

■ **José Manuel Pérez Tornero** Director del Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la UAB

# Emisores/receptores activos para los cambios sociales

Un medio no es medio de comunicación si no se basa en la participación activa de su público para pasar a la acción comunicativa cooperativa



**Aularia**  
Redacción

Cuando planteé hacer esta entrevista, presentaba el término receptores activos, entendiendo que no solamente hay que ser activo, sino implicarse en el cambio social. José Manuel Pérez Tornero lo explica de forma precisa. Se trata de ir mucho más allá de la «recepción activa». Hemos de pasar a la acción comunicativa cooperativa, democrática y abierta. Los medios deben promover la participación. Un medio no es medio de comunicación si no se basa en la participación activa de su público. Será sólo un medio de difusión o propaganda. Esto es especialmente necesario en los medios públicos. (Enrique Martínez-Salanova)

## ¿Qué opinión merece la influencia de las redes sociales en los cambios políticos?

### José Manuel Pérez Tornero

La aparición de redes sociales virtuales (y mixtas) es en sí un hecho político de primera magnitud. Tiene un triple significado:

A) Significa que las redes permiten evitar muchas de las constricciones propias del territorio y de la comunicación de proximidad. Lo cual no debemos entender simplemente como globalización, aunque la globalización es también una posibilidad abierta.

B) Suponen la posibilidad de crear una esfera pública que, anteriormente, estaba sujeta sólo a los medios masivos centralizados y a la democracia parlamentaria representativa. Con las redes nacen nuevos «parlamentos» y se potencia la apertura informativa y la posibilidad de debatir mejor los asuntos públicos. Es, pues, un instrumento de refuerzo de la democracia.



■ **José Manuel Pérez Tornero**

## CLAVES

● La aparición de redes sociales virtuales es en sí un hecho político de primera magnitud

● Las redes permiten evitar muchas de las constricciones propias del territorio y de la comunicación de proximidad

● Las redes dan flexibilidad y rapidez a los movimientos ciudadanos pero, por ahora, no ayudan a su estabilización.

C) Aumentan la libertad individual y, posiblemente, el sentido crítico que esa participación individual puede activar. Hay que tener en cuenta que hasta ahora —y si descartamos la democracia ateniense de proximidad (no más de 30.000 personas)— habían prevalecido las estrategias de delegación de funciones a través de la teoría de la representación política.

Viene luego discernir si las redes sociales han tenido un papel clave en ciertos movimientos políticos. Pues, parece indudable. Pero no hay que magnificar su poder e influencia. De hecho, desde la primavera árabe hasta el 15 M o el movimiento ocupa Wall Street han recibido apoyo de otros factores: grandes medios (en el caso de la primavera árabe de Al-Jazeera, y de movimiento sociales y sindicatos constituidos en otros casos...). En todo caso, las redes le dan flexibilidad y rapidez a los movimientos. Potencia la espontaneidad de los movimientos, pero por ahora no ayuda a su estabilización.

### ¿Por qué pasar de la emisión monólogo a la recepción activa?

#### José Manuel Pérez Tornero

Creo que los monólogos, salvo en dictaduras o en situaciones oligopolísticas y autoritarias han pasado a la historia de los medios. Y lo mismo sucederá con la recepción activa. Creo que tenemos posibilidades de una interacción cooperativa donde todos son emi-

sores y receptores a la vez y donde se trabaja en común. Esto es mucho más que la recepción activa.

De hecho, el tema de la recepción activa, tanto desde el punto de vista teórico como desde el punto de vista político, me ha parecido —salvo en contadas ocasiones— un poco sospechoso.

¿Por qué tanto énfasis teórico en la recepción activa si sabíamos desde la hermenéutica, la semiótica y la semántica —entre otras disciplinas— que la recepción es siempre un proceso plural de interpretación en el que participan muchos factores y hace libres —en cierta manera a los receptores—. Creo que era algo así como descubrir un mediterráneo que ya se había surcado, sin embargo, de muchas otras maneras.

Y por otro lado, el que la recepción activa se convirtiera en una especie de promesa positiva o de camino de redención siempre me ha parecido la renuncia a la crítica al sistema, el rechazar las aportaciones de la economía política y, sobre todo, el silenciar la necesidad de transformación de las condiciones en que nos comunicamos.

