



El pluralismo de los medios en la era digital

Periodismo, democracia e interés público

STEVEN BARNETT

El sector de los medios está en crisis. Una solución bastante común es la consolidación con la que se fusionarían sistemas y competencias que salvarían a las empresas de medios de comunicación. En medio de esta 'tormenta perfecta' es importante no perder de vista la pluralidad de voces necesaria en una sociedad democrática. La protección de la competencia no es garante del pluralismo ni de la diversidad. Sin embargo, parece que el camino a seguir pasa por la intervención gubernamental y regulatoria para facilitar distintas estructuras de propiedad.

Palabras clave: medios de comunicación, crisis, consolidación, pluralismo, diversidad

The media sector is in crisis. Consolidation by merging systems and competencies is a very usual solution to media companies. In the middle of this 'perfect storm' it is important not to forget the plurality of voices and opinions needed in a democratic society. By protecting competence we do not guarantee pluralism or diversity. Nevertheless, it seems that the path to follow is governmental and regulatory intervention to provide different property structures.

Keywords: media, crisis, consolidation, pluralism, diversity

EL SECTOR DE LOS MEDIOS se encuentra en medio de una tormenta perfecta: descenso de los ingresos por publicidad debido a la recesión, giro estructural e irreversible de la publicidad de la prensa a internet, audiencias fragmentadas que se desplazan, cada vez más, hacia un consumo no lineal menos susceptible al impacto comercial y, por lo tanto, de menor valor para las empresas de publicidad. El sector público no es inmune, como ha demostrado la BBC con los recortes que ha llevado a cabo en puestos de trabajo y su advertencia de importantes reducciones salariales en el personal.

STEVEN BARNETT, profesor de Comunicación, School of Media, Art and Design, Universidad de Westminster (Reino Unido).

Nota del autor: La investigación para este trabajo fue apoyada por the Arts and Humanities Research Council (Reino Unido).



En plena recesión, es importante mantener la perspectiva sobre la realidad. Estas presiones económicas no tienen la misma implicación para todos los medios: la televisión, debido a su condición de poder central, su rol en los espacios vitales de la población y su continuo control sobre audiencias de masas, si bien en retroceso, es menos susceptible a presiones estructurales; el consumo de medios no hace más que subir; el impacto comercial incierto de la publicidad en línea puede menguar; y la recesión pasará. El sector de medios público, que en la actualidad parece estar relativamente sano en comparación con el tartamudeo del sector privado, en dos o tres años, puede que empiece a estar desfasado, conforme la BBC vaya implementando sus programas de eficiencia. Mientras tanto, algunos negocios emergerán más fuertes y surgirán nuevas oportunidades comerciales.

Entretanto, empresas mediáticas están intentando liberarse, de forma desesperada, de sus fuertes presiones financieras y, en algunos casos, de la bancarrota. En televisión, ITV (servicio público de la red de televisión comercial británica de radiodifusión) está abandonando las noticias locales y regionales. Canal 4 ha reconocido que necesita apoyo financiero para mantener sus compromisos como servicio público. Tanto los periódicos locales como los nacionales están despidiendo a periodistas y, en algunos casos, cerrando cabeceras. Las emisoras locales de radio, siempre en situación precaria, lamentan no poder satisfacer sus obligaciones con respecto a noticias locales. En tiempos económicamente tan complicados, se suele proponer una solución común que incluya cuestiones sobre el pluralismo y la diversidad en una democracia: la fusión. A través de un enfoque más relajado para fusionar sistemas y competencia, las empresas de medios en situación complicada pueden ser salvadas, incidiendo así de manera positiva en las economías locales y la democracia local. Este argumento fue recientemente presentado por Enders Analysis, en su crítica a la decisión de la Oficina de Comercio de atenerse al actual régimen de fusión de medios:

“El riesgo es que algunos títulos cerrarán sin explorar las posibilidades de la consolidación simplemente debido al régimen de fusión. El resultado será una pérdida innecesaria de puestos de trabajo y noticias locales, además de una merma de la pluralidad por la carencia de sustitutos para los medios locales una vez se haya cerrado el postigo. Las personas sin acceso a internet, así como las personas mayores y las de bajos ingresos pueden perder la cuerda de salvamento proporcionada por los medios locales con información que de verdad les importa”. (Enders Analysis 2009)

ITV presentó argumentos similares cuando solicitó permiso a Ofcom para reducir sus 17 operadoras regionales de noticias, buscando la eliminación de las restricciones a la propiedad de las emisoras locales de radio y los periódicos, reclamando un enfoque más liberalizado respecto a las fusiones. En todos los casos, los argumentos han sido similares: la consolidación permite a las economías respaldar funciones como la producción, la administración y el marketing, lo que supone que organizaciones fuertes y competitivas se coloquen en una mejor posición para poder invertir en periodismo de alta calidad¹.

Quienes se oponen a la consolidación del sector se refieren, esencialmente, a dos tipos de perjuicios: por un lado, que tener muy pocas voces es perjudicial para la salud democrática y, por otro, que hay pruebas concluyentes del perjuicio que un panorama de medios abiertamente concentrado puede provocar en el periodismo. El primer argumento se basa en la

[1] Prácticamente estos fueron los mismos argumentos presentados en el Selecto Comité de la Cámara de los Loes sobre propiedad de medios por parte de ITV, Newspaper Society y RadioCentre.

necesidad teórica de mantener una diversidad de voces en democracia tal y como ha señalado la clase política en la mayoría de las naciones desarrolladas desde hace varias décadas. En el Reino Unido, este argumento fue sostenido con contundencia en 1995 por el *White Paper* sobre propiedad de medios del entonces gobierno conservador:

“Un sistema de medios libres y diversos es parte indispensable del proceso democrático. Los medios proporcionan la pluralidad de voces y opiniones que informan al público, influyen en la opinión, y generan debate político. Promueven la cultura del desacuerdo con que debe contar toda sana democracia... Si una voz se hace demasiado poderosa, este proceso se pone en peligro y la democracia queda dañada”².

El posterior gobierno Laborista, en su propia consulta seis años más tarde, también destacó el papel de los medios en la promoción del debate público en una sociedad democrática: “buscamos la pluralidad de voces, dar a la ciudadanía acceso a una variedad de perspectivas... Una sociedad democrática depende de una cultura del desacuerdo, la cual inevitablemente disminuiría si sólo hubiera un número reducido de proveedores de noticias” (DMCS 2001: 7).

