



Propuesta de reforma en los textos políticos

Los partidos verdes ante los medios de comunicación

MICHAEL J. BARKER

Los partidos políticos obtienen su legitimidad mediante el apoyo público continuado, que se amplía mediante su presencia central en la esfera pública. Al contrario, visiones políticas particulares que son marginadas regularmente de los medios, como los temas medioambientales, debilitan la credibilidad de los partidos que las defienden, caso de los verdes. Algunos académicos sugieren que el sistema comercial de los medios actual es en sí mismo una de las mayores barreras contra la creciente influencia de las organizaciones de servicio cívicas, cuyos objetivos básicos son la creación de una economía global más igualitaria y ecológicamente sostenible.

Palabras clave: Sistema de medios, política, espacio público, participación, Partido Verde, reforma del sistema

LOS MODELOS PARTICIPATIVOS Y DELIBERATIVOS de democracia favorecidos por los verdes dependen, en gran medida, de una esfera pública saludable para que se mantengan los flujos de información abiertos. Por tanto, si se pretende que la sociedad haga una transición a un paradigma democrático participativo, deberán cambiar los actuales sistemas de medios. Un sistema de medios de comunicación alternativo debería tener por objetivo catalizar y apoyar el desarrollo de una esfera pública más vibrante, dando un mayor peso al logro del consenso y deliberación públicos. Este cambio requerirá la inversión de las tendencias actuales de los medios y de la política, donde la deliberación y participación están perdiendo cada vez más su relevancia en las sociedades democráticas liberales modernas. Los documentos de los partidos verdes reconocen frecuentemente el poder de los medios para minar la expansión de formas participativas de democracia, y queda la cuestión de cómo se puede traducir esta retórica en objetivos políticos sólidos. Este artículo pretende responder a esta pregunta mediante el análisis de los contenidos de artículos de política verde de varios países, para determinar su compromiso respecto a la reforma de los medios.

MICHAEL J BARKER participa en el programa de Investigación Urbana de la Griffith School de Medioambiente, Griffith University, Australia.





MICHAEL J. BARKER

El papel de los medios

Los medios de comunicación de masas son una fuente extremadamente valiosa para todos los actores políticos que los usan para obtener y mantener legitimidad a través de su presencia central en la esfera pública (Mecer 2002: 71). Al contrario, las visiones políticas particulares que son marginadas regularmente en los medios (como los temas medioambientales), debilitan la credibilidad de los partidos que las defienden (como son los verdes). Políticos verdes de todo el mundo critican el ambiente socioeconómico y político actual y reconocen que son necesarias formas de democracia más participativas (Pateman 1970) y deliberativas (Habermas 1989), para mantener la responsabilidad política y empresarial. Estos ideales democráticos conciben una esfera pública saludable con unos medios de comunicación que funcionan democráticamente, permitiendo a los ciudadanos participar activamente en sus sociedades para determinar los objetivos colectivos. Esta visión participativa está muy alejada de nuestros actuales sistemas de medios dominados por las empresas (Alterman 2003; Edwards y Cromwell 2006), que prosperan dentro de un entorno neoliberal que promueve la desregularización y una propiedad de los medios cada vez más concentrada (McChesney 1999). Nuestros sistemas de medios se están volviendo más *exclusivos* en vez de *inclusivos*, promoviendo un fenómeno al que se refirió Aeron Davis (2002) como *democracia de relaciones públicas*, que excluye la mayoría de los ciudadanos del mundo de los discursos políticos en esferas de comunicación elitistas privadas y en los medios de comunicación (Davis 2003: 684).

Esto tiene importantes implicaciones para los grupos políticos que retan el status quo de cualquier país. Incluso, el movimiento obrero —el de mayor arraigo y tradición y con los mejores recursos antes de los años 80 del pasado siglo—, ha sido tratado con hostilidad por los medios de forma consistente (por ejemplo, para Gran Bretaña véase Philo y GUMG 1982), donde se equiparan los valores conservadores con el sentido común y se identifican los aumentos salariales como la primera causa de los problemas económicos. Investigaciones recientes muestran cómo aún hoy el movimiento obrero se describe de forma engañosa en los medios, a pesar de su fuerza económica, de la aplicación de técnicas de relaciones públicas profesionales y de los ideales democráticos (Martin 2004). Por tanto, no es sorprendente que los candidatos electorales y partidos verdes sean marginados regularmente de los medios principales, algo que se acentúa durante las campañas electorales. Se han producido algunas mejoras en la cobertura de los medios de los temas verdes en las décadas más recientes, pero se mantiene la cuestión: ¿qué beneficio tiene esta cobertura mediática para la agenda política de los verdes? Por tanto, este artículo examinará inicialmente la relación de los verdes con los medios de comunicación, para conocer luego, de forma más detallada, las respuestas políticas de los partidos verdes a la reforma de los medios en Australia, Canadá, Reino Unido y Estados Unidos, y determinar si sus políticas son las adecuadas para promocionar una agenda verde y una democracia participativa.

¿Cobertura más verde en los medios?