Desde mi punto de vista, ahora se trata de ir mucho más allá de la «recepción activa». Hemos de pasar a la acción comunicativa cooperativa, democrática y abierta.

**“nacen nuevos «parlamentos», se potencia la apertura informativa, la posibilidad de debatir mejor los asuntos públicos**



### ¿Cuál es la responsabilidad de las empresas emisoras en la participación comunicativa ciudadana?

#### José Manuel Pérez Tornero

Pues es mucha y, en muchos casos, para mal. Muchas empresas se olvidan de que son empresas de comunicación —es decir, de algo muy ligado a la esencia de la humanidad— y se dedican sólo al negocio produciendo contenidos adocenantes que lastran el desarrollo de la inteligencia del público. Por otro lado, la servidumbre de muchas empresas de comunicación ante los poderes económicos o políticos va, en muchos casos, mucho más allá de lo que les exige sobrevivir en el mercado. Por tanto, queda mucho por hacer. Y me estoy refiriendo tanto a las empresas privadas como a las públicas. Aunque éstas cumplen mejor su función social.

### ¿Qué hace o puede hacer el ciudadano para participar en los medios masivos como emisor?

#### José Manuel Pérez Tornero

Creo que los medios masivos van a necesitar de círculos de participación sin los cuales no van a ser nada. En ellos el papel de las redes sociales es importantísimo. Pero surgirán otras plataformas mediáticas centradas en la participación que muchas veces neutralizarán el impacto de los grandes medios. Esto es un

motivo de esperanza para la regeneración moral y democrática que necesitan nuestras sociedades.

### Qué se puede hacer para movilizar hacia una conciencia ciudadana de la fuerza de los medios en escuelas, institutos, universidades...

#### José Manuel Pérez Tornero

Mucho. Los centros deben crear sus propios medios y asociarlos entre sí. Deben contrarrestar el peso excesivo de los medios masivos. Y la educación en medios es una vía para la alfabetización mediática e informativa que es necesaria para asumir un espíritu crítico y participativo en nuestra sociedad.

**“ los medios masivos de comunicación van a necesitar de círculos de participación sin los cuales no van a ser nada**

### ¿Cuál puede ser/debiera ser el futuro de la participación ciudadana en los medios?

#### José Manuel Pérez Tornero

Si me permitís, ahí va un decálogo, voluntarista pero posible, sobre el tema:

1. Los medios deben promover la participación. Un medio no es medio de comunicación si no se basa en la participación activa de su público. Será sólo un medio de difusión o propaganda. Esto es especialmente necesario en los medios públicos.



**CLAVES**

● Un medio no es medio de comunicación si no se basa en la participación activa de su público

● La sociedad civil tiene que ser participativa

● La extensión participativa de la cultura científica y la incorporación de la ciudadanía en ella es fundamental



2. Deben crearse plataformas tecnológicas de participación al margen de los grandes medios.

3. Las escuelas y centros educativos tienen que volcar buena parte de su tarea en participar en las redes sociales y difundir por ellas sus valores.

4. La sociedad civil tiene que ser participativa. La sociedad civil será más democrática si potencia, estimula y se desarrolla a partir de la participación.

5. Todos los currículos educativos –en una dimensión de formación a lo largo de la vida- tiene que tener como objetivo la alfabetización mediática e informativa de la población y de los individuos para fomentar la creatividad y el espíritu crítico.

6. La economía –tanto la producción como el mercado- tienen que basarse en la participación.

7. La política y sus instituciones tienen que ser obligadas legalmente a hacerse participativas. Esto afecta a partidos, parlamentos, gobiernos regionales, locales, etc.

**“ La participación debe ser una componente esencial en todos los colectivos, grupos humanos e instituciones ”**

8. La transparencia de la esfera pública sólo puede garantizarse mediante la participación. Los derechos clásicos de la comunicación ya no bastan, hay que incluir el derecho a la participación y el derecho a la alfabetización mediática, como partes fundamentales de un nuevo sistema político.

9. La participación debe ser una componente esencial en todos los colectivos, grupos humanos e instituciones. Ninguna institución es legítima si excluye la participación como sistema.

10. La participación de todos –debidamente regulada- es esencial también en el sistema científico técnico que gobierna nuestras sociedades. La ciencia, que se ha convertido en un gran poder, no puede dejar que participe en ella sólo una corporación de científicos. La extensión participativa de la cultura científica y la incorporación de la ciudadanía en ella es fundamental.