En ambos casos, estas declaraciones de principio democrático fueron seguidas de iniciativas políticas para liberalizar algunas de las restricciones a la propiedad pero conservaron —en deferencia al especial papel democrático de las empresas de comunicación— algunos mecanismos de regulación del interés público más allá de las meras reglas de la competencia.

En segundo lugar, las críticas han señalado que, lejos de garantizar un periodismo más fuerte y sano, la consolidación promueve una mayor centralización y un mayor énfasis en la rentabilidad de empresas recientemente extendidas, principalmente respecto a los servicios de la deuda incurrida en el proceso de extensión. Estos argumentos son apoyados con mayor intensidad por los sindicatos de periodistas, algunos grupos de la sociedad civil y parte del sector académico. Desde Estados Unidos, por ejemplo, el académico sobre derecho y comunicación C. Edwin Baker se refiere a lo que para él son los dos errores sistémicos de la concentración de los mercados de comunicación: “en primer lugar, la implacable búsqueda de beneficios y la obsesión con el balance final limitan la inversión en la creación de noticias y otros contenidos de medios culturales que la gente quiere y los ciudadanos necesitan. En segundo lugar, esta orientación hacia el balance final tiende a ser más extrema entre los grandes conglomerados de empresas, especialmente los que cotizan en bolsa” (Baker 2006: 29).

Sin embargo, estas preocupaciones están siendo planteadas, de forma creciente, por periodistas en ejercicio y algunos editores que están experimentando de primera mano lo que ellos perciben como una erosión de la calidad periodística, particularmente en los medios locales y regionales, más susceptibles respecto a las presiones centrífugas ejercidas por grandes corporaciones que buscan maximizar sus beneficios. Se alzan voces que critican la creciente dependencia de estos medios de los escándalos, el crimen y el sensacionalismo; de la dependencia, poco recomendada, de programas de relaciones públicas e información proveniente de agencias de noticias; la falta de un periodismo original y de investigación; disminución de los niveles de precisión y profesionalismo; reporteros encadenados a los escritorios cumpliendo con el creciente número de cen-



[2] Departamento de Herencia Nacional, *Media Ownership: The Government's Proposals (1995)*, párrafo 1.4.



tímetros de las columnas y tiempo de emisión, con fechas límite cada vez más cortas y con cada vez menos compañeros; y el potencial perjuicio, que todo esto supone, a nivel nacional y local mientras que instituciones locales como los tribunales, las escuelas, los hospitales y los servicios públicos siguen sin ser objeto de investigación y escrutinio. En un trabajo reciente sobre la prensa estatal y local y los fracasos de los cuatro grandes grupos de periódicos que abarcan el 72 por ciento de la prensa regional, el periodista Matthew Engel reconocía las actuales presiones financieras y añadía:

“En Reino Unido los grupos de noticias locales agravaban sus problemas debido a la equivocada política de expansión que han llevado a cabo durante los últimos años y décadas, junto al descuido editorial previo. Hay una buena razón por la que siempre han sido conocidos como harapos locales. Esta es una tragedia no sólo para nuestro sector. Lo es también para nuestra democracia, actualmente casi moribunda a nivel local y desesperadamente necesitada de celadores vigorosos... No podemos confiar más en estos contaminados y fracasados grupos de periódicos para que controlen el futuro. Sea lo que sea lo que los reemplace, bien sea en formato impreso o en línea o de cualquier otro modo, deberá surgir desde abajo” (Engel 2009: 55-62).

En Estados Unidos se han planteado preocupaciones similares sobre el impacto de la fusión tras la desregulación de la normativa de propiedad de la radio a principio de los años 90. Las críticas a Clearchannel, que se hizo con cientos de emisoras locales de radio, la acusaban de homogeneizar la música y centralizar la producción de noticias para ahorrar gastos en periodismo local. El Center for Public Integrity, el Project for Excellence in Journalism y la Consumers Union expresaron ante el Comité de Comunicaciones de la Cámara de los Lores su preocupación acerca de las compañías de comunicación financiadas públicamente que aspiran a obtener márgenes de beneficio de entre un 30 y un 40 por ciento y su impacto sobre la calidad del periodismo³. En su reciente libro sobre el estado del periodismo estadounidense, el veterano editor del *Washington Post*, Leonard Downie señala que la condición corporativa de la propiedad de los medios está forzando a los editores a centrarse en el balance final en perjuicio del periodismo de alta calidad: “el dominio de las cadenas en el sector se traduce en que la mayoría de los periódicos de las comunidades son gestionados, actualmente, por personas que priorizan los beneficios sobre el impacto periodístico”. La presión, en última instancia, proviene de los accionistas, de grandes inversores institucionales y de analistas en busca de promesas de mayor valor para las acciones. Downie documenta una serie de casos en los que las cabeceras que han pasado a manos de corporaciones como Knight Ridder y Gannet han sido objeto de reestructuraciones en las que los contenidos editoriales originales y ambiciosos han sido víctimas de importantes reducciones de costes.

Periodismo, democracia y diversidad

Estas experiencias tanto en el Reino Unido como en Estados Unidos — que también han estado presentes en muchos otros países europeos y que precedieron al impacto de internet— plantean tres cuestiones fundamentales: en primer lugar, la naturaleza de la producción de los medios esencial

[3] Selecto Comité de Comunicaciones de la Cámara de los Lores, *The Ownership of the News*, vol. 1, Report (Documento HL 122-I, 2008), 130-3.

o deseable para el buen funcionamiento de la democracia; en segundo lugar, la relación entre estructuras de propiedad y producción de medios; y por último, los nuevos enfoques sobre política y pluralismo de la propiedad de medios. Hasta la fecha, los enfoques sobre la propiedad se han planteado esencialmente en términos de medios y no de fines, esto es, comenzando con el principio incontestable de que el pluralismo es bueno, los actores políticos lo han promovido poniendo en funcionamiento un régimen regulatorio para evitar una aglomeración indebida. A través de la propiedad plural se entiende que conseguiremos el objetivo final de la diversidad de producción. El énfasis por lo tanto está en la restricción de la consolidación para mantener una variedad de propietarios: en otras palabras, un enfoque reactivo hacia la intervención política para adoptar medidas preventivas en lugar de un enfoque proactivo para establecer un marco impulsor y permisivo con fines claramente definidos.