La visibilidad mediática de las organizaciones verdes es complicada, porque, a pesar de lo profesionalizadas que estén sus prácticas de relaciones públicas, deben competir con intereses que son distintos a los suyos y cuentan con mejores recursos. Esto ocurre también cuando organizaciones verdaderamente

verdes se encuentran compitiendo al lado de movimientos social-corporativos, creados por intereses mercantiles, favorecidos por los medios, como los grupos *astro turf* (Beder 2000: 32). Incluso Greenpeace, conocido por sus buenas relaciones con los medios, a pesar de llevar años en el empeño ha sido incapaz, durante largo tiempo, de lograr que el tema de la ingeniería genética alcanzase la agenda pública para ser debatido (Anderson 1993). La activista de Greenpeace Sue Mayer recuerda que los medios británicos “eran extremadamente reacios a ver más allá de la euforia de las empresas y de los científicos [respecto a la ingeniería genética] hasta que fueron forzados a hacerlo” (en Cromwell 2001: 81). Asimismo, a pesar de vibrantes campañas de base, el debate sobre el rápido crecimiento del uso de nanotecnología y bioingeniería está prácticamente excluido de los medios de masas (McIlwaine y Nguyen 2005; White 1998). Mientras tanto, los medios comentan regularmente los méritos del “consumismo verde”, al igual que el *wise-use* (uso responsable) financiado por las empresas en Estados Unidos (véase www.sourcewatch.org), que sitúa el problema del cambio medioambiental en el individuo y no tanto en quienes lo provocan, es decir, en la industria.

Duplicidades ideológicas como las referidas significan que las organizaciones mediáticas pueden seleccionar cuidadosamente los temas/movimientos medioambientales que mejor se adaptan a sus demandas de validez informativa (Barker 2007). Esto anima a los movimientos medioambientales a hacer concesiones respecto a sus causas para hacerse más atractivos a los medios (Cracknell 1993: 19; Davis 2002: 181) y a que interioricen los valores de los medios para maximizar su visibilidad. Sin embargo, incluso cuando se realizan compromisos para obtener una cobertura mediática favorable, la habilidad de los grupos verdes para controlar cómo se enmarcan sus historias es cuestionable. Por ejemplo, Greenpeace puede haber tenido éxito para llamar la atención pública sobre la forma problemática en que se deshicieron de la plataforma petrolífera Brent Spar en 1995, pero, según Hansen (2000: 71), no fueron capaces de llevar los asuntos temáticos generales del desmantelamiento de las plataformas petrolíferas y la contaminación marina a la esfera pública. Por tanto, un enfoque tan centrado en los medios sólo sirve para fragmentar y aislar acciones de éxito entre sí, animando a que se produzca una cobertura mediática de episodios en vez de una secuencia temática (Bennett 1988: 24).

Los movimientos medioambientales pueden mejorar su visibilidad en los medios, pero, paradójicamente, al hacer concesiones para obtener mayor cobertura, pueden dejar invisibles ante las audiencias sus objetivos a largo plazo. Draper apunta que:

“El intercambio entre las acciones *mediagénicas* a corto plazo y la construcción de un movimiento a largo plazo no tienen por qué ser tan directo, dado que lo uno puede complementar a lo otro. Pero el papel de la prensa, con su apetito insaciable de color, a menudo dicta la forma en la que los defensores del medioambiente planifican sus campañas. Pese a que tengamos que competir con los equipos de fútbol para conseguir la atención del público, debemos estar seguros de que no estemos ayudando únicamente a crear una audiencia masiva de espectadores” (Draper 1987).

Aquí está el dilema. Los movimientos medioambientales pueden empezar a definir su éxito en relación a su habilidad para obtener cobertura en los medios, en lugar de número de ciudadanos que movilizan o de las decisiones políticas en las que se influye.

Es interesante observar que, a pesar del incremento de poder del movimiento medioambiental, así como una mayor concienciación pública, no se





MICHAEL J. BARKER

ha producido una mejora de la cobertura mediática. De hecho, una comparación de la cobertura de la contaminación medioambiental, entre 1972 y 2000, en los periódicos de Estados Unidos, descubrió que no hay cambios significativos (Kenix 2005). Por lo que las campañas sobre la contaminación no han tenido a penas efecto sobre el discurso de los medios de comunicación o, acaso, los medios han encuadrado el tema para distanciarse de los objetivos del movimiento medioambiental. Por ejemplo, a pesar de que el 73 por ciento de los artículos identificaba a la industria como la causa de la contaminación, el Gobierno aparecía con mayor frecuencia (en el 78 por ciento de los artículos) como el organismo responsable de la contaminación. Esta forma de encuadre deja a los ciudadanos con poco sentido de urgencia personal para combatir los problemas medioambientales, dado que parece que hay que esperar a que el Gobierno tome cartas en el asunto. Se hizo evidente un enfoque similar en la cobertura de los medios de historias medioambientales en Australia (Jenkin 1998) y Canadá (Karlberg 1997). Un estudio norteamericano también mostró que el 90 por ciento de los artículos omitió mencionar la presencia de las organizaciones medioambientales locales que trabajaban para combatir la contaminación y el 83 por ciento omitió cualquier mención de grupos medioambientales nacionales (Kensicki 2001: 208). Además, el término “medioambientalista” y “activista” sólo se usaron en el 15 y 2 por ciento de los artículos, respectivamente. Al no hacer mención del papel de pivote social que los movimientos juegan para animar a los gobiernos a que responsabilizan a las empresas, es probable que los lectores sigan confundidos sobre cómo afecta el cambio e, incluso, pueden quedarse con la impresión de que un gobierno esencialmente pasivo está tratando de forma adecuada la contaminación medioambiental. Ninguno de estos resultados es demasiado útil para los movimientos sociales que pretenden lograr cambios. El periodismo medioambiental en Canadá parece sufrir deficiencias similares y el estudio de Babe sobre el periódico *Globe and Mail*, principal diario de Canadá, concluyó:

“...mientras se ofrecía una atención específica a los problemas medioambientales, dichos temas nunca se trataban en su total amplitud y gravedad; la mención del tema, podemos especular, sirvió para distraer la atención del núcleo central, ya que los reportajes solo mostraban una cara del problema” (*Ibidem*, 219).

El análisis del debate del cambio climático en la prensa británica descubre problemas similares en cuanto a su cobertura. A principios de 2005, una grupo de internacional de expertos sobre el cambio climático concluyó que podríamos alcanzar “un punto de no retorno” en menos de una década (Lean 2005) y, además, se había logrado un fuerte consenso en la comunidad científica sobre la realidad y gravedad del cambio climático. Sin embargo, ¿dónde están las llamadas para organizar y apoyar a organizaciones de base en sus campañas para responder al problema? Carvalho y Burgess (2005: 1.467) estudiaron el discurso sobre el cambio climático en los medios británicos de referencia —*The Guardian*, *The Times* y *The Independent*—, entre 1985 y 2003, y señalan que “el peligroso cambio climático está, al tiempo, definido políticamente y restringido ideológicamente”.

Y lo que muchas organizaciones no gubernamentales consideran las causas básicas del cambio climático, que son “el consumo ilimitado y el crecimiento económico continuado”, no han sido debidamente tratados (Carvalho 2005: 20). Smith (2000: 3) también observa como la comprensión por el público del calentamiento global y de los temas de sostenibilidad han sido mal atendidos por los medios. Mientras ha madurado la ciencia del

cambio climático y de la biodiversidad, la cobertura mediática de estos temas se ha reducido.

En Australia, el estudio de Hollander (2005) sobre la cobertura de los medios impresos relativa a asuntos madereros en el *Sydney Morning Herald* y *Financial Review*, en tres momentos distintos, entre el final de la década de 1980 y 2004, mostró cómo ha aumentado la marginación de las voces medioambientales en las noticias (observación compartida, en términos generales, por Hutchins y Lester 2006). A pesar de que las organizaciones conservacionistas actúan como la fuente principal de noticias al inicio del estudio, y la industria ocupando un papel reactivo, sus posiciones se invirtieron a mediados de los años 90 del pasado siglo. Hollander cree que ese cambio en la cobertura era en parte debido al marco gubernamental de las noticias, lo que conllevó un descenso de los niveles de "conflicto oficial" a lo largo del tiempo. Se pasó del conflicto intergubernamental (1986-87), a disputas intragubernamentales (1995-96), hasta llegar casi a una posición de consenso entre los dos grandes partidos, acordando ambos la necesidad de una gestión sostenible, pero no la conservación (elecciones de 2004). Estos resultados sugieren que el papel de los medios en el enmarcado de los temas madereros podría ser descrito como "de indexación" (Bennett 1990) o de "construcción del consenso" (Herman y Chomsky 1988), aunque la propia Hollander no presentó una interpretación tan radical de sus datos, puesto que la cobertura aceptaba implícitamente los encuadres fijados por intereses en juego.

Otras investigaciones sobre la cobertura mediática de los temas medioambientales en Reino Unido -BBC, *The Independent* y *The Guardian* (McKiggan 2005)-, Australia y Estados Unidos -*The Australian* y *The New York Times* (Linder 1994)- y Canadá -*Globe and Mail* (Babe 2005)-, también concluyen que la atención de los medios se compadecía con los presupuestos del modelo de propaganda descrito por Herman y Chomsky (1988), también extensible a las conclusiones del estudio de Gaber (2000) sobre la cobertura medioambiental en la prensa británica entre 1985 y 1999. Gaber destacó que, a partir de un discurso medioambiental clave, hecho por la primera ministra conservadora Margaret Thatcher, en septiembre de 1988, en un intento de arrebatar los asuntos ecológicos al cada vez más influyente partido verde, se produjo un incremento muy llamativo en la cobertura medioambiental. Un año después, cuando los partidos mayoritarios británicos dejaron de hablar sobre el medioambiente, bajó significativamente la cobertura de los medios, al igual que número de periodistas especializados (Gaber 2000: 119). En 1998, el gobierno laborista de Tony Blair hizo del medioambiente uno de los principales temas de la Presidencia británica de la Comisión Europea, lo que conllevó un nivel de interés mediático por el medioambiente similar al que se vivió diez años antes, cuando la señora Thatcher "descubrió el tema" por primera vez (Gaber 2000: 122-3).

