/export/sites/Crue/prensa/Gabinetes_Comunicacion/Comunic/2012.04.17ComunicadoPreocupacionRectores.pdf&%5d)

<sup>15</sup> ABC, 19/04/2012: " Tasas, títulos y horas de investigación centrarán el ahorro en universidades: Los rectores contradicen el diagnóstico demoledor del Ministerio de Educación sobre la enseñanza superior" y El MUNDO, 18/04/2012: " Los rectores responden a las críticas del Ministro", es un despiece que ocupa algo menos de un 25% del reportaje titulado "Los alumnos pagarán 1.800 euros por curso".

modo minimice el impacto de valores ajenos y neoliberales. El comercialismo televisivo no sólo es criticable porque ofrezca menos calidad o elevación cultural, sino porque legitima una lógica cultural y social en la que lo que prepondera socialmente es “lo que vende”, lo económico. Es un elemento colonizador del imaginario social, que favorece una hegemonía social y cultural con parámetros economicistas.

Por estas razones –entre otras– y ante el creciente cariz neoliberal de las políticas de la comunicación europeas, he defendido en varios trabajos la necesidad de que los medios públicos en España aprovechasen el momento histórico que estaban viviendo y se acercasen mucho más a la ciudadanía, para servirla, pero también para ganar su complicidad y ampararse en su reconocimiento, legitimidad y apoyo. El periodo 2004-2011 ha significado un salto evolutivo en este sentido, aunque no parece que la proyección social de ese cambio haya sido lo suficientemente contundente como para lograr un elevado consenso en la ciudadanía de que le merece la pena luchar por una radiotelevisión de servicio público, especialmente en un momento en que tantos servicios públicos esenciales están siendo limitados.

Hoy por hoy, la abrupta transformación sufrida por TVE en los últimos meses, indica que un proceso en el que RTVE se acerque mejor a los retos de la ciudadanía y haga visible su pugna por mantener su independencia es poco probable. Aunque ninguna muestra de resistencia y contestación hacia la actual dependencia gubernamental debe ser subestimada, el actual equilibrio de fuerzas no permite ser excesivamente optimista sobre los efectos sociales de eventuales actos de resistencia en el presente contexto de contención y reducción de suelo público. Por esta razón, es fundamental que diferentes sectores sociales sumemos fuerzas, especialmente a aquellos ligados al ethos del Estado social o del Bienestar como es la Universidad Pública.

La Universidad Pública, como institución social capaz de generar referencias, debe reflexionar antes de que sea demasiado tarde sobre el proceso de contención sufrido por los medios públicos, y crear espacios que comparta con la sociedad civil y con otras instituciones de cariz social, desde los que construir un nuevo futuro. Debe replantearse su rol, más allá del marco economicista que se impone, y recuperar su espíritu humanístico. Sólo ejerciendo su función más social cosechará el apoyo ciudadano necesario para asegurar su futuro. Sólo en un marco social general basado en la justicia y cohesión social y en el Bien Común cobra sentido la existencia de una Universidad Pública, y también de unos medios públicos. Como institución pública debe crear espacios –que de forma estructural y sostenida en el tiempo– haga posible la vertebración social de nuevos escenarios y planteamientos, y su difusión en la Esfera Pública –que en el contexto de globalización actual– debe ser cada vez también más europea y más internacional. Un posible cauce para ello podría ser el mencionado proyecto de Agencia de Prensa Universitaria y Social.

## Referencias

- Ang, Ien (1985) *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London: Methuen.
- Buonanno, M. (2002) *Le formule del racconto televisivo: la sovversione del tempo nelle narrative seriali*, Sansoni, Milan.
- Brevini, Benedetta (2010). "Under siege by commercial interests? BBC and DR Online between the national and European policy frameworks". *Interaction. Studies in Communication and Culture*: 203-215.
- Bustamante, Enrique (2008). "Amenazas y posibilidades del sistema audiovisual europeo en la era digital". *Cuadernos de Información*, 23 (II): 82-95.
- Bustamante, E. y Corredor, P. (2012) "La política audiovisual de los gobiernos de Zapatero: balance de la segunda legislatura", en Lamuedra, M. (coord.): *El futuro de la radiotelevisión pública: la necesaria alianza con la ciudadanía*. Madrid, Editorial Popular.
- Callejo Gallego, Javier (2012). *El acceso de la sociedad al sistema de comunicación mediada*. En Lamuedra, M. (coord.): *El futuro de la radiotelevisión pública: la necesaria alianza con la ciudadanía*. Madrid, Editorial Popular.
- Callejo, Javier, María Lamuedra y Agustín G. Matilla (2010). "El agujero negro en el sistema español de comunicación mediado: el servicio público". Retis, Jessica, María Lamuedra y Agustín G. Matilla. *Los informativos diarios en BBC y TVE*. Madrid: Ediciones de la Torre, 2010. 125-172.
- Castelló, Enric (2010) 'Dramatizing proximity: Cultural and social discourses in soap operas from production to reception'. *European Journal of Cultural Studies*, 12(2): 207-223.
- Couldry, Nick, Sonia Livingstone and Tim Markham (2010) *Media Consumption and Public Engagement. Beyond the Presumption of Attention*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Cubells, Mariola (2003) *Mírame tonto: las mentiras impunes de la tele*. Barcelona: Ediciones Robinbook.
- Curran, J.Salovaara-Moring, I., Cohen S. y Lyengar, S.(2012) "Sucesos, noticias internacionales y hard news: una comparativa transnacional de la cobertura informativa y la percepción pública" en Lamuedra, M. (coord.): *El futuro de la radiotelevisión pública: la necesaria alianza con la ciudadanía*. Madrid, Editorial Popular.
- Donders, Karen and Caroline Pauwels (2008). "Does EU Policy Challenge the Digital Future of Public Service Broadcasting?: An Analysis of the Commission's State Aid Approach to Digitization and the Public Service Remit of Public Broadcasting

- Organizations". *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14 (3):295-311.
- Eco, Umberto (1985) 'L'innovazione nel seriale', in Umberto Eco, *Sugli specchi e altri saggi*, pp. 125-46. Milan: Bompiani.
- Giomi, (2005) 'It has to mean something...' Reading the success of the Italian Soap Opera *Vivere*'. *European Journal of Cultural Studies*, 8(4): 465-481.
- García de Madariaga, Jose; Lamuedra; María y Tucho, Fernando (2012) "Pluralismo, independencia y ciudadanía: La perspectiva de profesionales y receptores sobre los informativos de TVE", en Lamuedra, M. (coord.): *El futuro de la radiotelevisión pública: la necesaria alianza con la ciudadanía*. Madrid, Editorial Popular.
- González Pascual, Alberto (2009). *La desconstrucción del servicio público de televisión: hacia una política de innovación en las nuevas plataformas digitales*. Madrid: Fundación Alternativas.
- Harcup y O'Neill (2001): *What is news, Harcup and O'Neill revisited*. *Journalism Studies*, vol.2
- Informe de la Profesión Periodística (2010). Federación de Asociaciones de Prensa de España (FAPE)
- Informe Aideka (2004) Estudio comparativo de los informativos de TVE, Antena 3 y Telecinco. Disponible en: [www.aideka.tv](http://www.aideka.tv)
- Jerez, A., Sampedro Blanco, V. y Baer, A. (2000) *Medios de comunicación, consumo informativo y actitudes políticas en España*. Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), Madrid.
- Lamuedra, María (2004) *Readers, Storyworlds and the Popular Public Sphere: A comparative Analysis of Women's magazines in Spain and the UK*. PhD Thesis. Glasgow Caledonian University. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=22547>
- Lamuedra, 2006: *Estudiantes de Periodismo, prácticas profesionales y el reto del aprendizaje*. *Revista Comunicar*, Huelva.
- Lamuedra, María (2007) 'Aristócratas, meritócratas y famosillos': *Cómo participan lectores y televidentes en las historias de famosos*. Madrid: Ediciones de la Torre. Lamuedra, M. (2008) "Estudiantes de Periodismo y Prácticas Profesionales: el reto del aprendizaje", *Comunicar*, número 28, 2007. Huelva, España, pp 203-211.
- Lamuedra Graván, María (2012) "Percepción de la realidad mediática y deontología periodística: hacia un periodismo participativo acorde con una Democracia Deliberativa", *Observatorio (OBS\*) Journal*, vol.6 - nº1 (2012), 183-209
- Lamuedra Graván, M. (2012). *El futuro de la Televisión Pública en España, la necesaria alianza con la ciudadanía*. En Lamuedra Graván, M. (coord): *El futuro de la*

- Televisión Pública en España, la necesaria alianza con la ciudadanía. Madrid: Editorial Popular.
- Lakidain, Roberto y Patterson, José Ramón (2012). Consejo de informativos de TVE. Gestación y primeros años de historia. En Lamuedra Graván, M. (coord): El futuro de la Televisión Pública en España, la necesaria alianza con la ciudadanía. Madrid: Editorial Popular.
- Langer, J. (1998). Tabloid television: Popular journalism and the "other" news. London, Routledge.
- Livingstone, Sonia M. and T. Liebes (1998) 'European Soap operas: The Diversification of a Genre'. *European Journal of Communication*, 13(2):147-80.
- Manning, P. (2001) *News and news Sources: a critical introduction*. Londres, Sage
- Medina, Mercedes (2007) Explotación económica de las series familiares de televisión. *Comunicación y Sociedad*, vol xx, num.1, pags 51-85.
- Manzano-Arrondo, Vicente (2012) *La universidad comprometida*. Hipatia Editorial. Barcelona.
- Martínez Nicolás, M.: "Información Televisiva y Servicio Público en España.-Contenidos, audiencias y periodistas". *Comunicación y Desarrollo en la era Digital*. Congreso internacional de AE-IC, Málaga, 2010. 3 de febrero de 2010.
- McChesney, Robert W. (2004). *The problem of media. U.S. Vommunication politics en the 21st century*. New Cork: Monthly Review Press.
- Mansell, Robin (2012) Policy bias and the European audiovisual media industry. In: Jarren, O. and Künzler, M. and Puppis, M., (eds.) *Media Structure and media performance: current research and new perspectives*. Austrian Academy of Sciences (Österreichische Akademie der Wissenschaften), Vienna, Austria. (In Press). Available at: <http://eprints.lse.ac.uk/35794/>
- Molina Cañabate, Juan Pedro; Lara Padilla, Tiscar y Lamuedra Graván, María (2009) Amar en Tiempos Revueltos, métodos de trabajo y razones de un éxito. *Razón y Palabra*, n 70, p 1-13.
- O'Donnell, Hugh (2007) *Noticias y Ciudadanía: El telespectador, el poder y el debate público*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Palacio, Manuel (2006) *Cincuenta años de la televisión en España. Tendencias*. Disponible en: <http://www.asociacionplazadelcastillo.org/Textosweb/pdfs/21.pdf>
- Rueda Laffond, José Carlos (2009). ¿Reescribiendo la historia?: una panorámica de la ficción televisiva reciente. *ALPHA* num 29, pp.85-104.
- Sivori Liszewski, Luchino (2012). Input académico. Los académicos y la agenda mediática. En Lamuedra Graván, M. (coord): *El futuro de la Televisión Pública en España, la necesaria alianza con la ciudadanía*. Madrid: Editorial Popular.



Zallo, R. (2010). “La política de Comunicación Audiovisual del gobierno socialista (2004-2009) Un giro neoliberal”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65: 14-29.