Un enfoque más constructivo, más ajustado al nuevo mundo de los medios y a las nuevas realidades de la economía, daría comienzo con un análisis más sofisticado de los tipos de producción periodística — apropiado para una democracia vibrante tanto a nivel local como nacional — que deberíamos tratar de promover. Las propuestas convencionales se han concentrado, casi hasta la exclusión de todos los demás factores, en temas de diversidad de voces, centrado la amenaza en un diminuto grupo de magnates de los medios que han ejercido una influencia política indebida. Este concepto de diversidad es todavía relevante en la era multimedia de internet (uno sólo tiene que mirar la ausencia virtual de escrutinio crítico del primer ministro italiano para comprender los riesgos de la propiedad monolítica de los medios). Pero hay muchas otras manifestaciones de la diversidad y de una cultura periodística sana: cómo se tratan cuestiones cotidianas de relevancia para la gente; cómo se invierte en los periodistas y en su formación profesional; en qué medida se incorporan valores profesionales de exactitud e integridad en la práctica profesional diaria; si se cubren adecuadamente áreas especializadas como el transporte, la salud o la justicia criminal; el compromiso por el periodismo de investigación; el nivel de cobertura de temas locales y regionales; las conexiones con grupos de élite política, religiosa, financiera o de otro tipo con intereses a nivel local y nacional; y el nivel de rendición de cuentas de estos grupos.

A nivel local, las repercusiones de una rápida desaparición parcial del periodismo fue elocuentemente expresada por Joe Mathews, antiguo reportero de *Los Angeles Times*, quien recientemente escribió un apasionado ruego para que su “periódico agonizante” explicara cómo estaba comprometiendo irrevocablemente el interés público: “buena parte de la carne ría del actual sector de los medios no puede ser medida u observada: una corrupción no destapada, acontecimientos no presenciados, consejos para problemas que no llegan a oídos de nadie porque esos oídos han abandonado la sala de redacción. Si hay menos perros guardianes, hay menos ladridos. ¿Cómo podemos saber lo que nunca sabremos?” (Mathews 2009). En el Reino Unido, el eco de la famosa frase de Donald Rumsfeld respecto a la inteligencia iraquí — que hay conocidos desconocidos y desconocidos desconocidos — se observó en la actitud de Roy Greenslade, quien ofreció varios ejemplos del éxito de los periódicos locales y regionales británicos en el seguimiento “de los líderes del gobierno central y los servicios satélite que marcan una enorme diferencia en las vidas de la gente, como los fondos del Servicio Nacional de Salud, los colegios y las autoridades policiales”⁴.



[4] Greenslade, R. (2009), “What will we Lose if Regional Newspapers are Killed off?”, *Evening Standard* (25 de marzo).



En lugar de confiar en argumentos poco sistemáticos y anecdóticos sobre qué es lo que está en riesgo, puede ser más productivo subrayar el marco conceptual para identificar con mayor detalle el déficit democrático del periodismo. Esto nos permitirá ir más allá de meras nociones convencionales demasiado bruscas y rudimentarias sobre 'la diversidad de voz', y alcanzar áreas tangibles en las que el periodismo realice una contribución vital en la vida democrática y cívica, particularmente a nivel local. Conceptualmente, es posible identificar por lo menos cuatro áreas: información, representación, campañas e interrogación.

Información

La información relevante puede adoptar muchas formas. Para que los ciudadanos entiendan y participen en sus comunidades locales tienen que permanecer informados sobre temas tales como aplicaciones de planeamiento, nuevas iniciativas locales en transportes, propuestas para cerrar un nuevo ala de hospital o abrir un nuevo centro de salud o cambiar el estilo de la policía local. Dicha información no tiene por qué ser instrumental, sino simplemente capaz de generar concienciación: tanto a nivel local como nacional, la gente quiere estar informada —sucintamente, con precisión y de manera accesible— sobre el mundo que les rodea y habitualmente confían en el mero acto periodístico de realizar reportajes para su conocimiento. La cobertura de crímenes, por ejemplo, ha sido la base de las noticias locales durante generaciones, pero hay muchos otros acontecimientos significativos que están en el centro del conocimiento comunitario, la identidad local y la acción individual: informes judiciales, decisiones de ayuntamientos, nuevas oportunidades de trabajo, nombramientos clave en instituciones locales como colegios o estaciones de policía u hospitales, logros conseguidos por gente local a nivel nacional e internacional, progresos de los equipos deportivos locales o actividades de grupos locales de servicios.

Representación

La representación hace referencia al flujo de información en sentido contrario: la acción de hacer llegar la voz popular de los ciudadanos y votantes a las élites locales y nacionales. El papel de los medios como tribunos de los ciudadanos es, desde hace tiempo, una característica central a nivel tanto nacional como local, facilitando, por un lado, la expresión de la opinión popular —a través de cartas, programas de discusión u otros formatos de participación ciudadana— y garantizando, por otro lado, que la perspectiva colectiva llegue a quienes toman las decisiones.

Históricamente, los periódicos locales y las estaciones de radio enraizadas en la comunidad han sido manifestantes crucialmente importantes del desacuerdo con respecto a proyectos de gran escala como, por ejemplo, la construcción de un gran estadio o la inadecuación de salas de hospitales locales o alegaciones de maltrato en residencias. Los medios locales pueden ser promotores de sus propias localidades, a través de llamadas de atención a los gobiernos o instituciones nacionales en relación con logros, insuficiencias o carencias que pueden derivar respectivamente en un mayor reconocimiento, inversión económica o acción de reparación.

Campañas

Los medios pueden adoptar una forma más proactiva de representación a través de instigadores de campañas de interés público. Tanto a nivel local como nacional, los periódicos, en particular, siguen la tradición de identifi-

car temas que son directamente relevantes para sus lectores y reclamar acciones políticas. A nivel nacional, estas campañas habitualmente abordan amplias cuestiones políticas, como, por ejemplo, Europa o cambios en la política de justicia criminal. Habitualmente, estas campañas son dictadas por agendas editoriales o de los propietarios de los medios, lo cual destaca la importancia de la pluralidad de fuentes editoriales. A nivel local, no obstante, dichas campañas son inevitablemente más provincianas y más ajustadas a las necesidades específicas de las comunidades locales.