Todo esto parece un pobre presagio para la sostenibilidad de un discurso medioambiental participativo en los medios de comunicación, así como para el activismo de los verdes en general. Si los medios provocan la apatía mediante el uso de "marcos neutrales", la no cobertura, la cobertura episódica (en vez de temática) o una sobre-cobertura con soluciones limitadas (Bennett 1988: 24; Kensicki 2001: 279-80), los partidos verdes deben analizar hasta qué punto es beneficioso buscar una cobertura mediática que recorta sus objetivos. Gitlin (1980: 287) indica que los grupos reformistas, para mantener una aparente de cobertura positiva en los medios, tienen que esforzarse en dar información de manera continua para prevenir que sus mensajes se conviertan en





MICHAEL J. BARKER

ininteligibles. Cracknell (1993: 14) sugería que “obtener la cobertura es solo media batalla; lograr que la cobertura diga lo que se pretende transmitir es otra batalla completamente distinta”. Parece que la mayoría de la gente es consciente de que numerosos y serios problemas medioambientales están amenazando la existencia humana, pero si estos temas aparecen de una forma episódica en los medios, les deja una sensación de indefensión o sin poder (Iyengar 1991), donde la única solución consistente ofrecida es que cambien sus modelos de consumo personales. ¿Pueden los verdes esperar realmente que los medios les ayuden a construir un movimiento global o, simplemente, a ser elegidos como opción política?

Democracia participativa y medios

La llamada de Habermas (1989) para conseguir una democracia deliberativa contemplaba a los ciudadanos en un continuado consenso racional, buscando la deliberación sobre su propio gobierno, para lo que sugirió que los medios y los procesos asociados en la formación de opiniones políticas deberían ser el centro de una democracia saludable. Fue especialmente crítico con la forma en que se estaba distorsionando la esfera pública por poderosos intereses y consideró esencial su reforma para establecer una democracia deliberativa. Aunque la descripción clásica de Pateman (1970) sobre la democracia participativa no se dirigía específicamente a los medios, sí subrayaba la importancia de mantener los flujos de información fluidos y abiertos, por lo que parece evidente que los medios tendrían un papel vital en una escena más participativa. Todos los partidos verdes examinados en este estudio fueron unánimes en su deseo de crear una democracia más deliberativa y participativa, también descrita como democracia de base o directa. ¿Qué papel consideran estos partidos que deben tener los medios en sus intentos de cumplir dicho objetivo? El Green Party of the United States critica la falta de “una amplia variedad de opiniones e información” (2004: 37) en los medios y explica cómo mejoraría su papel en la vida política y cotidiana si atendiesen la diversificación de la programación y de la cobertura informativa, mediante el incremento del acceso a los medios. De forma similar, los verdes australianos reconocen el poder de los medios para limitar la “expansión de la democracia (participativa)” (WA Greens 2005). Otros partidos verdes, como los de Canadá y Escocia, ni siquiera mencionan a los medios en sus textos políticos. Dicho esto, las políticas de estos dos partidos parecen estar algo desfasadas, puesto que la Carta Mundial de los Verdes [Charter of the Global Greens] (2001: 4) indica que la democracia participativa requiere “el poder individual mediante el acceso a toda la información relevante requerida para cualquier decisión” y afirma que los medios (junto con la cultura, el acceso básico a los alimentos, la salud social y pública y la educación) no deberían ser tratados como una mercancía sujeta a los acuerdos internacionales” (*Ibidem*: 11).

Políticas de medios de los partidos verdes

Aunque hay algunos acuerdos entre los verdes a nivel global acerca de que los sistemas de medios actuales no resultan realmente compatibles con las expresiones participativas del público, hay una gran variedad de opiniones sobre la urgencia dada a la reforma de los medios, como se describe en el siguiente repaso por diferentes formaciones de distintos países.



Estados Unidos

El Green Party está muy comprometido con la cuestión de los medios, con 13 recomendaciones de política dedicados a Libertad de Expresión y Reforma de los Medios (Green Party of the United States 2004: 37). Además, plantea reformas estructurales en el sistema. Uno de sus objetivos principales es devolver "la propiedad y control del espectro electromagnético al público", reemplazando licencias gratuitas por un *leasing* con precio de mercado para cualquier uso lucrativo". Es importante tener en cuenta aquí que este partido considera que el espectro electromagnético es uno de los "bienes más importantes del contribuyente". Los verdes de Estados Unidos pretenden establecer nuevos impuestos sobre las ventas de publicidad, para así poder financiar la creación de medios más democráticos. Reconocen que la estrategia de los medios comerciales a través de un lenguaje "vulgar, redundante y superficial" ha causado "serias deformaciones de nuestras políticas y cultura", al promover una cultura popular que es "crudamente manipulada por los intereses de conglomerados mediáticos, cada vez más concentrados, en la obtención de beneficios" (Ibíd.: 17). También reconocen la necesidad de "una amplia gama de programación e información, acceso verdadero de los ciudadanos a los medios, diversidad de opiniones, respeto por los intereses de las comunidades locales, información, asuntos públicos y programación infantil de calidad". Por ello, promueven políticas destinadas a revertir tendencias antidemocráticas, mediante la derogación del Decreto de Telecomunicaciones de 1996 (sobre la importancia de este decreto, véase McChesney 2004), restringiendo la consolidación de los medios, terminando con la publicidad comercial en lugares públicos (como las escuelas), oponiéndose a la censura y limitando la concentración de la propiedad en la industria de telecomunicaciones.