Pueden involucrar reclamaciones de organizaciones de voluntariado o campañas para la acción sobre una carretera insegura o en contra de la propuesta de cierre de un servicio local. Tradicionalmente, los periódicos y las radios locales, y en menor medida los canales regionales de televisión, han considerado que tales campañas constituyen un elemento integral de su pertenencia a la comunidad local, no se trata meramente de descubrir e informar sobre los acontecimientos, sino de hacer uso de ellos para orquestar llamadas para la acción de las autoridades competentes.

Interrogación

Una parte central de la contribución de los medios es su papel como organismos de control, haciendo rendir cuentas a las autoridades locales y corporaciones privadas y desarrollando investigaciones independientes para descubrir casos de corrupción, injusticias, malversación pública, avaricia corporativa y acciones similares. Este papel interrogatorio, que habitualmente requiere sustanciales recursos y apoyo institucional para ser efectivo, puede tener lugar a nivel local en los sectores público y privado desde oficiales de ayuntamientos, gobernadores de escuelas, hospitales y fuerzas policiales, hasta tribunales de justicia, servicios sociales, empleadores principales y otros negocios. Dicha actividad de control depende del apoyo institucional y de la concurrencia de recursos adecuados, cuando estos van agotándose, los mecanismos de las organizaciones y las autoridades locales se reducen y, por lo tanto, podría decirse que estas autoridades responden peor a las necesidades de la comunidad local.

El papel de los nuevos medios

Si bien no es exhaustivo, este marco ofrece una referencia para identificar una diversidad de contenidos que actualmente está en riesgo. Por supuesto, también hay nuevas oportunidades. Las nuevas tecnologías que están socavando los viejos modelos de negocios de los medios tradicionales —nuevos medios en línea, móviles e interactivos— ofrecen oportunidades periodísticas además de amenazas. Algunos entusiastas de los nuevos medios están convencidos de que el periodismo ciudadano y el material generado por los usuarios no proporcionará mucha más información que los limitados viejos medios, pero será más rápido, más barato, más accesible y menos susceptible a las tradicionales jerarquías editoriales propias de los antiguos medios de masas. Y es cierto que la información está más disponible a través de los sitios de internet de organizaciones nacionales y locales, que particularmente las instituciones públicas están siendo más presionadas para demostrar su transparencia en línea y que la información directa de incidentes y dramas a través de teléfonos móviles y PDAs ha añadido una nueva dimensión a la definición de periodismo.

Sin embargo, cuando se comparan con los criterios y referencias de diversidad periodística señalados previamente, hay muchas áreas en las





que los nuevos medios o bien están fracasando o no están preparados para jugar algo más que una función meramente periférica. El *duro trabajo* de informar periódicamente, las costosas investigaciones de largo recorrido, el seguimiento de determinadas fuentes y los tipos de enfoques interrogativos aplicados por periodistas profesionales en la práctica editorial diaria no tienen réplica en el mundo en línea, excepto en los formatos en línea de los medios tradicionales. Un estudio reciente de las noticias internacionales en línea descubrió que, pese a la proliferación de fuentes, había fundamentalmente cuatro organizaciones a cargo de la mayoría de la información internacional y concluyó que “la economía política de las noticias en línea no se basa en la diversidad sino en la concentración, y el potencial democrático de los medios sigue siendo eso, potencial...”, pese a la avalancha de información en línea disponible, las antiguas fuentes más conservadoras de medios siguen siendo los contadores privilegiados de las historias que circulan sobre el mundo” (Paterson 2006: 20).

Los medios locales están en una posición más precaria porque rara vez pueden confiar en agencias de noticias o instituciones de noticias nacionales para ofrecer historias de relevancia inmediata para sus comunidades locales. Confiar en los nuevos medios — al menos en su actual estado fragmentado y formativo — para proporcionar la diversidad del periodismo original señalada previamente es, cuanto menos, problemático. En el mayor estudio hasta la fecha sobre las condiciones del periodismo contemporáneo en el Reino Unido, investigadores del Programa de Medios Goldsmiths señalan que:

“La economía de noticias sigue estando en contra de los recién llegados al escenario de las noticias nacionales, bien sean medios tradicionales o nuevos... Mientras los medios convencionales reinvierten más recursos en operaciones *online* que generalmente acarrearán pérdidas... la concurrencia de más presiones comerciales va a aumentar, probablemente, la tentación de depender cada vez más de formas más baratas de recopilación de noticias en detrimento del periodismo profundo y original. Parece incluso más probable que las voces en internet estarán dominadas por los proveedores de noticias más importantes y más establecidos, que duplicarán los mismos intereses comerciales para hacer que las noticias se ajusten a los intereses comerciales conduciendo a cualquier cosa menos a la diversidad” (Fenton 2010: 14).

Y si bien reconoce que hay nuevas voces y nuevas formas de compartir y difundir información, el estudio es fundamentalmente pesimista sobre la naturaleza transformadora de internet para el periodismo de interés público. Concluye que “internet puede ser visto, por muchos, como una contribución a la asfixia del periodismo para el bien público y de interés público” y que “lejos de reproducir una diversidad de perspectivas, el contenido de las noticias en línea es fundamentalmente homogéneo”. Quizá lo más preocupante, particularmente para la salud del periodismo local, es que el estudio “encontró pocas pruebas de que los nuevos medios estén siendo establecidos para permitir a los periodistas hacer más periodismo o involucrar al público de forma más efectiva” (Fenton 2010: 15).

Esto no significa que algunos aspectos de las nuevas tecnologías digitales y el mundo de los medios en línea no puedan ser aprovechados para avanzar en el tipo de contenidos democratizadores, participativos

y capacitadores que habían sido esperados por los más optimistas. Sin embargo, para lograrlo, necesitamos profesionales comprometidos en lugar de aficionados a tiempo parcial; recursos adecuados y formación; y estructuras organizativas que faciliten el ejercicio del periodismo a nivel nacional y local, bien sea de forma impresa, emitiéndolo u *online*. Esto nos conduce a la crítica cuestión sobre la organización de dichas estructuras y cómo podemos vincular distintas manifestaciones de propiedad y control con las formas de diversidad en la producción acordes con una ciudadanía participativa bien informada.

Estructuras de propiedad y diversidad periodística

En teoría, hay esencialmente dos tipos de empresas de medios: las de propiedad privada y financiadas comercialmente, y las de propiedad pública y financiadas a través de los impuestos. En la práctica, existen un gran número de variantes en estos dos modelos con diferentes enfoques sobre la propiedad privada, diferentes marcos regulatorios, diferentes formas de propiedad pública y diferentes métodos de suscripción pública. Podría entenderse que cada una de estas variantes en sí misma tiene distintas consecuencias para la producción periodística y para cuestiones más amplias tales como la inversión en formación, actitudes y profesionalismo, estilo periodístico y priorización en la agenda de algunas noticias. El propósito de esta sección no es reproducir la relación de estructuras organizativas de producción de noticias, sino identificar las formas en que — en base a pruebas empíricas — distintas estructuras de propiedad pueden ser claramente vinculadas a distintos tipos de diversidad. Esto, en cambio, nos lleva a algunas conclusiones sobre nuevas direcciones políticas que han de llevarse a cabo para facilitar la tarea periodística y los nuevos enfoques necesarios para definir el interés público.

Hemos visto cómo corporaciones públicas se están viendo obligadas a reducir sus operaciones periodísticas para maximizar los dividendos de los accionistas y satisfacer a los inversores institucionales. Las que son propiedad de grandes firmas se ven sometidas a una presión similar, quizás incluso mayor, a corto plazo, para satisfacer grandes deudas generadas en el proceso de absorción. Tanto las obligaciones fiduciarias con respecto a los accionistas, como la urgencia por reducir la pesada carga de la deuda imponen obligaciones a corto plazo para las corporaciones de medios, que habitualmente no concuerdan con la inversión a largo plazo necesaria para mantener una empresa periodística bien financiada. Para los medios locales que forman parte de grandes corporaciones, los procesos de centralización, estandarización, los enfoques editoriales, y la homogeneidad en la producción, forman parte del proceso para maximización el valor de las acciones. Si bien se trata de un enfoque de negocios sensato a corto plazo, constituye un sacrificio para el periodismo local enraizado en las comunidades locales: es muy difícil cuantificar el rédito financiero del buen periodismo, pero es muy fácil cuantificar el coste de los salarios de los periodistas así como otros gastos.

Estas influencias pueden ser mitigadas, sin duda, con una visión a largo plazo por parte de los propietarios individuales — cuando mantienen el control — y con unos factores culturales, históricos o regulatorios únicos para organizaciones específicas. A nivel nacional, ITV ha señalado su compromiso continuado respecto a las noticias nacionales e internacionales, un compromiso que deriva en parte de sus obligaciones regulatorias pero





también de su historia institucional y de su propia confianza en la audiencia y la relevancia de las noticias. Canal Cinco, propiedad de RTL, que asimismo es controlado en un 90 por ciento por la compañía alemana de noticias Bertelsmann, está igualmente comprometido – con su actual propietaria – con un sistema de noticias debidamente financiado pese a que las noticias no ofrecen beneficios. Canal 4, financiado comercialmente pero de propiedad pública y regulado por ley, desde sus inicios en 1982 ha ofrecido un noticiario serio en *prime time* y ha enfatizado la importancia vital de las noticias, incluso cuando está sufriendo una nefasta crisis financiera en sí mismo.

Cada una de estos canales indicó, con todo detalle, ante el Comité de Comunicaciones de la Cámara de los Lores de qué manera sus prioridades editoriales y agendas de noticias eran definidas por claros valores organizacionales y culturales: Canal 4 busca en su cobertura de noticias la profundidad, extensión y perspectivas que “no son buscadas en ningún otro lugar”, y deliberadamente adopta un enfoque más multicultural, “mirando al mundo con las perspectivas de otras personas”. ITV pone el acento en una perspectiva diferente a la de la BBC, “más accesible sin ser frívolos”. Canal Cinco adopta una visión distintiva de las noticias con una atención especial a la claridad, siendo “más moderno, claro y directo que otros”, pero no intenta realizar periodismo de investigación o de formato documental⁵. En estos tres casos, si bien sus noticiarios proceden de otras organizaciones de noticias (ITN para ITV y Canal 4; Sky News para Cinco), queda patente que los requisitos editoriales generales eran fijados por las emisoras en línea con sus propios valores institucionales y prioridades corporativas.

Respecto a los periódicos nacionales hay muchas pruebas de la influencia de las agendas corporativas sobre las posiciones editoriales sobre Europa, la economía o el cambio climático, o también respecto al nivel de cobertura destinado a las celebridades, eventos en el extranjero e investigaciones rigurosas. Queda patente que los grandes grupos de medios en los que la agenda está controlada por un solo individuo – como Lord Rothermere en Associated Newspapers o Rupert Murdoch en News Corp – están mejor preparados para adoptar una visión más a largo plazo sobre el periodismo, el marketing y las nuevas iniciativas. Queda también claro, como en el caso de la televisión, que diferentes estructuras corporativas derivan en distintas prioridades editoriales. El espíritu editorial de *The Guardian* todavía está muy influenciado por los principios de su fundador C. P. Scott, ahora adoptados por el Scott Trust, propietario del periódico, y se refleja en un esfuerzo consciente por mantener una distinción entre información y opinión, así como por conservar un enfoque periodístico especializado en áreas como la ciencia, la educación o los medios. Paul Myners, presidente de Guardian Media Group, describió el modelo de Scott Trust como un modelo en el que la visión editorial a largo plazo es más importante que los beneficios a corto plazo y que, por lo tanto, “otorga a los editores un nivel de independencia y libertad que... es una fuente de ventaja comparativa para nosotros”. Un modelo similar de propiedad y libertad editorial es el de *The Economist*, donde la mitad de sus acciones son propiedad del *Financial Times*, subsidiario de Pearson, y la otra mitad pertenece a un grupo de accionistas independientes incluyendo miembros del personal. La independencia editorial queda garantizada a través de un consejo de administración, que nombra formalmente al editor y ha de aprobar cualquier destitución. Por lo tanto, el editor es libre de diseñar el

[5] Comité de Comunicaciones de la Cámara de los Lores (ver n. 7), párrafo. 151-3.



estilo distintivo editorial del periódico, basado en la confianza en el libre mercado y los reportajes anónimos.