En el lado proactivo, los verdes norteamericanos tienen por objetivo asegurar la financiación pública completa del National Public Broadcasting System, centrarse en el desarrollo de pequeñas estaciones de radio comunitarias de propiedad local, proveer tiempo equitativo gratuito de emisión en radio y televisión y cobertura en la prensa escrita a los candidatos políticos, a nivel estatal y federal, y asegurar que el acceso a internet de banda ancha se convierta en un servicio financiado por los contribuyentes para ayudar a terminar con la brecha digital (Ibíd.: 68). También tiene por objetivo asegurar que la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) sea responsabilizada de sus actuaciones, que exista "la propiedad comunitaria de las emisoras y que las licencias sean de conocimiento público". Bajo la sección de "Derechos Civiles e Igualdad de Derechos" de su plataforma política, los verdes norteamericanos también identifican la necesidad de evitar la creación de estereotipos de las personas con discapacidades mentales y físicas en todos los medios y la necesidad de salvaguardar los derechos de la juventud, lo que se logrará en parte, señalan, dándoles la oportunidad de expresarse en los medios (Ibíd.: 22-3). Las políticas de "derechos juveniles" también subrayan la necesidad de proporcionar una alfabetización mediática adecuada a los niños, que incluirá el análisis de los medios comerciales.

Australia

La política de los verdes australianos considera en cierta medida la influencia de los medios de comunicación de masas en la sociedad, pero parece contentarse con dejar fuera la discusión de los medios privados y comerciales,





MICHAEL J. BARKER

puesto que sus dos principales políticas se limitan al fortalecimiento de las emisiones públicas de la Special Broadcasting Service (SBS) y Australian Broadcasting Corporation (ABC). La primera tiene por objeto asegurar que las emisiones se financien de forma “adecuada” y sirvan para “entretener, informar y educar a los australianos de una forma libre de manipulación política y corporativa”; la segunda quiere “asegurar que la ABC reciba fondos para emitir con un estándar de excelencia en toda Australia y en el extranjero” (Australian Greens 2005: 153). Objetivos a corto plazo desarrollan estas políticas añadiendo que tienen la intención de “apoyar estaciones de radio y televisión comunitarias” y regular las estaciones de medios comerciales para asegurar que “incrementen su contenido australiano y se dirijan a grupos específicos, incluyendo los jóvenes, mayores y población indígena”. Para apoyar estas iniciativas plantean “reescribir las directrices [de emisión] para asegurar un aumento del contenido local” en todas las producciones mediáticas (Ibíd.: 155).

Otras de las políticas generales de los verdes australianos insinúan que entienden la necesidad de contrarrestar algunas de las tendencias anti-democráticas de los medios (Barker 2005; Berry y Theobald 2006), como “restringir la publicidad y promoción de nombres de marcas farmacéuticas a los médicos y al público a través de los medios” (Australian Greens 2005: 141); fortalecer las regulaciones para limitar el uso de la publicidad “que incluya violencia contra las mujeres y niños y su explotación sexual”, creando un programa educacional para examinar cómo se usan formas similares de explotación en la industria mediática y de ocio, y eliminar incentivos fiscales para películas pornográficas de contenido *hard-core*” (Ibíd.: 65), así como apoyar “leyes antimonopolio ampliadas para impedir que las empresas incrementen su dominio en el mercado australiano, como es el caso actual de la industria de los medios” (Ibíd.: 93). Este punto es importante puesto que, a pesar de que reconocen la propiedad limitada de los sistemas de medios australianos, los verdes no tienen políticas que aborden de forma explícita cómo solucionar tales problemas. Tampoco reconoce la influencia negativa que los medios comerciales ejercen tanto sobre los estándares de las emisiones públicas como en la totalidad de la esfera pública (McChesney 1999).

Canadá

El documento de la plataforma electoral del Green Party of Canada reconoce que “las artes y la cultura ayudan a definir nuestras identidades y comunidades a cualquier nivel” (GPC 2006: 20), pero no hacen mención del impacto negativo de los medios privados en la comprensión de los asuntos medioambientales por parte del público (Babe 2005). De hecho, su documento de política no incluye siquiera la palabra medios, aunque hay una política vinculada con los medios que define su compromiso de “procurar una financiación básica y estable para la CBC [cadena pública] destinada a proveer programación de televisión y emisiones de radio en las dos lenguas oficiales [inglés y francés]” (Ibíd.: 20).

Reino Unido

El Green Party of England and Wales no tiene una política de medios específica. Sin embargo, su política sobre salud mental reconoce la necesidad de “legislar para prevenir la demonización de los clientes de los servicios de salud mental, en particular por parte de los medios” (H318). Igualmente, en su po-



lítica sobre Irlanda del Norte se subraya la necesidad de rechazar las limitaciones de emisión que se “han impuesto sobre determinadas organizaciones” y la “provisión de una información adecuada a través de los medios para facilitar un debate público mejorado sobre Irlanda del Norte” (NI321). Estas dos recomendaciones de política muestran que son conscientes de que los medios no están cumpliendo perfectamente su cometido democrático, pero, en vez de plantear soluciones, como hace con otros temas, pasa de puntillas sobre el debate de la reforma de los medios. Algo que se refleja en algunas de sus otras políticas, que sugieren que un pobre entendimiento por parte del público de algunos temas puede ser resuelto mediante “campañas de publicidad nacionales” más vigorosas, cubriendo determinados temas como el del cambio climático (CC233), la opresión de las personas discapacitadas (DY401) y la necesidad de una alimentación saludable (FD100). No obstante, la reforma de los medios fue abordada en la conferencia del partido de 2006.

Tampoco se aborda la cuestión de los medios en el Scottish Green Party, salvo en lo que se refiere a la propuesta de eliminación de la publicidad de las comidas rápidas de las emisiones televisivas infantiles (Scottish Green Party 2005: 6).

Comentario y conclusión

Cuando determinadas visiones políticas se marginan con regularidad de los medios, como son los temas ambientales, la credibilidad de los partidos que defienden estos asuntos se debilita. Si cualquier sociedad quiere realizar una transición a un paradigma de democracia participativa, parece probable que los medios tendrán que apoyar el desarrollo de una esfera pública más vigorosa, que destaque más el consenso y la deliberación públicos. Curran (1991: 103) vislumbra unos medios que pudieran “facilitar procedimientos democráticos para la resolución de conflictos y definir objetivos acordados colectivamente”. Esto requeriría la reversión de las tendencias democráticas y mediáticas actuales, que incrementan “la pérdida de relevancia de la deliberación y participación política” en las sociedades democráticas liberales modernas (Mecer 2002: 117).

También queda claro que el tipo de sistemas mediáticos participativos que puedan emplearse para facilitar este cambio de paradigma necesitan estar abiertos a la discusión pública. Por tanto, para evitar los procesos de formación de consenso anulen la disensión, “la democracia directa debe enfatizar el papel discursivo de los medios, donde se espera que el Estado permita, mediante subvenciones y un marco regulador, la emergencia de medios relativamente autónomos” (Street 2001: 267). De esta forma, ninguna idea sería restringida y el público podría debatir la virtud de la pluralidad de ideas mediante un proceso continuado de deliberación y diálogo en la esfera pública.

Aunque los políticos verdes serían los que más se beneficiarían de unos medios más participativos, parece que a menudo son reacios a retar la influencia de aquellas instituciones mediáticas que tienen el mayor poder político, que son los medios comerciales. Solamente los verdes de Estados Unidos se han comprometido a cuestionar las tendencias antidemocráticas de los medios, mientras que otros optan por fortalecer los medios públicos (Australia y Canadá), o no se comprometen con la reforma mediática (Inglaterra, Gales y Escocia).

“Los verdes, tan acostumbrados a tener una cobertura mínima o nula, tristemente se muestran agradecidos por recibir cualquier atención mediática. No se perciben que, a pesar de décadas haciendo el juego a los medios, son ridiculizados, marginados e ignorados sistemáticamente” (Edwards y Cromwell 2005).





MICHAEL J. BARKER

Spencer Fitzgibbon, jefe de prensa del Green Party of England and Wales, da una explicación alternativa para esta actitud, indicando que, a pesar de todos los problemas con los grandes medios, “simplemente debemos trabajar con ellos o ser invisibles, lo cual significaría fracasar completamente en tener alguna vez la oportunidad de desarrollar las políticas en las que creemos” (Citado en Edwards y Cromwell 2005). Puede ser así, pero ¿no sería necesario reformar los medios (Barker 2007) para que la sociedad pueda hacer algún progreso participativo sustancial?

El desarrollo de nuevas tecnologías como internet pueden albergar alguna esperanza para el desarrollo de una esfera pública alternativa, basada en principios más participativos, pero muchos investigadores sugieren que esto es improbable, especialmente sin la existencia de un debate público continuado, que no se ha producido hasta la fecha (Barker 2005; Dahlberg 2005: 160; Mansell 2004: 102; McChesney 2004: 210-7). Los periodistas independientes podrán ofrecer brillantes y variados análisis de distintos asuntos (p. e.: www.zmag.org), pero sin los recursos, apoyo institucional, protección y legitimación con que cuentan los periodistas profesionales, encontrará dificultades para enfrentarse con éxito al gobierno y a las corporaciones (McChesney 1999: 176). Los periodistas en plantilla de los medios tienen más facilidad de acceso a las fuentes del poder para obtener información, más tiempo y los recursos para realizar investigaciones a largo plazo, todo ello necesario para realizar una investigación significativa.

Las democracias participativas necesitarán más periodistas especializados, para ofrecer a los ciudadanos una cobertura informativa regular y amplia de todos los aspectos de la administración de su sociedad, desde temas locales hasta globales. Por tanto, es evidente que los partidos verdes precisarán considerar seriamente sobre cómo podrían ser capaces de reformar (o cambiar) los sistemas de medios, de forma que atiendan las demandas para lograr una democracia participativa.

En estos momentos, uno de los papeles fundamentales de los medios en las democracias liberales es escudriñar críticamente los asuntos gubernamentales: actuando como un *cuarto poder* del Estado. Otro papel potencial de los medios en la democracia participativa, sería su actuación como perro guardián de las corporaciones. Si pudieran reformarse los medios o, incluso, solamente mejorar ciertos aspectos, de forma que pudiera empezar a cumplir este papel, se mejoraría enormemente el poder de negociación de los ciudadanos en los procesos políticos y para crear formas de gobierno más participativas.

En ese recorrido se avanza aumentando la conciencia pública. Esto es crucial, ya que la calidad democrática de los sistemas de medios se determina en gran medida por la “cultura comunicativa que rodea los medios, en especial los esfuerzos de los actores sociales para producir altos estándares” (Mecer 2002: 139). Esto nos lleva de nuevo a la necesidad de analizar el papel que juegan los medios comerciales en el mantenimiento del status quo y su resistencia a una transición hacia un paradigma más participativo. Los partidos verdes están llamados a impulsar la alfabetización mediática en las escuelas, también a abrir un debate público sobre la reforma de los medios y el papel dominante de las corporaciones mediáticas en la esfera pública. Esto ayudaría tanto a los niños como a los adultos a relacionarse de forma crítica con los medios y a crear una “cultura comunicativa” alrededor que serviría para fortalecer su compromiso con los principios representativos y participativos de la democracia.



Bibliografía

- Alterman, E. (2003), *What Liberal Media?: The Truth About Bias and the News*. Nueva York: Basic Books.
- Anderson, A. (1993), "Source-Media Relations: The Production of the Environmental Agenda", *The Mass Media and Environmental Issues*, ed H. Anders. Leicester: Leicester University Press: 51-68.
- Babe, R. (2005), "Newspaper Discourses on Environment", en *Filtering the News: Essays on Herman and Chomsky's Propaganda Model*, ed. J. Klaehn. Montreal: Black Rose Books: 187-222.
- Bagdikian, B. H. (2004), *The New Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Barker, M. J. (2005), "Manufacturing Policies: The Media's Role in the Policy Making Process", paper presented to the *Journalism Education Conference*, Griffith University, diciembre 2005: http://www.newcastle.edu.au/school/ept/politics/apsa/PapersFV/IntRel_IPE/Barker,%20Michael.pdf
- Barker, M. J. (2007), "Conform or Reform? Social Movements and the Mass Media", *Fifth-Estate -Online - International Journal of Radical Mass Media Criticism*: <http://www.fifth-estate-online.co.uk/criticism/conformorreformsocialmovements.htm>
- Beder, S. (2000). *Global Spin: The Corporate Assault on Environmentalism*. Carlton North, Vic.: Scribe Publications.
- Bennett, W. L. (1988), *News: The Politics of Illusion*. London: Longman.
- Bennett, W. L. (1990), "Towards a Theory of Press-State Relations in the United States", *Journal of Communication*, 40: 103-125.
- Berry, D. y J. Theobald (2006), *Radical Mass Media Criticism: A Cultural Genealogy*. Montreal: Black Rose Books.
- Carvalho, A. (2005) "Representing the Politics of the Greenhouse Effect: Discursive Strategies in the British Media", *Critical Discourse Studies*, 2: 1-29.
- Carvalho, A. y J. Burgess (2005), "Cultural Circuits of Climate Change in UK Broadsheet Newspapers, 1985-2003", *Risk Analysis*, 25: 1457-1470.
- Couldry, N. (2000), *The Place of Media Power: Pilgrims and Witnesses of the Media Age*. London; Nueva York: Routledge.
- Cracknell, J. (1993), "Issue Arenas, Pressure Groups and Environmental Agendas", en *The Mass Media and Environmental Issues*, ed. H. Anders. Leicester: Leicester University Press: 3-21.
- Cromwell, D. (2001), *Private Planet: Corporate Plunder and the Fight Back*. Charlbury: Jon Carpenter Publishing.
- Curran, J. (1991), "Mass Media and Democracy", en *Mass Media and Society*, eds J. Curran y M. Gurevitch. Londres; Melbourne: E. Arnold: 82-117.
- Dahlberg, J. (2005), "The Corporate Colonization of Online Attention and the Marginalization of Critical Communication?", *Journal of Communication Inquiry*, 29(2): 160-180.
- Davis, A. (2002), *Public Relations Democracy: Public Relations, Politics and the Mass Media in Britain*. Manchester: Manchester University Press.
- Davis, A. (2003), "Whither Mass Media and Power? Evidence for a Critical Elite Theory Alternative" *Media, Culture & Society*, 25: 669-690.
- Draper, E. (1987), "The Greenpeace Media Machine", *New Internationalist*, 171: 8-9.
- Edwards, D. y D. Cromwell (2005). "Silence Is Green: The Green Movement and the Corporate Mass Media", en *Medialens*: http://www.medialens.org/alerts/05/050203_silence_is_green.php.
- Edwards, D. y D. Cromwell (2006), *Guardians of Power: The Myth of the Liberal Media*. Londres: Pluto Press.
- Gaber, I. (2000), "The Greening of the Public, Politics and the Press, 1985-1999", en *The Daily Globe: Environmental Change, the Public and the Media*, eds. J. Smith. London: Earthscan. 115-12
- Gitlin, T. (1980), *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press.
- Habermas, J. y T. Burger (1989), *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: Polity Press.
- Hansen, A. (2000), "Claims-Making and Framing in British Newspaper Coverage of the 'Brent Spar' Controversy", en *Environmental Risks and the Media*, eds S. Allan, B. Adam and C. Carter. Londres, Nueva York: Routledge: 55-72.
- Herman, E. S. and N. Chomsky (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Nueva York, Pantheon Books.
- Hollander, R. (2005), "Forest Stories: Media Reporting of Forest Policy 1985-2004", *Ecopolitics Conference 2005*, 4-6 July, Griffith University, Australia.
- Hutchins, B. and L. Lester 2006. "Environmental Protest and Tap-dancing with the Media in the Information Age." *Media, Culture & Society* 28 (3): 433-451.
- Iyengar, S. (1991), *Is Anyone Responsible?: How Television Frames Political Issues*. Chicago: Uni-





MICHAEL J. BARKER

versity of Chicago Press.

Jenkin, T. (1998), "A Preliminary Analysis of Environmental Issue Reporting in the Advertiser, August and September 1998", *South Australian Geographical Journal*, 97: 61-73.

Karlberg, M. (1997), "News and Conflict: How Adversarial News Frames Limit Public Understanding of Environmental Issues", *Alternatives Journal*, 23: 22-27.

Kenix, L. J. (2005), "A Comparison of Environmental Pollution Coverage in the Mainstream, African American, and Other Alternative Press", *The Howard Journal of Communications*, 16: 49-70.

Kensicki, L. J. (2001), *Media Construction of an Elitist Environmental Movement New Frontiers for Second Level Agenda Setting and Political Activism*. PhD thesis, University of Texas.

Lean, G. (2005), "Apocalypse Now: How Mankind Is Sleepwalking to the End of the Earth", en *Independent on Sunday*: <http://www.commondreams.org/headlines05/0206-01.htm>

Mansell, R. (2004), "Political Economy, Power and New Media", *New Media & Society*, 6(1): 96-105.

Martin, C. R. (2004), *Framed!: Labor and the Corporate Media*. Ithaca [N.Y.]: ILR Press/Cornell University Press.

McChesney, R. W. (1999), *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*. Urbana: University of Illinois Press.

McChesney, R. W. (2004), *The Problem of the Media: U.S. Communication Politics in the Twenty-First Century*. Nueva York: Monthly Review Press.

McKiggan, M. (2005), *Climate Change and the Mass Media: A Critical Analysis*, MSc thesis, Southampton University.

McIlwaine, S. y A. Nguyen (2005), "Science, Journalism, Democracy and Technology", *Journalism Education Conference*, Griffith University, 2005.

Mecer, T. (2002), *Media Democracy: How the Media Colonize Politics*. Cambridge, Polity Press.

Pateman, C. (1970), *Participation and Democratic Theory*. Cambridge, Cambridge University Press.

Philo, G. y University of Glasgow Media Group (1982), *Really Bad News*. Londres: Writers and Readers.

Sabatier, P. y D. Mazamian (1980), "The Implementation of Public Policy: A Framework of Analysis", *Policy Studies Journal*, 8: 538-60.

Smith, J. (2000), "Introduction", en *The Daily Globe: Environmental Change, the Public and the Media*, eds. J. Smith. Londres, Earthscan: 3-14.

Street, J. (2001), *Mass Media, Politics, and Democracy*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire; Nueva York, Palgrave.

White, T. (2001), "Get out of My Lab, Lois!: In Search of the Media Gene", en R. Hindmarsh y G. A. Lawrence (eds.), *Altered Genes II: The Future?*, Carlton North, Vic., Scribe Publications: 69-82.

Documentos de política verde

Australian Greens 2005. 'Care for the Earth Policy.' URL:

<http://greens.org.au/ploneprint/allpolicies.pdf>.

Global Greens 2001. 'Charter of the Global Greens: Canberra 2001.' URL:

<http://www.global.greens.org.au/Charter2001.pdf>.

Green Party of Canada 2006. '2006 Election Platform.' URL:

http://web.greenparty.ca/download/GPC_Platform_2006.pdf.

Green Party of England and Wales 2005. 'Manifesto for a Sustainable Society.' URL:

<http://policy.greenparty.org.uk/mfss/index.html>.

Green Party of the United States 2004. 'Platform 2004.' URL:

<http://www.global.greens.org.au/Charter2001.pdf>.

Scottish Green Party 2005. 'Westminster Election Manifesto 2005.' URL:

http://www.scottishgreens.org.uk/site/id/4523/title/Manifesto_print_Resolution_.html.

West Australian Greens 2005. 'Participatory Democracy.' URL:

<http://wa.greens.org.au/policy/democracy>.

Titulo original: "Global Greens and the Mass Media: Building for a Participatory Future?", *Journal of the Environment*, Issue 2 (2), Griffith University (ISSN 1832-8520). Autorización del autor.