A nivel local, mientras que los viejos negocios familiares han dado lugar inexorablemente a las eficiencias de mercado de la propiedad de la cadena, también se han producido importantes éxitos, bien en el mantenimiento de una visión familiar particular o en su mantenimiento a través de acuerdos equivalentes. En Florida, el último propietario de *St Petersburg Times*, Nelson Poynter, estableció un instituto de medios sin ánimo de lucro que actualmente es propietario del periódico. Poynter indicó que el periódico debía ser gestionado para beneficio del público y, de acuerdo con Leonard Downie Jnr, esto “ha permitido que *Times* se haya convertido en el mejor periódico de Florida” (Downie y Kaiser 2003: 76).

En el Reino Unido, el propietario y editor del semanario *New Milton Advertiser and Lymington Times* — con una tirada de 21.000 ejemplares— escribió recientemente sobre “cómo y por qué un periódico relativamente pequeño, que no pertenece a ningún grupo, ha capeado el temporal de la creciente recesión mejor que la mayoría”, incluyendo un compromiso con la formación y el aprendizaje, así como una clara apreciación de los temas que importan a la comunidad local (Curry 2009: 63-6).

Es importante mirar con atención las iniciativas privadas locales, para lo cual hace falta mucha más investigación sobre las distintas prioridades editoriales de tales empresas y en qué medida y cómo pueden ser emuladas por un clima tecnológico y económico muy diferente. Los negocios familiares pueden también sufrir por su cercanía con respecto a las élites locales — políticos, concejales y líderes de las autoridades judiciales, policía y sector de la salud— lo cual afectaría negativamente a su función de órganos de control. No obstante, pueden ofrecer un contrapeso a los grandes conglomerados. Un estudio comparativo reciente sobre las distintas formas de propiedad de los periódicos realizado por dos economistas de medios señalaba:

“Mientras que los propietarios individuales y familiares de los periódicos locales han tenido que afrontar la presión de sus comunidades para producir periódicos que abordaban cuestiones de la comunidad, los propietarios corporativos sufren la presión de los inversores profesionales. Por lo tanto, la búsqueda de mayores márgenes de beneficios a corto plazo podría hacer que los propietarios corporativos se vieran forzados a reducir la calidad y la cobertura geográfica del periodismo y el número de periodistas” (Picard y van Weezel 2008: 22-31).

A nivel regional, esto es precisamente lo que les ha ocurrido a las noticias de televisión en el Reino Unido con la decisión de ITV de que un compromiso continuado con las noticias regionales más allá de 2011 es incompatible con su necesidad de seguir siendo rentable y financiar otras áreas de la programación. Dado el valor prestado por los espectadores a las noticias regionales y a la importancia democrática de la inversión continuada en el periodismo de televisión a nivel local y regional, la retirada de ITV genera un importante espacio vacío en la provisión de noticias, pero también ofrece una oportunidad para introducir algunos enfoques imaginativos sobre la financiación de noticias locales. Lo mismo puede decirse de la radio local. Las emisoras comerciales han recortado gastos progresivamente en periodismo local, confiando más en los servicios de noticias proporcionados nacionalmente y siendo cada vez menos efectivas como patrocinadoras de un periodismo local serio. No parece probable que un mercado consolidado de



radio local vaya a realizar inversiones voluntarias en un periodismo local de alta calidad, a no ser que esto sea requerido a través de imposiciones regulatorias estrictas.

Al igual que las estructuras de consejos en el sector impreso, combinando una mayor libertad editorial con una visión más a largo plazo de la inversión en periodismo, recientemente se ha aplicado el modelo sin ánimo de lucro a la radio. La Community Radio Order de 2004 dio a Ofcom la facultad de otorgar licencias a emisoras comunitarias de radio sin ánimo de lucro, en base a unos criterios estrictamente definidos relacionados tanto con beneficios sociales como con restricciones para la generación de ingresos de publicidad y patrocinios (generalmente fijadas en el 50 por ciento). Los proveedores de radios comunitarias no pueden estar motivados por intereses financieros, han de demostrar que los miembros de la comunidad han tenido la oportunidad de participar y deben rendir cuentas ante la comunidad a la que sirven. Existen cuatro objetivos sociales obligatorios: ofrecer un servicio inexistente de otro modo a una comunidad; facilitar la “discusión y la expresión de opiniones”; ser educativo y formativo; y “lograr un mejor entendimiento de la comunidad y fortalecer los vínculos en la misma”⁶. Cada emisora de radio adopta una serie de compromisos clave relacionados con estos objetivos sociales y Ofcom hace el seguimiento del cumplimiento a través de informes anuales remitidos por los titulares de las licencias. En marzo de 2009, Ofcom había concedido licencias a 191 emisoras, como concesiones de autoridades locales, siendo pública tan sólo cerca de la mitad de la financiación del sector. También hay un fondo de 500.000 libras para concesiones puesto a disposición por el Ministerio de Cultura, Medios y Deporte (DCMS, por sus siglas en inglés) y administrado por Ofcom, alcanzando unas 15.000 libras por estación (Ofcom 2009: 2 y 12).

Estas emisoras están bien equipadas para responder a los roles de campaña e información del periodismo señaladas previamente, pero no cuentan con suficientes recursos y no están pensadas para jugar un papel clave en la interrogación.

Nuevas plataformas en la red están también emergiendo a nivel ultralocal, o hiperlocal, que también tienen el potencial de jugar un rol importante facilitando el debate en grupos muy locales y manteniendo a la población local informada sobre acontecimientos muy próximas. En Estados Unidos, la Fundación Knight ha financiado 35 experimentos web locales en un intento de combinar publicidad hiperlocal *online*, con búsqueda hiperlocal de noticias. El fundador de uno de estos experimentos en Chicago, EveryBlock, describió cómo la policía atendió una llamada por un asalto doméstico apenas a dos manzanas de distancia de su casa, en una tienda *gourmet* que no había aprobado la inspección de sanidad de la ciudad (Miller; Stone, 2009).

En 2006 se hizo un experimento similar en Londres cubriendo una zona ligeramente más amplia que Kings Cross, con un sitio web seguido de un canal de televisión local en internet. Se define como “un boletín de la comunidad y un servicio de noticias y campañas *online* para gente interesada en su barrio”, y cubre todo tipo de temas desde crímenes locales, licencias, limpieza de las calles y problemas de transporte hasta temas de naturaleza, historia y gente de interés⁷.

Estas son algunas de las emocionantes, innovadoras, abiertas y no jerárquicas iniciativas que pueden jugar un papel significativo en la cohesión de las comunidades, manteniéndolas informadas y permitiéndoles resolver sus problemas cotidianos. Pero también son operaciones precarias y sustentadas con muy poco dinero, que habitualmente sobreviven con el apoyo

[6] The Community Radio Order 2004, Reglamento N° 1944 (Reglamento, 2004), s. 2.2.

[7] Información consultada en: www.kingscrossenvironment.com

de obstinados entusiastas que no pueden llevar a cabo un periodismo de investigación. También generan un conocimiento especializado sobre una serie de cuestiones locales o tienen suficiente autoridad o determinación para hacer el seguimiento de varios poderes locales. No pueden interrogar, no pueden informar en gran detalle ni pueden tampoco representar, dado el escaso número de personas que generalmente participan en estos sitios. Las nuevas plataformas ofrecen una variedad de oportunidades de medios, pero no sirven de sustituto de lo que el documento de política del gobierno *Digital Britain* denomina “la vital función cívica del periodismo” (DCMS/DBIS, 2009: 149).

Periodismo, propiedad e interés público

Con este objetivo en mente, *Digital Britain* ha destacado planes, originariamente propuestos por Ofcom para los Consorcios Independientes de Noticias (IFNC, en inglés) para ofrecer noticias regionales en los espacios libres de Canal 3 e ITV. Un consorcio podría incluir “grupos de periódicos u otras agencias de noticias”, ofreciendo así la posibilidad de que los periódicos, y las radios, se involucren en las noticias de la televisión local por primera vez. Dichos servicios de noticias serían multimedia y ofrecerían “un elevado localismo” pero, dada la escasa financiación comercial, requerirían financiación pública. Se concederán contratos en base a criterios de interés público, los cuales incluirían altos estándares editoriales, el compromiso con un periodismo original y de investigación y la formación (Ídem: 156-7). La BBC ha mostrado su interés por facilitar recursos regionales, como estudios.

Si bien la mecánica de estas operaciones requerirá mayor exploración, los IFNC podrían ofrecer el tipo de enfoque creativo estructural necesitado por el periodismo local. Sin embargo, mucho depende del rigor en la aplicación de los criterios de interés público para conceder contratos de noticias regionales y de la determinación, tanto del gobierno como del regulador, para implementar y hacer el seguimiento de tales criterios para garantizar que los consorcios no están dominados ni por prioridades editoriales de un socio particular ni por un énfasis corporativo excesivo en el balance final. Para facilitar la inversión privada en el periodismo local, el gobierno ha mostrado su inclinación por flexibilizar las reglas de propiedad de varios medios “para apoyar la consolidación de medios locales y permitir más economías a escala” (Ídem)⁸. No obstante, tal como hemos visto, la consolidación no es una panacea en sí misma por la falta de inversión en periodismo y, a falta de otras garantías para proteger la diversidad, podría incluso tener el efecto de perjudicar la pluralidad que los IFNC, las radios comunitarias y otras iniciativas en la web podrían conseguir.

Una posible solución para esta tensión tradicional entre los imperativos económicos y democráticos por mantener un periodismo diverso y de alta calidad podría ser el repensar los requisitos de interés público, que ahora forman parte integral del régimen de fusión de medios. En su revisión del régimen de fusión de medios locales publicado junto con *Digital Britain*, la Oficina de Comercio señaló que había recibido varias propuestas en el sentido de que “las consideraciones de interés público deben expandirse para incorporar provisiones relativas al impacto de una fusión en la generación de noticias” (Office of Fair Trading 2009: 53).

Esto se refiere al Examen de Interés Público integrado en la Ley de Empresas de 2002 por la Ley de Comunicaciones de 2003, que fue diseñado para garantizar la pluralidad de los medios cuando se eliminaron las an-



[8] Esto ha sido reforzado con la recomendación de Ofcom realizada con ocasión de la revisión de la normativa de propiedad de medios por la que la normativa de multipropiedad de medios debe ser liberalizada para que la única restricción se ajuste a la propiedad sobre: periódicos locales (con más del 50 por ciento de cuota de mercado local); una emisora de radio local; y la licencia regional de Canal 3: Ofcom, *Media Ownership Rules Review* (31 de julio de 2009), para. 1.52.



tiguas restricciones sobre la propiedad. Respecto a las transacciones entre medios, actualmente hay tres consideraciones de interés público: el mantenimiento de una pluralidad suficiente; la garantía de una alta calidad y un amplio abanico de material en la emisión; y el compromiso con respecto a los requisitos de perjuicios, ofensas e imparcialidad estipulados en la sección 319 de la Ley de Comunicaciones.

Dado que dicha pluralidad, tal como hemos visto, no garantiza la diversidad ni ningún compromiso con el periodismo, el examen en su formato actual parece no señalar nada respecto a la relación entre interés público, democracia y periodismo. Una interpretación más amplia y debidamente implementada del interés público, relacionada específicamente con la diversidad de productos tal como se señaló en el marco previamente, podría formar parte de un enfoque más moderno sobre la política de propiedad de medios. Potencialmente podría revitalizar el periodismo a nivel local, donde los recursos están menos repartidos y el periodismo cívico encuentra más dificultades.

Tal como indica el informe de la OFT (Oficina para el Comercio Justo), el Comité de Comunicaciones de la Cámara de los Lores recomendó el año pasado que el examen de interés público debería ser modificado “para hacer referencia específica a la necesidad de clarificar si una fusión impactará negativamente en la generación de noticias”⁹. De hecho, un régimen fortalecido que se concentrara en la contribución democrática de un periodismo diverso y con recursos podría llegar significativamente más lejos: podría exigir garantías de formación profesional, inversión y distintos tipos de producción periodística. Podría establecer una serie de criterios que, como se dijo previamente, estarían basados en la contribución del periodismo para la democracia local. Si las consideraciones de dicho examen fueran suficientemente expandidas y debidamente implementadas, podría ofrecer una plataforma precisa para los tipos de actividades que la mayoría de las empresas consolidadas de medios impulsan, con garantías adecuadas para asegurar que dicha consolidación produzca el tipo de periodismo que, habitualmente, es prometidos.

Conclusión

El fortalecimiento de este régimen de interés público es una mera proposición que aborda una cuestión central en este artículo: la protección de la competencia como un medio para garantizar el pluralismo no es ni una condición necesaria ni suficiente para fomentar la diversidad periodística. La intervención gubernamental y regulatoria para facilitar distintas *estructuras* de propiedad — financiadas a través de una serie de fuentes comerciales, no comerciales y públicas — es una forma más fiable para lograr el objetivo de la diversidad. Pero tales intervenciones necesitan ser complementadas con definiciones de interés público coherentes, robustas y debidamente implementadas, vinculadas directamente al rol del periodismo en el sostenimiento de la democracia. Estos resultados pueden ser evaluados en términos de inversión, formación o dentro del marco para el compromiso democrático destacado previamente: ¿En qué medida contribuyen a informar, llevar a cabo campañas, representar o interrogación? Algunos de estos resultados pueden ser observados empíricamente, o incluso medidos, mientras que otros son más rudimentarios y subjetivos. El modelo para la evaluación podría ser la perspectiva de beneficio social propuesta por Ofcom en base a la Community Radio Order, pero reconsi-

[9] Comité de Comunicaciones de la Cámara de los Lores (n. 7), párrafo 243



derado como un ‘beneficio democrático’ en línea con los objetivos periodísticos más amplios de tales empresas. La evaluación de resultados en base a criterios de transparencia de valor cívico no será fácil, tal como advirtió el Instituto Reuters en sus propias recomendaciones en defensa de incentivos fiscales para afrontar el déficit democrático de un periodismo en retroceso (Currah 2009: 145-6).

Pero con un pensamiento suficientemente creativo y con voluntad política y regulatoria, se puede conseguir. El 26 de febrero, un grupo multipartito de 140 miembros del Parlamento pusieron sus nombres en una moción lamentando la “falta de inversión en periodismo local por parte de los propietarios de proveedores de noticias locales”. Algunos de estos parlamentarios ya estaban observando la devastación de periódicos locales, emisoras de radio y centros regionales de televisión en sus propias circunscripciones, y comprendieron que se estaba produciendo un rápido vacío periodístico. La moción concluía con una petición al Gobierno para que “explora soluciones innovadoras para preservar el periodismo local y garantizar que el apoyo del Estado, bien en forma de medidas desregulatorias o de ayudas financieras, se destinará, únicamente cuando se garantice firmemente la inversión, al periodismo local”¹⁰. Nuevas plataformas y nuevas tecnologías, así como canales de gran audiencia, como los espacios de noticias regionales de ITV, ofrecen una oportunidad única para lograr esas soluciones innovadoras. No obstante, requieren un enfoque más proactivo con una definición más amplia del interés público en términos de contribución del periodismo a la democracia, promoviendo el pluralismo en las estructuras de medios, en lugar de un enfoque reactivo que meramente tienda a una mayor aglomeración de gran escala.

Bibliografía referenciada

- Baker, C. (2006), *Media Concentration and Democracy: Why Ownership Matters*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Coleman, S., Anthony, S. y Morrison, D.E. (2009), *Public Trust in the News. A constructivist study of the social life of the news*, Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford.
- Currah, A. (2009), *What's Happening to Our News*, Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford.
- (2009), *Navigating the Crisis in Local and Regional News: A Critical Review of Solutions*. Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford.
- Curry, C. (2009), “Crisis? What Crisis?”, en *British Journalism Review*, 20/2.
- DCMS/DBIS, *Digital Britain: Final Report* (Cm 7650, Reglamento, Junio de 2009), 149.
- Departamento de Cultura, Media and Sport (DMCS) (2001), *Consultation on Media Ownership Rules*: 7.
- Downie L. y Kaiser R. G. (2003), *The News about the News: American Journalism in Peril*, Vintage Books, Londres.
- Enders Analysis, “OFT Approach to Local and Regional Newspaper Mergers”, 19 de junio de 2009 [2009-074e]
- Engel, M. (2009), “Local Papers: An Obituary”, en *British Journalism Review*.
- Fenton, N. (2010), “Drowning or Waving? New Media, Journalism and Democracy”, en Fenton, N. (ed.) *New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age*, Sage, Londres.
- Fossato, F.; Lloyd J. y Verkhovsky A. (2008), “Web that Failed: How opposition politics and independent initiatives are failing on the internet in Russia”, Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford.

[10] Consultado en: edmi.parliament.uk



- Gardam, T. y Levy, D., eds. (2009), *The Price of Plurality: Choice, Diversity and Broadcasting Institutions in the Digital Age*, Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, Oxford.
- Gowing, N. (2009), "'Skyful of Lies' and Black Swans: The new tyranny of shifting information power in Crises", Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford.
- Gustafsson, K.; Örnebring E. H. y Levy, D. (2009), "Press Subsidies and Local News: The Swedish Case", Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford.
- Hayes, J. (2009), "A Shock To The System: Journalism, Government and the Freedom of Information Act 2000", (<http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk>).
- Lloyd, J. y Hobsbawm, J. (2008), *The Power of the Commentariat*, Intelligence Ltd (<http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk>)
- Mathews, J. (2009), "The Morgue: A Reporter's Elegy for his Dying Paper", en *New Republic* (www.tnr.com).
- Miller, C. y Stone, B. (2009), "'Hyperlocal' Web Sites Deliver News Without Newspapers", *New York Times* (www.nytimes.com).
- Ofcom (2009), *Community Radio: Annual Report on the Sector*.
- Office of Fair Trading, *Review of the Local and Regional Media Merger Regime* (Informe Final, OFT1091, junio 2009).
- Örnebring, H. (2008), "Comparative European Journalism: The State of Current Research", (<http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk>).
- (2009), "The Two Professionalisms of Journalism: Journalism and the changing context of work", en *International Journal on Media Management*, 10: 22-31, (<http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk>).
- Painter, J. (2008), "Counter-Hegemonic News: A case study of Al-Jazeera English and Telesur", Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford.
- Paterson, Ch. (2006), "News Agency Dominance in International News on the Internet", en *Papers in International and Global Communication*, 01/06, Centre for International Communications Research, University of Leeds.
- Picard, R. G. y van Weezel, A. (2008), "Capital and Control: Consequences of Different Forms of Newspaper" en *The International Journal on Media Management* 10(1): 22-31.
- Whittle, S. y Cooper, G. (2009), *Privacy, Probity and Public Interest*, Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford.