

Universidad Nacional de Córdoba
Centro de Estudios Avanzados
Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea

**Democracia, ciudadanía y periodismo.
Perspectivas en torno a sus articulaciones
en las sociedades mediatizadas**

Tesis para optar por el título de Magíster en Comunicación y Cultura
Contemporánea

Autora: Lic. Líbera Guzzi
Directora: Profesora María Cristina Mata

Diciembre de 2014

“... hasta que te das cuenta de que tenés un arma: la máquina de escribir”
(Rodolfo Walsh, entrevista de Ricardo Piglia, marzo de 1970)

“... el periódico y el periodista de campaña representaban la libertad de prensa que
algún día se habría de lograr pese a la prepotencia de los comisarios y matones.
Mi experiencia de periodista me dice que aún no se ha logrado y que es cada vez más
difícil, aunque ahora sean otras las técnicas de los que insensiblemente gobiernan
realmente y no en apariencias”
(Arturo Jauretche, *Manual de Zonceras Argentinas*, 1968)

Resumen

En el marco de la centralidad que han adquirido los medios y sistemas de información en la sociedad mediatizada, la presente investigación aborda críticamente la vinculación entre las lógicas y prácticas periodísticas, y la vigencia de la democracia, a partir del relevamiento y análisis de tres perspectivas teórico-pragmáticas que se desarrollaron en distintos países de América desde la década del 80.

Las perspectivas que se analizan son el **public journalism** –que surgió a fines de los años 80 en los Estados Unidos-, el **periodismo público colombiano** –que surgió una década después, en la ciudad de Medellín-, y el **periodismo social** –que nació luego de la crisis de 2001 en la Argentina-. Ellas comparten en principio algunas críticas a lo que denominan “periodismo tradicional”, sostienen que los medios de comunicación han sido parte fundamental de la crisis de legitimidad que atraviesa el sistema democrático, y plantean en consecuencia un conjunto de propuestas orientadas a transformar al periodismo profesional.

A partir del reconocimiento de las condiciones objetivas y subjetivas que facilitan o restringen las posibilidades de ejercer la ciudadanía comunicativa (Mata, 2003b, 2005b, 2006, 2008), y en el contexto de las fuertes polémicas que se han desatado en América Latina en general en relación al poder corporativo de los medios de comunicación y la amenaza que ellos representan para la vigencia y consolidación de la democracia, cobra relevancia la comprensión de los modos en que las lógicas y prácticas periodísticas inciden en la configuración de la ciudadanía como condición subjetiva contemporánea.

La investigación desarrollada se articuló a partir de tres dimensiones de análisis: en primer lugar, las concepciones sobre democracia, ciudadanía y derechos a la comunicación que dan sustento teórico-conceptual a las perspectivas estudiadas; en segundo lugar, las representaciones acerca de las condiciones socio-históricas en las que cada una de ellas se fundamenta; finalmente, el repertorio de prácticas que proponen para el desarrollo de un tipo diferente de periodismo que de cuenta del rol que los medios deben cumplir en los regímenes democráticos, de acuerdo con los principios teórico-normativos planteados en cada perspectiva.

El trabajo plantea algunas observaciones críticas a las perspectivas analizadas, pero también recupera los aspectos en los que ellas contribuyen a pensar la transformación

del periodismo en orden a facilitar el reconocimiento y ejercicio de la ciudadanía en el ámbito de la comunicación pública.

Abstract

Considering the centrality that the media and information systems have acquired in the mediatized society, this research addresses, with a critical eye, the link between journalistic logics and practices and the validity of democracy, on the basis of surveys and analysis of three pragmatic-theoretical perspectives developed in different American countries since the 1980s.

The analyzed perspectives are **public journalism** -which emerged in the late '80s in the United States-, **colombian public journalism** -which started the following decade in the city of Medellin-, and **social journalism** -which was born after the 2001 crisis in Argentina-. They share, in principle, some criticisms towards what they call “traditional journalism”, they consider that the media have had a fundamental role in the current legitimacy crisis the democratic system faces and they consequently point out a series of proposals oriented to transform professional journalism.

By recognizing the objective and subjective conditions that facilitate or restrict the possibilities to exercise communicative citizenship (Mata, 2003b, 2005b, 2006, 2008) and in the context of the strong controversies generated in all Latin America over the corporate power of the media and the threat they represent for the validity and consolidation of democracy, the comprehension of the ways in which journalistic logics and practices influence the configuration of citizenship as contemporary subjective condition gains significant relevance.

The research was developed in a three-dimension analysis: firstly, the conceptions of democracy, citizenship, and the right to communication on which the studied perspectives are theoretically and conceptually based; secondly, the representations about the social and historical conditions in which each of them are founded; and finally, the repertoire of practices they propose for the development of a different kind of journalism which accounts for the role that the media must have in democratic regimes, according to the normative and theoretical principles posed by each perspective.

This research points out some critical observations to the analyzed perspectives, but it also takes the aspects in which they contribute to think the transformation of journalism

in order to promote the recognition and exercise of citizenship in the public communication sphere.

Índice

Agradecimientos	10
Introducción	12
Capítulo I.....	23
Democracia, ciudadanía y periodismo: consideraciones teóricas y metodológicas	23
1.1. Medios, tecnologías, cultura: el proceso de mediatización de la sociedad.....	23
1.2. Democracia, comunicación y política: la mediatización del espacio público	26
1.3. La ciudadanía como clave de constitución de la subjetividad política contemporánea ...	30
1.4. Periodismo y democracia: configuraciones en las sociedades mediatizadas	32
2. Periodismo y perspectivas transformadoras: la construcción del objeto de estudio.....	39
2.1. La estrategia metodológica.....	42
2.2. Construcción del corpus	43
Capítulo II	48
Public journalism	48
1. Sociedad, política y medios: el surgimiento del public journalism.....	48
1.1. La marca de origen: cobertura periodística en procesos electorales	53
1.2. La otra marca: debates en el campo académico	55
1.3. De textos y contextos: una lectura crítica.....	59
2. Democracia, medios y el problema del debate público.....	61
2.1. Sobre el concepto de público	64
2.2. Medios y democracia: periodismo tradicional vs. periodismo público.....	66
2.3. Promoviendo la deliberación: la experiencia del <i>San Jose Mercury News</i>	68
2.4. Democracia, deliberación y medios: algunas consideraciones.....	70
3. Ciudadanía, información y cobertura periodística	71
3.1. Starting where the citizens starts.....	74
3.2. Los periodistas como promotores de ciudadanía	77
3.3. Ciudadanía: condiciones y prácticas	79
4. Medios, ciudadanía y derechos	80
4.1. De derechos y privilegios: debates en torno a la Primera Enmienda	82
4.2. Derechos, cultura periodística y sistema de medios.....	85
4.3. Una alianza entre periodistas y ciudadanos: la experiencia de Wisconsin.....	87
4.4. Derechos a la comunicación pública: entre los periodistas y la ciudadanía.....	89
5. Comunicación, medios, periodismo	91
5.1. Rutinas periodísticas: objetividad, distanciamiento, encuadre.....	92

5.2. De la “incapacidad entrenada” a la “neutralidad preactiva”	96
5.3. Periodismo público y profesionalismo en Estados Unidos	98
5.4. Periodismo: desafíos en relación a la cultura profesional y las condiciones institucionales	101
Capítulo III.....	105
Periodismo público colombiano.....	105
1. Periodismo público en América Latina: la propuesta colombiana.....	105
2. Voces ciudadanas: una propuesta para un nuevo modo de practicar el periodismo.....	108
2.1. Voces Ciudadanas por la Seguridad y la Convivencia: la primera experiencia de periodismo público en Colombia	109
2.2. Voces Ciudadanas ¡Vive el centro!.....	111
2.3. Voces Ciudadanas - Parquímetros.....	112
2.4. Voces Ciudadanas por la Reconstrucción de Armenia.....	114
2.5. Voces Ciudadanas ¡Usted Decide!.....	116
3. De la democracia deliberativa a la democracia radical	117
3.1. Consensos, disensos y el lugar de los medios de comunicación	121
3.2. El modelo bipolar vs. polifonía y pluralismo	123
4. Públicos, ciudadanos, audiencias	125
4.1. En torno al concepto de lo público y los públicos.....	129
5. Periodismo y derechos: libertad de expresión vs. libertad de empresa	132
5.1. Libertad de prensa y los sujetos del derecho.....	134
6. Medios y periodistas: una crítica al objetivismo	136
6.1. En torno a la construcción de la agenda.....	139
7. Democracia, ciudadanía y medios: una lectura crítica del periodismo público colombiano	140
Capítulo IV.....	145
Periodismo social	145
1. Neoliberalismo, medios y participación social: el surgimiento del periodismo social	145
2. Democracia, periodismo y las cuatro patas de la mesa	147
3. Medios, ciudadanía y participación desde el tercer sector	149
4. Derechos a la comunicación: “dar voz a los que no tienen voz”	154
5. Prácticas profesionales: darle más periodismo al periodismo	157
6. La propuesta de la Red de Diarios en Periodismo social	160
7. Medios, periodistas y participación ciudadana: los límites de la propuesta del periodismo social	161
Capítulo V	167
A manera de conclusión	167

1. Tres perspectivas: convergencias, divergencias y matices.....	167
2. En torno a la democracia: consenso y conflicto	170
3. Ciudadanos, públicos, consumidores: subjetividad y medios de comunicación	174
4. Derechos a la comunicación: límites y posibilidades en relación al periodismo	178
5. Democracia, periodismo, profesionalidad.....	181
6. Periodismo, ciudadanía y democratización social.....	185
Epílogo	193
Nuevos interrogantes: democracia, periodismo y tecnologías	193
Bibliografía citada y consultada.....	201
Anexo	208
Corpus de análisis	208
1. Public journalism	208
1.1. Libros	208
1.2. Capítulos de libros.....	210
1.3. Artículos.....	223
1.4. Informes y conferencias	224
2. Periodismo público colombiano.....	226
2.1. Libros	226
2.2. Capítulos de libros.....	228
2.3. Artículos.....	232
2.4. Informes y conferencias	233
3. Periodismo social	234
3.1. Libros	234
3.2. Informes y conferencias	235

Agradecimientos

Son muchos las y los compañeros, amigos y colegas que, a lo largo de los años, enriquecieron de diversas maneras el desarrollo de este trabajo. No sólo en tanto aportes concretos –lecturas, sugerencias, comentarios- que recibí de muchos de ellos y ellas durante la redacción de esta Tesis, sino también en tanto experiencias, debates y trayectorias compartidas, que marcaron el proceso de mi formación académica, mi desarrollo profesional, y mi vida personal.

Las discusiones y preocupaciones colectivas que compartimos en distintos espacios de militancia universitaria, social y política, ciertos ámbitos en los que me desarrollé profesional y laboralmente, el Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía del Centro de Estudios Avanzados, fueron fundamentales en la configuración de las búsquedas que se expresan en este trabajo. Aquellas vinculadas al proceso de investigación propiamente, pero también –en términos más generales- las búsquedas políticas, que tienen como horizonte para mí la democratización de nuestra sociedad.

Quiero agradecer especialmente a Marita. No sólo por su infinita paciencia, por sus minuciosas y precisas lecturas y devoluciones, sino también por haberme permitido aprender a su lado la más importante de las enseñanzas: conocer e investigar nuestra realidad sólo tiene sentido si estamos dispuestos a asumir el compromiso político y ético de transformarla. Gracias por los sacudones, y sobre todo gracias por el cariño. Si educar es un acto de amor, como decía Paulo Freire, en todos los años que llevo trabajando con ella, Marita no ha escatimado tiempo, esfuerzo y afecto como mi maestra en este camino de formación.

A mi querida amiga Magda, que me motivó a escribir de una vez esta Tesis, y hasta el último minuto me contuvo, me ayudó y me acompañó en este proceso. A Lili y Vale, por el cariño y la confianza. Ellas creyeron en mí cuando me resultaba más difícil pensar que podía. A Dani, por su garra, por sus palabras siempre alentadoras, y por su amistad. A todas ellas, además, gracias por hacer más divertida y placentera la cotidianeidad.

A Susú, Santiago y Pablo, gracias por muchas aventuras juntos. A Javi y Ara, que me ayudaron a curarme. Y a muchos otros amigos y amigas entrañables, que en estos años han sido mi sostén.

A mi familia, por los encuentros y las alegrías.

A Esteban, por su acompañamiento en estos años.

Y un agradecimiento muy especial a Facu, porque mis esfuerzos para escribir esta Tesis también fueron su esfuerzo y su sacrificio. Y porque nuestros proyectos juntos le dan sentido e impulso a los desafíos que nos proponemos y nos animamos a asumir.

Introducción

I

La preocupación por el impacto de los medios masivos de comunicación en las opiniones, creencias y conductas de las personas y de diversos grupos sociales se encuentra en el origen de los estudios de comunicación en las primeras décadas del siglo XX. Desde las tempranas indagaciones sobre la función social de los medios, su importancia en los procesos electorales y las articulaciones entre las relaciones interpersonales, los líderes de opinión y los efectos de los medios¹, se fue configurando un campo de reflexiones teóricas e investigaciones empíricas en el marco del cual la categoría de *públicos* fue emergiendo como una clave desde donde pensar la subjetividad contemporánea.

Al mismo tiempo, de la multiplicidad de géneros, discursos y formatos que se desarrollaron en los medios masivos de comunicación, el *periodismo* tuvo históricamente especial relevancia, en tanto contribuyó a consolidar una lectura de los medios como actores sociales y políticos centrales. Para ello resultó fundamental la asociación que se construyó entre el rol de las instituciones mediáticas -como contralor del poder del Estado y uno de los principales proveedores de información- y el sostenimiento y expansión de los *regímenes democráticos* y la *ciudadanía*.

En la década del 60 se produjo un desplazamiento de los iniciales estudios desarrollados por la *Mass Communication Research* sobre los efectos inmediatos de los medios de comunicación en las opiniones y conductas de los individuos, hacia el análisis de los efectos a largo plazo, acumulados y sedimentados en el tiempo, aquéllos que inciden en los sistemas de conocimiento y la construcción de representaciones en torno a la realidad a nivel del conjunto de la sociedad (Wolf, 2013: 157-159). Lo que esos estudios pretendieron poner de manifiesto fue “la relación entre la acción constante de los mass media y el conjunto de conocimientos sobre la realidad social, que da forma a

¹ Ver por ejemplo: Lazarsfeld, P. y Merton, R. ([1948] 1977): “Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada”, en Muraro, H. (comp.): *La comunicación de masas*, CEAL, Buenos Aires; Lazarsfeld, P.; Berelson, B. y Gaudet, H. ([1944] 1962): *El pueblo elige. Cómo decide el pueblo en una campaña electoral*, Ediciones 3, Buenos Aires; Lazarsfeld, P. y Katz, E. ([1955] 1979): *La influencia personal*, Hispano-Europa, Barcelona.

una determinada cultura interviniendo en ella de forma dinámica” (Ibid.: 162). A la vez, fue tomando forma el estudio sistemático de la lógica productiva de los medios, centralmente los procesos de producción de la información y la noticia (Ibid.: 201).

Con el proceso de *mediatización*² de la sociedad que tuvo lugar en las últimas décadas del siglo XX, el lugar de los medios de comunicación tomó dimensiones absolutamente novedosas en relación a la producción y reproducción hegemónica del orden social.

Por un lado, ese proceso ha multiplicado la significación cultural de la condición de públicos (Mata, 1997, 2001), entendida ésta no en referencia a la mera actividad del consumo, sino como experiencia cultural e histórica, “una condición, un modo de existencia de los sujetos o, si se prefiere, un modo específico en el que se expresa su socialidad” (Mata, 2001: 187). Como ha planteado María Cristina Mata, el público como categoría identitaria implica que, en el interjuego con determinados medios y productos culturales, los individuos se reconocen “como términos de unas interpelaciones a las que prestan consentimiento y que les integran a otros” (Ibid.: 194). El carácter de construido de los públicos implica un proceso de dos movimientos:

“el que se genera desde las estrategias industriales de producción cultural y el que resulta de las actividades de consumo/recepción que por sobre las diferenciadas atribuciones de sentido que pueden operarse en relación con lo recibido, siempre suponen algún grado de adhesión (aceptación) a las proposiciones interactivas diseñadas desde los medios, los mensajes, el mercado y sus agentes” (Mata, 1997: 14).

Por otro lado, el proceso de mediatización tuvo decisivas consecuencias en la configuración del espacio público contemporáneo, y por lo tanto sobre los modos en que se reconoce y practica la condición ciudadana, entendida como irrupción en la esfera pública de lo excluido y lo negado, manifestando *el derecho a tener derechos* (Balibar, 2004; Rancière, 2006; Vermeren, 2001; Mata, 2008a).

La ciudadanía remite en nuestra perspectiva no sólo a un estatuto jurídico vinculado a los derechos civiles, políticos y sociales, sino también a una práctica social, política y cultural a partir de la cual los sujetos se constituyen en miembros de una comunidad política, se relacionan con otros y construyen su identidad (Quiroga, 1999; Cheresky, 1999; Garretón, 1995).

Entender a la ciudadanía de esta manera implica, como afirma Mata, asumir que la comunicación es “consustancial a su existencia” en dos sentidos: por un lado, porque

² En el próximo Capítulo volveremos sobre este concepto.

ella “resulta imprescindible para la colectivización de necesidades, demandas y proposiciones”; por otro, porque “es necesaria para hacerlas presentes en el espacio público” (Mata, 2008a: 166-167). En virtud de ello, y en la medida en que la sociedad se ha mediatizado, “resulta imposible no reconocer la intrínseca dificultad que el ejercicio de la ciudadanía encuentra en los modos mercantiles de existencia y operación” de los medios y tecnologías de información y comunicación, y en las articulaciones que éstos establecen con ciertos poderes económicos y políticos fácticos en nuestra sociedad (Ibid.: 167).

En ese sentido, las transformaciones asociadas al proceso de mediatización de la sociedad plantean la vinculación entre la condición de públicos y la condición de ciudadanos como una “tensión constitutiva del orden político-cultural de nuestro tiempo” (Mata y otros, 2009a: 186).

II

En una serie de investigaciones realizadas entre 2003 y 2008³ pudimos constatar que los sistemas de interpelación colectivos, las lógicas informativas y comunicacionales hegemónicas de una sociedad dada, pueden constituirse en una limitación objetiva para el desarrollo de lo que llamamos *ciudadanía comunicativa*, en virtud de “la capacidad modeladora de las prácticas mediáticas respecto del modo en que los individuos nos pensamos como sujetos de comunicación” (Mata, 2008a: 167).

La ciudadanía comunicativa refiere al “reconocimiento de la capacidad de ser sujeto de derecho y demanda en el terreno de la comunicación pública, y el ejercicio de ese derecho” (Ibid.: 168); es decir, más allá de los derechos civiles consagrados jurídicamente (libertad de expresión, acceso a la información, libertad de reunión y

³ Nos referimos a las sucesivas investigaciones colectivas desarrolladas desde la Escuela de Ciencias de la Información y el Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba, bajo la conducción de la Profesora María Cristina Mata: “Demandas ciudadanas de información ante la coyuntura electoral” y “Públicos y ciudadanía comunicativa: tensiones y convergencias en la sociedad mediatizada” (primera, segunda y tercera etapas); ésta última con subsidio de la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de Córdoba.

También distintas investigaciones individuales llevadas a cabo por integrantes del equipo, entre las que interesa destacar la tesina de Licenciatura en Comunicación Social “Públicos y ciudadanía comunicativa: tensiones en las lógicas de producción informativa. El caso de La Voz del Interior”, realizada por el Lic. Juan Carlos Simo y dirigida por la Profesora María Cristina Mata. La investigación cualitativa desarrollada en el marco de este trabajo final de grado analiza las representaciones que los periodistas del diario *La Voz del Interior* construyen acerca de sus públicos, y el modo en que ellas operan activamente en la producción informativa, dejando huellas en los productos mediáticos. El autor sostiene que las lógicas de producción informativa implican tensiones para el ejercicio de la ciudadanía comunicativa, en tanto las representaciones dominantes sobre los públicos dificultan el reconocimiento de la apropiación de la “capacidad del poder decir” que los medios llevan a cabo, y de las demandas de los ciudadanos frente a la institución mediática (Simo, 2005).

asociación, etc.), remite a las prácticas que materializan esos derechos y permiten su ampliación. La ciudadanía comunicativa se concibe como una condición que se logra en la acción misma de expresar la palabra propia, generando una disrupción en el orden estatuido. No se trata de una suerte de estado natural de los sujetos, sino de una práctica históricamente situada, cuyos límites y posibilidades se vinculan con las condiciones existentes en cada coyuntura particular. Entre las *condiciones objetivas* para el desarrollo de la ciudadanía comunicativa se encuentran

“los dispositivos económicos y culturales que intervienen de manera directa en el establecimiento de un régimen de derecho, es decir, tanto en su formulación como en su vigencia, y en el establecimiento de modalidades comunicativas públicas en que tales derechos se expresen” (Mata y otros, 2005b: 3).

Por *condiciones subjetivas* se entienden, en cambio, “los significados compartidos por los integrantes de la sociedad acerca de los derechos a la información y la comunicación en tanto cultura operante en las prácticas que se desarrollan con respecto a ellos” (Ibid.). Así, como resultado de esas investigaciones sostuvimos que, en la medida en que el proceso de mediatización de la sociedad amplía la significación de la condición de públicos, desde la cual los individuos nos vinculamos de manera predominante con los medios de comunicación, tienden a resignarse las aspiraciones de ciudadanía frente a ellos, es decir, las expectativas de acceso a la información y a la expresión pública en condiciones de equidad político-cultural.

III

Sin embargo, el debate público en torno a la *Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual*, que tuvo lugar durante el año 2009 en nuestro país, abrió una novedosa coyuntura política y cultural -que se extiende hasta nuestros días debido al proceso de aplicación de dicha norma-, a partir de la cual los propios medios masivos de comunicación se constituyeron en ejes del conflicto público por la definición del orden social (Mata, 2012; Córdoba, 2013).

En ese sentido, nuestras indagaciones más recientes⁴ muestran que, a partir de ese proceso, entre los públicos de los medios de comunicación de la ciudad de Córdoba se

⁴ También realizadas en el Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba y bajo la conducción de la Profesora María Cristina Mata: “Ciudadanía comunicativa: límites y potencialidades para su ejercicio” (primera y segunda etapas); con subsidio de la Secretaría de Ciencia y Tecnología de dicha Universidad; 2010 – 2013.

reconocen ciertos cambios generales en el escenario de la comunicación audiovisual: se identifica la existencia de versiones contrapuestas de la realidad -y ello se lee en clave de disputa por la legitimidad de la mirada y por la veracidad de la información-, de mayor pluralidad del sistema de medios, o de añoranza de otro momento donde no había ambigüedades y el propio acto de consumo de medios audiovisuales resultaba menos conflictivo. Sumado a ello, con las transformaciones en los modos de constitución de los públicos y en los procesos de identificación cultural y social a partir distintos productos mediáticos⁵, lo que se hace evidente es un proceso de desnaturalización del sistema de medios y un amplio registro tanto de los intereses económicos y políticos, como de las relaciones de poder que lo atraviesan.

Estos procesos se expresan especialmente en los actuales debates públicos en torno al periodismo y el rol de los periodistas: la polémica contemporánea por excelencia en este ámbito enfrenta a los denominados periodismo “profesional” y periodismo “militante”, como dos paradigmas en relación al ejercicio de esta profesión (Waisbord, 2013; Stefoni, 2013).

Al respecto, distintos autores afirman que históricamente el periodismo se ha debatido entre dos modelos⁶: por un lado, el periodismo “partidario”, que dominó gran parte de la

⁵ Cabe destacar en este punto el proceso que tuvo lugar a partir del inicio a mediados de 2009 de las emisiones del programa de televisión “678” que se transmite por la TV Pública (Canal 7). Luego de la sanción de la Ley 26.522, en el marco de la judicialización de esta norma y de otras disputas políticas que tuvieron lugar desde inicios del año 2010 (fundamentalmente el conflicto con el entonces Presidente del Banco Central por la utilización de reservas para la cancelación de compromisos financieros vinculados a la reestructuración de la deuda externa), se llevaron a cabo un conjunto de movilizaciones en todo el país convocadas precisamente por los televidentes de dicho programa. Esas manifestaciones fueron en muchos casos organizadas mediante la red social *Facebook*, con referencias directas a “678”, y en ellas los manifestantes presentaban carteles, pancartas, y remeras alusivas al programa. Desde las emisiones de éste también se promovieron y visibilizaron esas movilizaciones.

⁶ Si bien los debates académicos y políticos acerca del periodismo tienen una larguísima trayectoria a nivel nacional e internacional, teniendo en cuenta que no es esa discusión el objeto de esta investigación, recuperamos aquí a dos autores que se ocupan de analizar los alcances y significados particulares que ésta ha tomado y tiene hoy en la escena pública argentina. Para una revisión de la trayectoria de este debate, ver por ejemplo: Reyes Matta, F. y Richards, J. A. (1985): *Periodismo independiente: ¿mito o realidad?*, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, Chile; Malharro, M. y López Gijsberts, D. (1999): *El periodismo de denuncia y de investigación en Argentina. De La Gazeta a Operación Masacre (1810-1957)*, Ediciones de Periodismo y Comunicación, Universidad Nacional de La Plata; Sol, R. (1984): *El Salvador. Medios masivos y comunicación popular*, Editorial Porvenir, San José de Costa Rica; Peirano, L.; Ballon, E., y otros (1978): *Prensa: apertura y límites*, Centro de Estudios y Promoción del desarrollo, Lima; Ford, A. (1985): “Literatura, crónica, periodismo”. En Ford, A.; Rivera, J. y Romano, E.: *Medios de comunicación y cultura popular*, Legasa, Buenos Aires; García Costa, V. (1971): *El periodismo político*, CEAL, Buenos Aires; Ulanovsky, C. (1997): *Parén las rotativas. Diarios, revistas y periodistas [1800-1969]*, EMECE, Buenos Aires; Rivera, J. y Romano, E. (1987): *Claves del periodismo argentino actual*, Tarso, Buenos Aires. Este último texto resulta particularmente interesante, ya que los autores realizan allí una exhaustiva revisión de las producciones académicas, periodísticas e historiográficas que estudiaron distintos aspectos históricos, políticos y técnicos del periodismo nacional desde el año 1810 en adelante: entre otras cuestiones, se recogen las discusiones acerca del “mito” liberal

modernidad, se identifica con prácticas orientadas por las posiciones y causas defendidas por los propietarios de la institución mediática o el partido u organización política del cual un medio constituye el órgano de difusión, de modo que “las ideologías particulares” determinan la “posición frente a la noticia” (Waisbord, 2013: 131). Según Jorge Stefoni, en el caso de nuestro país, la idea de un periodismo “militante” tiene una importante trayectoria, fundamentalmente a partir de las décadas del 60 y 70, cuando muchos periodistas replantearon sus vinculaciones con la política (2013: 393).

Por otro lado, el modelo del periodismo “profesional” se basó en los principios de neutralidad, objetividad, búsqueda de la verdad y separación entre datos y opiniones. Durante el siglo XX este modelo se consolidó como dogma, y sus nociones medulares “adquirieron la categoría de principios incontrastables” (Waisbord, 2013: 134).

A pesar de este largo itinerario, las controversias en torno al alcance y significado de estos modelos tomaron una nueva relevancia con el escenario de disputa que se abrió en nuestro país en los últimos años, introduciéndose en el debate político, en el académico y en el propio discurso de medios gráficos y audiovisuales, pero también en diversos espacios institucionales de representación periodística, tales como la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA), la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) y la Entidad Cooperativa Diarios y Periódicos Regionales Argentinos (Dypra) (Stefoni, 2013: 407-408).

Así, dos ejes articulan en buena medida el desarrollo de esta polémica en la Argentina: en primer lugar se discute qué determina la opinión y posición de los periodistas (Ibid.: 396); en segundo, se debaten las razones trascendentes que justifican y fundamentan al periodismo en sí mismo (Ibid.: 404). En relación al primer punto, mientras desde una posición se defiende la “criticidad” del periodismo profesional, la prescripción de mostrar lo que la “publicidad oficial” no pone de relieve, y la necesidad de separar el trabajo profesional de la actividad militante (Ibid.: 398); desde la otra posición se afirma la dimensión política de todo discurso periodístico, y la imposibilidad de separar los hechos de las valoraciones (Ibid.: 399). En cuanto al segundo eje, mientras unos plantean que es en la crítica a las corporaciones donde residen las mayores contribuciones del periodismo a la democracia (Ibid.: 404); otros apelan al “deber” con el público, en función del cual es éste el que juzga los acontecimientos y no el compromiso político del periodista (Ibid.: 405).

de la prensa independiente y la actuación de algunos medios argentinos en los períodos de gobierno dictatoriales.

Según Silvio Waisbord, este debate –y en especial la posición “populista”, desde la que se defiende al modelo del periodismo “militante”⁷- está teñido de limitaciones y reduccionismos que no permiten dar cuenta acabadamente de la complejidad de las condiciones de producción del periodismo. Para el autor, “los cruces de diferentes formas de propiedad, financiamiento y regulación modelan diferentes periodismos posibles” (2013: 150-151).

La intensidad de esta polémica ha sido posible no sólo por la voluntad explícita de ciertos actores políticos, sociales y mediáticos de ubicar a los medios de comunicación en el centro de las discusiones en torno a las posibilidades de expresar la pluralidad propia de nuestras sociedades, marcando la amenaza que la existencia del poder mediático corporativo representa para la vigencia y la profundización de la democracia, sino también por la búsqueda de muchos periodistas argentinos en torno a un modo distinto de practicar la profesión, regido por nuevos valores políticos, culturales y éticos, búsqueda que se ha intensificado a partir del debate de la Ley 26.522.

En ese sentido, la mencionada norma reconoce a los servicios de comunicación audiovisual como una “actividad de interés público, de carácter fundamental para el desarrollo sociocultural de la población por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones”⁸; y, en orden a garantizar ese derecho, establece que:

- las emisoras de radio y televisión abierta, privadas y públicas, deberán emitir entre un 30 y un 50% como mínimo –dependiendo del servicio de comunicación audiovisual de que se trate- de producción propia “que incluya noticieros o informativos locales”⁹;
- es uno de los objetivos del sistema de medios públicos nacionales (Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado – RTA S.E.) el de “Garantizar el derecho a la información de todos los habitantes de la Nación Argentina”¹⁰;

⁷ No desarrollaremos aquí las numerosas críticas que pueden hacerse, por un lado, al modo en que Waisbord comprende y analiza el populismo como categoría política y su materialización a partir de los gobiernos de distintos países latinoamericanos (Argentina, Ecuador, Venezuela y Bolivia) de los últimos años; y por otro lado, a sus definiciones respecto a lo que sería un periodismo que realmente respete los valores de la democracia, que según el autor, se caracterizaría por la afirmación de una fuerte autonomía profesional, la existencia de códigos para la autorregulación ética y una orientación de servicio público (Waisbord, 2013).

⁸ Artículo 2°.

⁹ Artículo 65°.

¹⁰ Artículo 121°.

- entre las obligaciones de ese sistema de medios públicos, se encuentra la de “Asegurar la información y la comunicación con una adecuada cobertura de los temas de interés nacional, regional e internacional”, y la de “Ofrecer acceso, de manera global, mediante la participación de los grupos sociales significativos, como fuentes y portadores de información y opinión, en el conjunto de la programación de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado”¹¹;
- el Directorio de RTA S.E. deberá “Promover la aplicación de un código de ética y establecer los mecanismos de control a los efectos de verificar las transgresiones a sus disposiciones”¹².

Sumado a ello, en la reglamentación de la Ley se plantea que “importa por parte de los servicios de comunicación audiovisual, la autorregulación y la observancia de principios éticos en materia informativa y la adopción de buenas prácticas en el ejercicio de la actividad comunicacional”¹³.

Las normativas citadas dan cuenta de un reconocimiento desde la propia Ley de, por un lado, la importancia de los servicios informativos en los medios de comunicación, unos de cuyos principales productores son los periodistas, y por otro, de la necesidad de promover “buenas prácticas” en el ejercicio del periodismo profesional.

IV

Fueron estas trayectorias de investigación¹⁴, estas polémicas, estas búsquedas y el agitado contexto que se vive en nuestro país en los últimos años, los que motivaron la propia búsqueda intelectual y política que este trabajo expresa: algunas claves que contribuyan a crear y hacer un periodismo que promueva y facilite el reconocimiento y ejercicio de los derechos a la comunicación pública y, de esa manera, aporte al fortalecimiento de la democracia.

En la medida en que esa búsqueda fue tomando forma, también fue tomando forma y relevancia la investigación que se presenta en esta Tesis de Maestría en Comunicación y

¹¹ Artículo 122°.

¹² Artículo 134°.

¹³ Decreto reglamentario del Poder Ejecutivo Nacional N° 1225 del año 2010. Reglamentación del artículo 3° de la Ley 26.522.

¹⁴ Nos referimos a la pertenencia de la autora de este trabajo al Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba, creado en 2005 y dirigido desde entonces por la Profesora María Cristina Mata. Fue precisamente desde ese programa de investigación desde donde se llevaron a cabo la mayoría de las investigaciones aquí citadas, y de las que también he participado como integrante del equipo que llevó adelante esas indagaciones.

Cultura Contemporánea, que se inscribe en el área de estudios de la carrera vinculada a la estructuración de la cultura mediática, es decir, “a las articulaciones existentes entre los procesos económicos y políticos y los hechos comunicativos”, y a las transformaciones que los procesos de industrialización y mediatización de la cultura produjo y produce en las sociedades modernas¹⁵.

Así, el objetivo general de esta investigación fue relevar y analizar las principales perspectivas teórico-pragmáticas desde las cuales, en distintas coyunturas espaciales y temporales, se abordó críticamente la vinculación entre las lógicas y prácticas periodísticas, y la vigencia de la democracia.

La exploración inicial estuvo orientada a la identificación de aquellas perspectivas que hubieran surgido en las últimas décadas¹⁶ y se hubieran caracterizado por su decisivo afán de intervención en el ámbito periodístico profesional, promoviendo ciertas transformaciones. Dicha exploración permitió reconocer tres propuestas significativas que se analizan en este trabajo: el **public journalism**¹⁷, el **periodismo público colombiano** y el **periodismo social**.

El primero de ellos surgió en los Estados Unidos entre fines de la década del 80 y principios de la del 90, y logró un impacto relevante en medios de alcance regional y local: más de seiscientos cincuenta experiencias realizadas entre 1990 y 2002 (Friedland y Nichols, 2002). El **public journalism** logró también influencia internacional, ya que a partir de la segunda mitad de los años 90, la propuesta comenzó a extenderse por distintos países de Europa y América Latina. Incluso entre septiembre de 1997 y octubre de 2005 tuvo lugar en el diario local *La Voz del Interior*, bajo la denominación “La Campaña de la Gente”, una experiencia de periodismo público que se llevó a cabo en tres períodos pre-electorales¹⁸.

¹⁵ Plan de Estudios de la Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea de la Universidad Nacional de Córdoba.

¹⁶ En el próximo Capítulo se explicitan los criterios a partir de los cuales se realizó el recorte temporal - que aquí sólo mencionamos-, y de conformación del corpus de análisis.

¹⁷ Cabe señalar que el primer contacto con esta perspectiva se produjo a partir de un texto de un académico español editado en Argentina: Alvarez Teijeiro, C. (2000): *Comunicación, democracia y ciudadanía. Fundamentos teóricos del Public Journalism*, La Crujía, Buenos Aires. En dicho texto, el autor sostiene que el **public journalism** representa mucho más que un intento por transformar el periodismo precedente: constituye, en cambio, una “filosofía política de la comunicación profundamente revolucionaria” (Alvarez Teijeiro, 2000: 12). Sin embargo, Alvarez Teijero afirma que los fundamentos teóricos desarrollados por los referentes de esta perspectiva resultan insuficientes para tan “elogiable proyecto”, y se propone entonces “dotar al Public Journalism de la fundamentación teórica más adecuada para que pueda cumplir la promesa realizada: revitalizar la alicaída vida pública de la democracia impulsando un papel mucho más activo por parte del sistema de medios” (Ibid.: 13).

¹⁸ Esta experiencia fue analizada en la tesina de Licenciatura en Comunicación Social “Periodismo Cívico en La Voz del Interior. Posibilidades y limitaciones de un intento de respuesta a la crisis de

El **periodismo público colombiano**, se desarrolló gracias al impulso de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín. Si bien éste se planteó inicialmente como una suerte de adaptación de la propuesta del **public journalism**, con el paso del tiempo fue elaborando sus propias definiciones. Entre 1998 y 2014 se han llevado a cabo alrededor de diez experiencias de las que han participado periódicos (*El Tiempo*, *El Colombiano*, *El Mundo*), canales de televisión (*Teleantioquía*, *Telemedellín*, *Canal Universitario*) y señales de radiodifusión (*Caracol Radio*, *RCN Radio*) (Miralles, 2000, 2007).

Finalmente, el **periodismo social** es una perspectiva surgida en nuestro país luego de la crisis del año 2001, que promovió en 2006 la conformación de la Red de diarios en Periodismo Social, coordinada por la Asociación Civil Periodismo Social y de la que participaron catorce medios de distintas provincias, entre ellos *La Voz del Interior* (Córdoba), *Los Andes* (Mendoza), *La Gaceta* (Tucumán), *El Litoral* (Santa Fe), *La Capital* (Rosario), *El Ancaesti* (Catamarca), *El Tribuno* (Salta), *El Liberal* (Santiago del Estero) (Cytrynblum, 2009).

V

El desarrollo de esta investigación se presenta en cinco capítulos. El primero de ellos explicita, por un lado, la perspectiva teórico-conceptual de abordaje desde la cual se construyó el problema de investigación y las categorías y nociones a partir de las cuales se realizó el análisis del corpus; por otro, se explicitan las consideraciones y opciones metodológicas desde las que se diseñó y llevó a cabo la indagación, es decir, se plantean los ejes de análisis y los criterios de delimitación del objeto de estudio.

En los capítulos siguientes se presenta el análisis de las tres perspectivas teórico-pragmáticas indicadas previamente. En los tres casos se recuperan y reconstruyen las conceptualizaciones más importantes desarrolladas al interior de cada una de estas perspectivas en relación a los cinco ejes de estudio elaborados para el abordaje de este trabajo; se recuperan también relatos de algunas de las experiencias o proyectos realizados en virtud de los principios centrales de estas perspectivas; y finalmente se plantean algunas consideraciones críticas en torno a cada una de ellas en función de las definiciones explicitadas por sus propios referentes. Así, en el segundo Capítulo se

representación”. Esta investigación, realizada por las Licenciadas Marina Casas Brega y María Luz Sallietti, dirigida por la Dra. María Soledad Segura y co-dirigida por la Dra. María Liliana Córdoba, analiza la experiencia cordobesa de periodismo público en vinculación con, por un lado, las condiciones socio-políticas y mediáticas vigentes durante la etapa en que se desarrolló, y por otro, las opciones estratégicas asumidas por los propios periodistas que participaron en ella.

analiza la propuesta del **public journalism**¹⁹; en el tercero se analiza la propuesta del **periodismo público colombiano**, y en el cuarto la del **periodismo social**.

En el último Capítulo se presentan las conclusiones de este trabajo, que se articularon en torno a los puntos fundamentales de convergencia y divergencia entre las tres perspectivas analizadas. Se plantean allí algunas observaciones críticas que consideramos necesario realizar desde nuestro enfoque, pero también los aspectos en los que ellas nos permiten pensar las posibilidades de transformación del periodismo en orden a facilitar el reconocimiento y ejercicio de la ciudadanía en el ámbito de la comunicación pública.

Finalmente, en el Epílogo se exponen los que entendemos son algunos de los interrogantes más relevantes e interesantes en relación al futuro del periodismo en vinculación con la vigencia de la democracia en nuestro país y en toda la región. Intentamos, de ese modo, articular esta investigación con las búsquedas intelectuales y políticas que, resignificadas, permanecen.

¹⁹ Se trata del Capítulo más extenso, debido a que el corpus bibliográfico analizado fue mayor dada la amplitud de textos existentes sobre el tema.

Capítulo I

Democracia, ciudadanía y periodismo: consideraciones teóricas y metodológicas

1.1. Medios, tecnologías, cultura: el proceso de mediatización de la sociedad

El proyecto de *sociedad de la información* ha sido, a partir de las últimas décadas del siglo XX, objeto de numerosos debates y polémicas desde diversas perspectivas teóricas y políticas. Si bien la noción como tal fue acuñada por primera vez en el año 1995, en el marco de la Cumbre del G7 realizada en Bruselas, se articula con la vieja idea de “una sociedad regida por la información” –elemento clave del proyecto de la modernidad occidental-, y más específicamente con el discurso utópico de la democratización que estuvo asociado a cada nueva generación de tecnologías de información y comunicación (Mattelart, 2005: 24).

El proyecto de sociedad de la información, elaborado por distintos actores vinculados al mercado y al Estado, logró extenderse e instalarse a nivel mundial, en la medida en que refiere a la importancia económica cardinal que fueron tomando las industrias llamadas infocomunicacionales, al punto de haber abierto una nueva etapa de desarrollo del capitalismo (Becerra, 2003). Según sostiene Martín Becerra, esta nueva fase del capitalismo se caracteriza por el novedoso “modo de desarrollo informacional”, en el cual “la fuente de productividad, en cuantía y calidad, es la utilización del conocimiento (su producción, tratamiento, almacenamiento, ordenación, disponibilidad y reproducción) y de las tecnologías” (2003: 44)²⁰. Este autor -siguiendo a Castells- afirma que la aparición del modo de desarrollo informacional no altera la configuración estructural del capitalismo, sino que permite su recomposición productiva, a partir de la “centralidad del proceso de convergencia tecnológica de las industrias relacionadas con la concepción, elaboración, distribución y comercialización informacional” (Ibid.: 46).

El proyecto de sociedad de la información implica, como sugiere Armand Mattelart (2002, 2005), una reedición de algunos de los presupuestos fundamentales del proyecto

²⁰ Para Becerra lo novedoso de esta nueva etapa es no sólo el desarrollo industrial convergente de la información, sino también “la mundialización de los flujos financieros en una escala de crecimiento muy superior a la del producto y comercio mundiales e interregionales” y “la extensión de la cobertura geográfica sin precedentes que ha logrado el mundo capitalista conforme se asienta el modelo de desarrollo informacional” (2003: 12).

moderno. En ese sentido, los cambios sociales y culturales que conlleva se articulan de manera compleja con el proceso anterior: si la noción de cultura masiva permitió dar cuenta de la “transformación cultural sistemática” que tuvo lugar con la modernidad (Thompson, 1998: 71), la envergadura económica y cultural que adquirieron los medios y tecnologías de información y comunicación a partir de las últimas décadas del siglo XX, han dado lugar a una conceptualización de nuestras sociedades como *sociedades mediatizadas* (Verón, 1992; Ferry, 1992; Mata, 1999).

Este proceso de mediatización no expresa sólo

“un estadio más avanzado en el intercambio de productos culturales: un estadio en el que se han incrementado las tecnologías e instituciones destinadas a la producción de mensajes y en el que se ha incrementado el uso y consumo de esas tecnologías y medios. Constituiría, en cambio, un nuevo modo en el diseño de las interacciones, una nueva forma de estructuración de las prácticas sociales, marcada por la existencia de los medios” (Mata, 1999: 84).

El proceso de mediatización de la sociedad no remite sólo a un cambio epocal, sino también a la presencia de una nueva matriz cultural a partir de la cual se organizan y producen los sentidos sociales. Así, aún reconociendo que la mediación técnica históricamente atravesó los sistemas y prácticas de producción simbólica, en el proceso actual las tecnologías y medios de comunicación modelan esas prácticas, aunque su capacidad modeladora no es uniforme.

En ese sentido, Silverstone sostiene que los medios son parte fundamental de la “textura general de la experiencia” (2004: 15), en tanto constituyen un presupuesto de nuestra experiencia cotidiana del mundo en un doble sentido: tienen un rol activo en el modelado de esa experiencia y, a la vez, son modelados por ella.

Ahora bien, asumir esta definición de sociedades mediatizadas tiene implicancias teóricas fundamentales en el modo en que se entiende y concibe a los medios de comunicación como *tecnología* y -en términos de Raymond Williams- como *forma cultural*. Nos referimos a la necesidad de tomar distancia de aquellas perspectivas que tienden a aislar a los medios de, por un lado, las condiciones económicas y sociales que dieron lugar a su desarrollo; por otro, del entramado cultural con el que se articulan, reproduciéndolo y transformándolo. Williams (2011) distingue al respecto dos posiciones fundamentales: en primer lugar, aquella para la cual la aparición de nuevos dispositivos tecnológicos es el resultado de un proceso interno e independiente de la

investigación científica y el desarrollo, que con su uso generan una serie de transformaciones sobre las condiciones sociales²¹; en segundo lugar, aquellas posturas para las cuales la aparición de nuevos dispositivos tecnológicos son el resultado de ese mismo proceso independiente de investigación y desarrollo, pero sus usos expresan tendencias propias de tal o cual orden social. Para Williams, ambas posturas “dependen de aislar la tecnología”, y dejan fuera de toda reflexión las *intenciones* a partir de las cuales se despliega el proceso de investigación y desarrollo que da lugar a la creación de ciertos dispositivos tecnológicos, y a los usos y prácticas a los que esos dispositivos se asocian posteriormente (2011: 26-27).

En contraposición, este autor propone una perspectiva en el marco de la cual el desarrollo tecnológico se comprende como un proceso que responde a la aparición de ciertas necesidades sociales, pero no de cualquier necesidad, sino de aquella que corresponde de algún modo a las prioridades de los grupos dominantes, quienes destinan los recursos y facilitan las condiciones materiales y legales —entre otras— indispensables para ello. Ahora bien, como advierte Williams, reconocer que este desarrollo no es el producto de un proceso immaculado, no implica necesariamente asumir que las tecnologías están determinadas a priori: como prácticas y como formas culturales, están atravesadas por las *contradicciones* propias de cualquier sociedad y, admiten, por lo tanto, usos, efectos y propósitos diferentes y hasta alternativos a aquellos para los cuales fueron concebidas. En palabras del autor:

“todas las tecnologías han sido desarrolladas para facilitar prácticas humanas conocidas o prácticas previstas y deseadas. Este elemento de intención es fundamental, pero no es excluyente. La intención original se corresponde con las prácticas conocidas o deseadas de un grupo social particular, y las intenciones y la fuerza relativa específicas de ese grupo afectan radicalmente el ritmo y la escala del desarrollo. No obstante, en muchos estadios sucesivos, otros grupos sociales, a veces con otras intenciones o al menos con diferentes escalas de prioridades, adoptarán y desarrollarán la tecnología, a menudo con propósitos y efectos diferentes. En muchos casos, surgirán además usos y efectos imprevistos que serán también una alteración real de la intención original. (...) Tenemos que concebir la **determinación**, no como una fuerza única o una abstracción única de fuerzas, sino como un proceso en el cual los factores determinantes reales —la distribución del poder o del capital, la herencia social y física, las relaciones de jerarquía y tamaño entre los grupos— fijan límites y ejercen presiones, pero no controlan ni predicen por

²¹ Esta mirada sobre el desarrollo tecnológico y su capacidad de generar progreso en sociedades “atrasadas” fue, precisamente, el sustento del proyecto moderno.

completo el resultado de la compleja actividad que se desarrolla dentro de esos límites o en esos límites bajo o en contra de esas presiones” (2011: 165-166. Las negritas son nuestras).

Hemos decidido aquí citar in extenso a Williams, ya que los debates y las reflexiones teóricas en torno a los grandes problemas políticos y culturales de nuestro tiempo muchas veces no han logrado escapar a estas miradas que, con mayor o menor nivel de conciencia de ello, tienden a autonomizar a la tecnología.

La noción de mediatización se ha convertido frecuentemente en un fetiche, al dotarla de “una capacidad comprensiva y explicativa”, según la cual convierte en “mediático” todo lo que toca (Mata, 1999: 88), y convirtiendo por lo tanto a los medios y tecnologías de comunicación, en *causa eficiente* de todo lo que ocurre en la sociedad (Caletti, 2000: 16).

Ahora bien, lo que a los fines de este trabajo interesa preguntarse es de qué modo incide el proceso de mediatización en la representación y construcción cotidiana de la democracia en nuestras sociedades.

Sergio Caletti ha reflexionado de manera sistemática sobre las articulaciones entre medios y democracia, o –si se prefiere, en términos más generales- las articulaciones entre comunicación y política. Este autor reconoce que, a grandes rasgos, lo que está en el núcleo de los debates que se han producido desde los orígenes del campo de estudios de la comunicación, es el “difícil punto acerca de si finalmente la relación entre tecnologías de comunicación y política le permite a la democracia salir ganando, salir perdiendo o, en todo caso, bajo qué condiciones una cosa o la otra” (1999: 5).

1.2. Democracia, comunicación y política: la mediatización del espacio público

La vinculación entre el desarrollo de los medios de comunicación -en particular la prensa-, y la instauración de los regímenes democráticos ha sido objeto de numerosas y diversas tematizaciones en el campo académico occidental.

John Keane (1991) sostiene que las tempranas luchas del siglo XVII a favor de la libertad de prensa constituyeron la expresión de una lucha más profunda contra las opresiones a las que los regímenes despóticos sometían a los ciudadanos, es decir, una lucha contra los poderes constituidos en torno al Estado y en sus articulaciones con la

Iglesia. En ese sentido, esas luchas permitieron abrir un camino de democratización de las sociedades en la temprana modernidad.

Jürgen Habermas (1997) por su parte, ha producido una obra -que a esta altura puede considerarse canónica- acerca del desarrollo de la prensa, la esfera pública y los regímenes democráticos. Para este autor, lo que la constitución de la *publicidad burguesa* posibilitó fue la puesta en cuestión de los principios de autoridad que de manera dogmática habían organizado a las sociedades occidentales hasta ese momento.

Precisamente, el proceso en función del cual los medios y el periodismo, por un lado, y la democracia por el otro, fueron institucionalizándose, puede ubicarse en el núcleo de la modernidad.

Pero más allá de las formas jurídico-políticas que fue tomando la democracia con su paulatina institucionalización, a partir de lo que Claude Lefort (1990) llama “Revolución Democrática” la sociedad se volvió, para los propios individuos, algo susceptible de ser transformado. Según Lefort el poder se convirtió en un lugar vacío, y

“no hay ley que pueda quedar fijada, cuyos enunciados no sean discutibles y cuyos fundamentos no sean susceptibles de cuestionamiento (...). La democracia inaugura la experiencia de una sociedad inapresable, indomeñable, en la que el pueblo será llamado soberano, ciertamente, pero cuya identidad no cesará de plantear interrogantes” (1990: 76).

La democracia significó, así, la inversión de todas las relaciones de jerarquía que estructuran a la sociedad; comienza allí donde “los que no tienen parte” (Rancière, 2007) aparecen para reclamar lo suyo, en el momento en que su irrupción permite su reconocimiento como interlocutores en un escenario común. En ese sentido, la democracia es “litigio”: la disputa por lo que puede y debe considerarse lo común, y la disputa por la distribución del poder. La política como expresión de la democracia implica “el conflicto acerca de la existencia de un escenario común, la existencia y la calidad de quienes están presentes en él” (Rancière, 2007: 41).

Justamente es en este concepto de un escenario común –el *espacio público*– donde Caletti encuentra la clave para pensar productivamente las articulaciones entre comunicación y política²².

²² Cabe señalar que a lo largo de una gran cantidad de trabajos publicados e inéditos, Caletti conceptualiza al espacio público con distintos niveles de profundidad y haciendo foco en diferentes aspectos de la cuestión. Véanse los textos del autor (1999, 2000, 2001, 2002, 2006, 2007) citados en la

En el espacio público se construye el régimen de visibilidad, bajo cuyas reglas una sociedad define lo que puede ser visto y oído públicamente en sentido amplio en un momento determinado, y aquello que no. El régimen de visibilidad no se reduce en esta perspectiva a la publicidad de los actos de gobierno, sino que refiere a las representaciones hegemónicas que el conjunto social construye sobre sí mismo, sobre las instituciones del poder político y sobre los variados vínculos entre ambos.

Por otro lado, Caletti identifica dos rasgos constitutivos del espacio público: su tecnologicidad y su politicidad. El primero de estos rasgos indica que las formas de expresión y auto representación que la sociedad se da en el espacio de lo público han estado siempre atravesadas por las tecnologías de comunicación, entendiendo a éstas en el más amplio sentido. Es decir que cada régimen de visibilidad propio de una sociedad y un momento determinados supuso/supone la presencia dominante de una tecnología y unos lenguajes específicos. Como afirma el autor:

“Las formas y modalidades sucesivas de constitución y operación de y en el espacio de lo público sólo se entienden en su relación con los recursos técnicos socialmente disponibles para hacer visible el tratamiento de los problemas comunes. (...) el espacio de lo público estuvo siempre gramaticalizado por y desde las reglas que ofrecían para su construcción las relaciones sociales impresas en aquellas tecnologías disponibles” (2002:104).

En segundo lugar, la politicidad como rasgo constitutivo del espacio público se refiere a la confrontación, a las disputas, a las tensiones que allí se expresan y producen, a las relaciones de fuerza que caracterizan a cualquier sociedad, y a las modalidades de resolución de conflictos que se adoptan. Pero, además, la politicidad da cuenta de los vínculos que en el espacio público la sociedad construye con las instituciones políticas, cuestionando o legitimando las prácticas y decisiones que sobre lo “común” toman quienes ocupan cargos públicos.

En definitiva, el espacio de lo público se concibe en este enfoque como el espacio de visibilización de las relaciones sociales, de constitución de la subjetividad política y de disputa por el orden social.

Este enfoque no sólo representa una mirada productiva sobre las articulaciones entre comunicación y política, sino que también permite pensar el espacio público en términos de sus transformaciones históricas. Caletti discute explícitamente con aquellas

Bibliografía. Aquí destacamos aquellos que resultan más productivos para el abordaje de nuestra investigación.

perspectivas y autores que, desde distintas conceptualizaciones reduccionistas, sostienen la tesis de una desaparición o degeneración de la esfera pública²³. Como afirma el autor, lo interesante es pensar el espacio de lo público

“como una instancia constitutiva de las sociedades urbanas, cuyas lógicas se modifican junto con las transformaciones que históricamente se han ido registrando en las relaciones entre los institutos especializados del orden político y las formas de la vida social. En esta perspectiva, el régimen de lo público (régimen pues de esas articulaciones) deja de ser materia de funerales diversos para volverse un campo de indicaciones fértiles acerca de ambos términos involucrados en la articulación” (Ibid.: 93).

En ese sentido, el proceso de mediatización de la sociedad ha generado transformaciones decisivas en el espacio público.

En las sociedades contemporáneas los medios cumplen una triple función: en primer lugar, son empresas con fines de lucro; es decir, están orientados por la lógica de la rentabilidad y la ganancia. En segundo lugar, son actores políticos, por lo que su presencia en el espacio público implica necesariamente una cierta lógica de la *acción*²⁴. En tercer lugar, por la presencia central y dominante que han adquirido en las sociedades contemporáneas, los medios y tecnologías audiovisuales se han constituido por excelencia en *arquitectos* del espacio público mediatizado (Caletti, 2000: 17), lo que implica que tienen una importante capacidad de incidir en la definición de las reglas a partir de las cuales ese espacio se configura y en la modelación de las lógicas de intervención en él. En virtud de esta capacidad, los medios tienden a cristalizar un sistema de legitimación de hablantes, de temáticas, de lógicas y narrativas de enunciación pública, que configura los límites de lo que puede ser o no visible en el espacio público mediatizado. Como sostiene Jesús Martín Barbero, lo que se produce es una reconfiguración de las mediaciones a partir de las cuales se interpela a los sujetos y se representan los vínculos que cohesionan a la sociedad: “Más que a sustituir, la mediación televisiva o radial ha entrado a constituir, a hacer parte de la trama de los

²³ Se trata de perspectivas y autores que han restringido la noción de espacio público a un debate racional entre sujetos libres y pensantes, y más específicamente al ideal del ágora ateniense y de la publicidad burguesa. Ver por ejemplo: Sartori, G. (1997): *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Taurus, México; Sartori, G. (2003): *Videopolítica: medios, información y democracia de sondeo*, Fondo de Cultura Económica, Madrid; Bell, D. (2006): *El advenimiento de la sociedad post-industrial. Un intento de prognosis social*, Alianza, Madrid; Balandier, G. (1994): *El poder en escenas*, Paidós, Barcelona.

²⁴ *Acción* remite aquí a la posibilidad de intervención en la esfera pública, con otros y frente a otros actores. Para Hannah Arendt (2003) *actuar* implica tomar un iniciativa, comenzar algo nuevo, ponerlo en movimiento.

discursos y de la acción política misma. Pues esa mediación es socialmente productiva, y lo que ella produce es la densificación de la dimensiones rituales y teatrales de la política” (2003: 16).

Pero también, en virtud de esa capacidad de los medios masivos de comunicación, es la propia noción de información la que queda definida por los alcances y límites que esos medios construyen en relación a ella. Y esto ocurre en un contexto en el cual la posesión de información se ha constituido en un valor fundamental para la participación en la vida pública, y el estar informado “opera como llave de acceso al poder ser y hacer” (Mata y Córdoba, 2009b: 3).

No se trata simplemente de la cantidad de información que circula socialmente y de los modos en que lo hace, sino también de la calidad y densidad de esa información, de su contextualización en propuestas y proyectos políticos más amplios. Al respecto, afirma Germán Rey:

“La comunicación y los medios han pasado a ser centrales en las consideraciones contemporáneas de la política. No sólo porque la democracia es un gobierno de opinión y está basada en la posibilidad de una conversación pública fluida sino porque por los medios pasa o se representa buena parte de la información mediante la cual los ciudadanos se enteran de los actos de gobierno, de las diferencias de perspectivas frente a temas comunes conflictivos, de las voces –y sus acentos- que componen el mapa de los actores sociales. (...) los medios de comunicación son escenarios de representación y expresión de lo social” (1998: 78-79).

De esta manera, lo que se pone en juego en la configuración de los límites y exclusiones que atraviesan al espacio público, y en las modalidades y amplitud de circulación de la información es, en las sociedades contemporáneas, la propia condición ciudadana. Como reconoce Caletti, “si nuestra preocupación es la democracia, en realidad nuestra preocupación es la sociedad civil” (1999: 28).

1.3. La ciudadanía como clave de constitución de la subjetividad política contemporánea

En las últimas décadas asistimos a una suerte de reaparición y reivindicación, en la producción académica y en la actividad política, del discurso de la sociedad civil y la ciudadanía. Sin embargo, no siempre está lo suficientemente claro a qué fenómenos y perspectivas teóricas remiten estas nociones, en especial luego de que estallaran las

históricas modalidades de vinculación entre el Estado y la sociedad, asociado en América Latina al período de reformas estructurales neoliberales, pos dictaduras.

La noción de ciudadanía ha desbordado la dimensión jurídica que tuvo en la teoría liberal clásica, para convertirse “en el nombre de toda acción colectiva, absorbiendo la propiamente política y también el concepto de opinión pública” (Garretón, 2006: 50). En efecto, desde distintas perspectivas de la ciencia política y las ciencias sociales en general se han elaborado nociones y categorías que intentan problematizar, complejizar y complementar el concepto moderno de ciudadanía.

Will Kymlicka y Wayne Norman (1997) han realizado un detallado análisis de los debates en torno a esta noción a partir de mediados del siglo XX: desde la conceptualización de la ciudadanía como posesión de tres tipos de derechos –políticos, civiles y sociales-, presentada por Thomas Marshall en 1950, hasta la propuesta de una *ciudadanía diferenciada*, elaborada por Iris Young, como un modo de dar respuesta a las necesidades específicas de ciertos grupos o sectores sociales, partiendo del reconocimiento de la pluralidad cultural y las profundas desigualdades que caracterizan a las sociedades contemporáneas.

Manuel Garretón distingue lo que llama *ciudadanías institucionalizadas clásicas* de las nuevas *ciudadanías imaginadas o deseadas*, que corresponden a “aquellas reivindicaciones de algo que se siente como derecho y que está en un campo de poder, pero que no tiene institucionalidad para ejercerse” (2006: 52). Es decir, que se multiplican los ámbitos en los cuales es posible reconocer la existencia de ciertos derechos y, correlativamente, se multiplican los poderes frente a los cuales resulta necesario desarrollar acciones de demanda de esos derechos, que permitan su ejercicio.

En la misma línea de reflexión, Rossana Reguillo sostiene que, en las sociedades actuales, resulta necesario avanzar en “la consideración de las pertenencias y adscripciones de carácter cultural como componentes indisociables en la definición de la ciudadanía” (2003: 5), es decir, avanzar en la idea de una *ciudadanía cultural*.

Los nuevos ámbitos de ciudadanía implican novedosas relaciones sociales y presuponen la presencia de otros sujetos, actores, poderes. En ese sentido, como también advierte Garretón (1995), la gran contradicción contemporánea es que la multiplicación de los potenciales campos de reconocimiento y ejercicio de derechos se enfrenta a la apropiación, por parte de instituciones, empresas, el Estado, entre otras, de los recursos o instrumentos necesarios para la práctica de la ciudadanía.

Las conceptualizaciones contemporáneas tienden a hacer foco, en definitiva, en las diversas maneras en que se constituye hoy la subjetividad, particularmente la *subjetividad política*. En vinculación con ello, y sumado a la centralidad en la que se sitúa la problemática del sujeto, diversos aspectos de la condición ciudadana cobran visibilidad e importancia en estas propuestas teóricas: por un lado, la cuestión de los alcances y límites de la comunidad política, el debate en torno a quiénes la constituyen y al modo en que se definen sus límites. En segundo lugar, el tema de las múltiples pertenencias y referencias identitarias que atraviesan al sujeto, esto es, las articulaciones que se producen entre la condición de clase, de género, étnica, etárea, etc. En tercer lugar, y especialmente, se destaca la *performatividad* de la condición ciudadana; es decir, la idea de que la ciudadanía es el derecho a tener derechos, que la condición ciudadana se vuelve acto en el momento en que los sujetos, al plantarse en el espacio público como titulares de ciertos derechos demuestran con su acción tener los derechos que se les niegan (Ranciére, 2006: 88-89). Al respecto Patrice Vermeren sostiene: “La ciudadanía vendría sobre todo de la producción del acto perpetuo por el cual se tiende a devenir ciudadano pero sin lograr instalarse en la ciudadanía” (2001: 26).

Ahora bien, si la ciudadanía se comprende como la irrupción en la esfera pública de lo excluido y lo negado, manifestando así *el derecho a tener derechos*, entonces, como ya ha sido señalado, la comunicación debe concebirse como intrínseca a su reconocimiento y ejercicio en un doble sentido: por un lado, en tanto “la comunicación resulta imprescindible para la colectivización de necesidades, demandas y proposiciones; por otro, porque ella es necesaria para hacerlas presentes en el espacio público” (Mata, 2008a: 167). En ese sentido, el ejercicio de la ciudadanía está sujeto a la configuración, a las pautas de visibilidad y a las lógicas de intervención que los medios y tecnologías de comunicación han establecido para el espacio público mediatizado.

En virtud de ello, es el propio terreno de la comunicación pública el que se ha constituido en un ámbito de reconocimiento y ejercicio de derechos y, por lo tanto, de ciudadanía.

1.4. Periodismo y democracia: configuraciones en las sociedades mediatizadas

Las primeras imprentas y editoriales surgidas en los inicios de la Europa moderna, alrededor de los siglos XV y XVI, se fundaron como instituciones culturales y a la vez económicas. La mayoría de ellas se organizaron desde sus comienzos como empresas

capitalistas pero de dimensiones relativamente pequeñas: solamente algunas lograron desarrollarse con sus propios recursos, seleccionando el material a imprimir y asumiendo los riesgos implicados en cada negocio; otras requerían el apoyo de una financiación externa que muchas veces provenía del Estado, la Iglesia o financieros privados. La producción y comercialización de libros generó rápidamente transformaciones muy importantes en la cultura de la época: se difundió el protestantismo, se recuperaron y revisaron críticamente las obras clásicas antiguas en las universidades, los almanaques fueron muy utilizados por los mercaderes y hombres de negocios en el mundo comercial, entre otras cuestiones (Thompson, 1998).

En este contexto es que surgieron, a partir de la segunda mitad del siglo XVI, las primeras publicaciones periódicas que presentaban información de carácter político y comercial.

Jesús Martín Barbero (2004) sostiene que la marca de nacimiento de la prensa fue su inscripción funcional al desarrollo del sistema capitalista; no sólo porque la información sistemática y cotidiana vinculada a distintos aspectos de la vida social se volvió prontamente una necesidad para el sostenimiento y la expansión del mercado, sino también porque la prensa fue fundamental para el desarrollo del proyecto político liberal, ineluctablemente asociado a la economía de mercado.

La *doctrina liberal sobre la prensa* se construyó –en buena medida, de manera exitosa– sobre el principio de libertad y logró de ese modo, convertirse en uno de los enclaves más valiosos de la democracia:

“Portadora del racionalismo de las luces, de la liberación religioso-política, la gran prensa jugó un papel sin duda fundamental en la lucha contra los rezagos institucionales del feudalismo, a la vez que proclamaba, desde su propia hechura, las ventajas del nuevo orden social, del nuevo modo de convivir regido por la libertad y la tolerancia del libre cambio y del *laissez faire*” (Barbero, 2004: 77).

Como una de las instituciones fundamentales de la modernidad, los medios de comunicación acompañaron las múltiples y contradictorias transformaciones sociales que se fueron produciendo durante esos años, y ocuparon un rol central en la tarea de ordenar la multiplicidad y heterogeneidad de acontecimientos que ocurren en la vida cotidiana, otorgándoles un sentido. Informar se convirtió, en estos términos, en *dar forma* (Rey y Barbero, 1997: 24), porque aunque los medios de comunicación no fueron ni son hoy las únicas fuentes a partir de las cuales los sujetos conocen su entorno y

participan de la vida pública, “las noticias periodísticas son el discurso central y privilegiado a tal fin” (Martini, 2000: 22).

Los periodistas se constituyeron, entonces, en verdaderos *mediadores* (Martini y Luchessi, 2004: 27) entre la ciudadanía y las distintas dimensiones que implica la vida pública, en particular los ámbitos en los que se toman importantes decisiones vinculadas al rumbo que tomará un país o una ciudad.

En la medida en que las instituciones periodísticas comenzaron a incrementar significativamente su importancia en términos económicos y en términos culturales, es decir, en tanto se convirtieron en empresas de grandes dimensiones y lograron un gran dominio sobre lo que socialmente fue adoptándose como representación de “la realidad”²⁵, un nuevo principio se asoció al oficio periodístico: el de la *neutralidad* y *objetividad* del proceso de producción y presentación de la información; principio que la doctrina liberal de la prensa construyó, abrazó y articuló con la idea de libertad.

Aníbal Ford afirma que si bien el periodismo ha sostenido que su objetivo principal es informar y no opinar, esta distinción no resulta adecuada, ya que

“desde la diagramación hasta el tipo de información que se selecciona estarán determinadas por elecciones que indican un juicio sobre la realidad, y el periodismo orientará a la opinión pública; será en sus ejemplos más poderosos un elemento de control social, de mantenimiento del status quo” (Ford, 1985: 239-240).

En este sentido, es posible plantear que la labor periodística no consiste simplemente en *presentar* -en el formato que fuere- la información, sino en *construirla*. En relación con ello resultan clave dos nociones, cuya distinción sólo puede ser analítica: la de acontecimiento y la de noticia. Para constituirse en *noticia* -es decir, para tener valor informativo-, un acontecimiento debe reunir tres características fundamentales: en primer lugar, su imprevisibilidad (la extrañeza de su ocurrencia debe articularse con un grado razonable de verosimilitud); en segundo lugar, la implicación (la cantidad de personas involucradas en el acontecimiento debe ser significativa, o bien el rol que ellas

²⁵ Aníbal Ford ha planteado claramente el crecimiento que la prensa y el periodismo tuvieron a partir del siglo XIX, sobre todo en países como Estados Unidos, Inglaterra y Francia. Según este autor, “con la revolución industrial se afianza el capitalismo burgués, se consolidan la industrialización y la concentración urbana, se forma un nuevo proletariado y se produce el ascenso de las capas medias; al mismo tiempo se amplía el espectro de la democracia política y de la educación. Surgen nuevas necesidades de información y de distracción, públicos más amplios y más concentrados (...). Nuevas técnicas, nuevos públicos, nuevos intereses políticos y económicos en las clases dirigentes. La prensa se transformará totalmente” (1985: 230). Ford indica que ya a inicios del siglo XX la situación de la prensa es “florecente” y que comienza el fenómeno de concentración económica de los medios, y afirma que “el periodismo ejerce así un dominio casi total sobre la opinión pública” (Ibid.: 239).

ocupan en la sociedad); finalmente, la calidad de *noticiable* de ese acontecimiento. Esta tercera característica constituye la condición paradójica de las lógicas de producción de la información, en tanto los acontecimientos son fabricados y multiplicados por los medios de comunicación al ritmo de sus necesidades de mercado; lo cual no significa que los inventen, sino que en el modo de producir actualidad que hoy tienen, los medios de comunicación se convierten en la condición del acontecimiento (Barbero, 2004: 89). Las noticias son, entonces, la particular configuración discursiva a partir de la cual se representan los acontecimientos.

Pero, ¿cómo es que los criterios de noticiabilidad, es decir, los valores y condiciones en virtud de los cuales un acontecimiento se convierte en noticia, se ponen en juego en las rutinas cotidianas de producción periodística? Stella Martini sostiene que en el desarrollo de esas rutinas se combinan una multiplicidad de elementos. Para esta autora, las noticias son

“el producto de la selección y el control y de las formas de procesamiento que responden a ‘instrucciones’ (más o menos explicitadas) de la empresa y a actitudes y valores consensuados o al menos aceptados (la distorsión consciente) y de la articulación de prejuicios, valores compartidos con el medio, y con la sociedad, representaciones del propio trabajo y que están implícitos (la distorsión inconsciente o involuntaria)” (2000: 77).

Es decir, en el proceso de producción de la información, los periodistas tienen en cuenta sus propios criterios subjetivos y aquellos que han sido planteados desde la política editorial del medio en el cual trabajan, pero también se ponen en consideración –no siempre de manera consciente– los valores, juicios y prejuicios que se atribuyen a la sociedad, imaginarios periodísticos que se comparten con otros colegas y otras instituciones mediáticas, y la representación del propio trabajo del periodista. El reconocimiento de la complejidad que involucra este proceso pone seriamente en cuestión la tradicional noción de objetividad.

Los medios son activos participantes en los conflictos de intereses y las disputas que tienen lugar en cualquier sociedad. Ocurre que, bajo la doctrina de la objetividad, han tendido generalmente a no explicitar la posición que tienen en y frente a esos conflictos y disputas, es decir, su orientación política. Es por ello que, como afirman Martini y Luchessi, “las doctrinas que se sostienen en los medios de la actualidad deben buscarse en sus modalidades discursivas, clasificaciones y estereotipos y oferta de agendas, en su

composición empresarial en relación con el poder y en sus **acciones no públicas**” (2004: 32. Las negritas son nuestras).

Así, más allá de la distinción que resulta necesario sostener entre la organización mediática –sea de gestión pública, privada o social-comunitaria- y los periodistas, las prácticas cotidianas de estos últimos están necesariamente atravesadas por los intereses políticos, económicos y culturales a los cuales responde la institución en la que trabajan²⁶. Esos intereses funcionan cotidianamente como condicionamientos en relación a lo que resulta decible o no decible en los medios. Como sostiene Mata,

“la agenda mediática es menos un producto –un listado descriptible de temas- que un conjunto de operaciones discursivas cuyo carácter ideológico y prescriptivo queda soslayado. Bajo la apariencia de instrumento necesario para organizar la producción informativa de modo tal de integrar una comunidad asegurándole un saber compartido, se encubren dos rasgos que deben resaltarse. Por un lado, su carácter de orden fabricado según intereses particulares o sectoriales. Por otro, su carácter altamente ‘desintegrador’ en virtud de su capacidad de exclusión de actores, temas, discursos, de la esfera pública. O, al menos, su utilización como potencial recurso de exclusión y deslegitimación” (2008b: 16).

En ese sentido, el periodista funciona como una suerte de *regulador* (Martini y Luchessi, 2004: 127). No sólo porque toma posición sobre las temáticas o acontecimientos a los que da cobertura en su trabajo, sino también porque en esa cobertura establece –con mayor o menor conciencia de ello- los alcances de la pluralidad desde la cual esas temáticas o acontecimientos pueden ser abordados: los actores involucrados directa o indirectamente, las voces de los expertos legitimados para emitir una opinión al respecto, la jerarquía de cada mirada que se presenta, los procesos y acontecimientos que contextualizan el tema particular, etc..

El manejo de información relevante en torno a temáticas y problemáticas de interés público vuelve a la práctica periodística un campo fundamental de disputas de espacios y actores vinculados al poder. Pero un poder que, muchas veces, no es sometido al control y el escrutinio de la ciudadanía o de otros poderes; un poder que “no debe ser

²⁶ En la investigación que presentan Martini y Luchessi en su libro *Los que hacen la noticia*, las autoras reproducen un fragmento de una entrevista realizada a Héctor D’Amico (secretario general de redacción del diario La Nación en el momento de la entrevista en 2003, cargo en el que continúa) que resulta elocuente respecto a esta cuestión. El periodista entrevistado recuerda y elogia por su claridad una frase que alguna vez le dijo Katharine Graham (propietaria y directora del diario norteamericano *The Washington Post*): “el deber de todo periodista es elegir muy bien a su patrón” (Martini y Luchessi, 2004: 49).

refrendado ni arriesgado, independientemente de las calidades que caractericen a la gestión de su política editorial” (Ibid.: 148).

En las últimas décadas dos fenómenos han generado transformaciones sustantivas sobre la práctica periodística: por un lado, el proceso de convergencia tecnológica, que pone a medios y periodistas en una transición hacia lo multimedial; por otro, el régimen oligopólico que hoy caracteriza al sistema de propiedad y que convierte a los medios en grupos corporativos (Rey, 2002, 2007) que a su vez establecen diversas articulaciones con otros poderes fácticos presentes en las sociedades contemporáneas.

En este contexto, el trabajo periodístico es atravesado por nuevas tensiones vinculadas, por un lado, a la negociación a la que es sometida la agenda informativa del medio debido al juego de poderes políticos y económicos del cual el propio medio es parte como actor corporativo; y por otro al impacto que tiene la presencia de los nuevos medios digitales sobre los modos de informar y los modos de informarse que la sociedad va adoptando (Luchessi, 2010, 2013).

Raquel San Martín afirma que el periodismo se encuentra en un proceso de crisis en virtud del cual se ha visto obligado a “rediscutir los principios y las técnicas que lo caracterizaron desde su conformación como oficio autónomo, hace más de un siglo y medio” (2007: 145). Como sostiene la autora,

“la progresiva concentración de las empresas informativas, su creciente papel como actores políticos, la transformación de la información en una mercancía con valor de cambio y un factor de poder, los cuestionamientos del público -menos ingenuo, más acostumbrado a la presencia mediática-, las nuevas tecnologías y las propias transformaciones de la profesión periodística” (Ibid.)

constituyen algunos de los factores centrales de dicha crisis.

Pero junto a estas tensiones, los medios tienden a ocupar un nuevo lugar en la dinámica social, constituyéndose en verdaderos actores sociales²⁷. Rey y Barbero afirman que “en las últimas décadas el periodismo ha venido a ocupar un lugar privilegiado entre los actores sociales”, y ello no sólo por la capacidad de los medios de “crear” agenda, sino también por su pretensión de fiscalizadores de las acciones de otros actores (estatales y no estatales), por su condición de dispositivos de “generación de ámbito público” (ya sea para ampliar o restringir ese ámbito), y, en definitiva, por constituirse “en un

²⁷ Germán Rey (1998) describe esta transformación del rol de los medios como un desplazamiento del lugar de “meros intermediarios” al de “mediadores”. Si bien no coincidimos con la idea de que los medios fueran en una etapa anterior “meros intermediarios”, acordamos con la afirmación de que su rol se ha reconfigurado en las sociedades contemporáneas como actor social, político y económico, en los términos en los que se viene planteando.

mediador entre todos aquellos actores que componen el escenario complejo de nuestros conflictos sociales” (1997: 17. Las negritas son nuestras).

Según el informe del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, elaborado en el año 2004²⁸, diversos referentes del ámbito político a nivel latinoamericano señalan que los medios de comunicación constituyen un “control sin control”, un poder que tiene la capacidad de –entre otras cuestiones- condicionar la autoridad y legitimidad para tomar decisiones de los gobiernos de la región.

Todas estas transformaciones han revitalizado viejos debates y abierto otros nuevos en torno al periodismo, la calidad informativa, y los derechos vinculados a la libertad de prensa y el acceso a la información.

La tradicional discusión entre las dos alternativas de regulación del accionar de los medios había tenido como principal referencia el vínculo con el Estado: por un lado, una mirada sostenía que el Estado debía establecer las pautas y los límites de ese accionar y del ejercicio de la libertad de prensa, ya que en él se ponía en juego la seguridad del propio Estado; la otra proponía que los medios y la labor periodística se autorregulasen a partir de ciertos principios éticos.

Esa tradicional discusión se reconfigura hoy por la presencia de un nuevo sujeto, que se concibe como el principal portador del derecho a la libertad de expresión y acceso a la información: la ciudadanía. Paulatinamente los derechos que hasta hace poco tiempo se comprendían como patrimonio exclusivo de medios y periodistas, se han ido transformando en derechos cuyos titulares son los ciudadanos y la comunidad en su conjunto: los *derechos a la comunicación pública*. Como sostiene Germán Rey, “los observatorios de medios, los foros de democratización de la información, los movimientos de lectores y audiencias, los grupos que buscan acentuar la calidad informativa, son algunos ejemplos de estas otras formas de presencia de la sociedad en un tema en el que se la veía como simple destinataria” (2007: 92).

Ello resulta significativo, en la medida en que la libertad de expresión y el acceso a la información –entre otros derechos- son crecientemente asumidos por la sociedad como dimensiones centrales de su ciudadanía y, por lo tanto, como condiciones para la vigencia y profundización de los sistemas democráticos.

En ese sentido, lo que aquí interesa destacar es que, lo que está en juego en los actuales debates y tensiones en torno al periodismo, no son únicamente las complejas

²⁸ Citado por Germán Rey, 2007: 109.

circunstancias en las que esa labor se desarrolla y los desafíos que ello representa, sino fundamentalmente el modo en que ellas y el rol de los medios de comunicación en términos más generales afectan la propia calidad de la democracia.

2. Periodismo y perspectivas transformadoras: la construcción del objeto de estudio

Los problemas de la consolidación democrática y la ampliación de la ciudadanía se encuentran en el centro de los debates de la teoría política contemporánea, y en diálogo con éstos, los estudios de comunicación vienen interrogándose acerca de la cuestión de los derechos a la comunicación pública y sus vinculaciones con el sistema de medios masivos, al punto de que las articulaciones entre comunicación y ciudadanía se han constituido en un subcampo, “si se tiene en cuenta la producción académica referida al tema, el nivel de circulación e institucionalización por ella alcanzado y su relevancia como eje de intervención de numerosas organizaciones sociales en la esfera pública”²⁹.

En las ya citadas investigaciones, realizadas en el marco del Programa de Estudios de Comunicación y Ciudadanía del Centro de Estudios Avanzados, pudimos constatar que las prácticas y lógicas de producción periodística resultan centrales en la configuración de la modelación cultural mediática y, en consecuencia, en el modo en que los individuos nos concebimos como sujetos de comunicación (Mata, 2008a).

Esas indagaciones han puesto en evidencia que la estructura de los medios se construye, se reproduce y se actualiza en las prácticas rutinizadas que en su interior desarrollan los periodistas, prácticas destinadas a la elaboración de productos mediáticos de acuerdo a los criterios de la institución mediática, y que a su vez los periodistas ayudan a construir (Mata y otros, 2005a).

En la reflexión sobre su práctica, los periodistas tienden a desconocer la modelación cultural mediática: por un lado, esos modos de ser interpelados, de leer, de mirar que los públicos adoptan, y que han sido largamente contruidos por los medios; por otro, la capacidad de las instituciones mediáticas de constituirse en fuentes de representaciones que establecen verdaderas regulaciones discursivas.

²⁹ Fundamentos del Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba: <http://secretarias.unc.edu.ar/cea/programas/estudios-sobre-comunicacion-y-ciudadania>.

Pero además, los periodistas no reconocen a la ciudadanía como sujeto de derechos vinculados a la comunicación, más bien, éstos tienden a reemplazar o a tornar equivalente la condición de ciudadano con la de públicos o consumidores: “La asunción de la figura profesional del periodista como mediador es tan fuerte que no se pueden separar el derecho a la información o a la comunicación de la práctica periodística. En todo caso, son los medios los que les permiten a los públicos el acceso a la información, a partir de la intervención periodística” (Ibid.: 5).

Así, los medios masivos hegemónicos producen una suerte de apropiación de los derechos a la comunicación pública que se reproduce y actualiza en las prácticas de los agentes encargados de la producción cotidiana de información socialmente relevante: los periodistas.

Tanto los resultados de estas investigaciones, como las transformaciones políticas, económicas y culturales planteadas en el apartado anterior –el proceso de mediatización de la sociedad y sus múltiples consecuencias sobre distintos aspectos de la vida social– ponen de manifiesto la relevancia del análisis de, por un lado, las rutinas y prácticas periodísticas, y por otro de las representaciones que los periodistas construyen en torno a ellas, como una cuestión significativa en las reflexiones e intervenciones posibles en orden a avanzar en la democratización de la comunicación en nuestro país y en la región.

De ahí que, como ya ha sido señalado, el **objetivo general** planteado para esta investigación haya sido el de relevar y analizar las principales perspectivas teórico-pragmáticas desde las cuales, en distintas coyunturas espaciales y temporales, se abordó críticamente la vinculación entre las lógicas y prácticas periodísticas, y la vigencia de la democracia. Ello supuso examinar, en cada una de las perspectivas, tres cuestiones:

- las concepciones sobre democracia, ciudadanía y derechos a la comunicación que dan sustento teórico-conceptual a dichas perspectivas,
- las representaciones acerca de las condiciones socio-históricas en las que cada una de ellas se fundamenta,
- el repertorio de prácticas que proponen para el desarrollo de un tipo diferente de periodismo que de cuenta del rol que los medios deben cumplir en los regímenes democráticos, de acuerdo con los principios teórico-normativos planteados en cada perspectiva.

A partir de estas definiciones, las perspectivas teórico-pragmáticas relevadas y analizadas se constituyeron como objeto de estudio en virtud de dos criterios

fundamentales: en primer lugar, se desarrollaron como tales desde las últimas décadas del siglo XX en adelante. Este recorte temporal es el que, entendemos, coincide con el proceso de transformaciones sociales que hemos reconocido como *mediatización* de la sociedad.

Si bien Armand Mattelart (2002, 2005) ha señalado que la noción de sociedad de la información tiene una historia de “larga duración”, que se remonta a los inicios de la modernidad, “con el pensamiento de lo cifrable, de lo mensurable como prototipo de todo discurso verdadero y como horizonte de búsqueda de la perfectibilidad de las sociedades humanas” (Mattelart, 2005: 24); con mediatización nos referimos aquí – como ya ha sido señalado- al proceso en el marco del cual los medios y tecnologías de información y comunicación adquirieron una envergadura económica y cultural inéditas.

Naturalmente, ello implica aceptar la existencia de otras propuestas de constitución de un nuevo modo de hacer periodismo que, orientadas por objetivos similares o convergentes, se han desarrollado en el período previo³⁰.

El segundo criterio de selección fue que esas perspectivas hubieran logrado, en el contexto de su categórica voluntad de hacer mella en el ámbito periodístico profesional, algún desarrollo en aplicaciones o experiencias concretas en medios masivos de comunicación consolidados como tales.

Así es que se definió a las propuestas del **public journalism**, el **periodismo público colombiano**, y el **periodismo social** como objeto de estudio de la presente investigación.

Las dimensiones a partir de las cuales se abordó el análisis de cada una de las tres perspectivas fueron:

- las lecturas en torno al contexto social, político y cultural de surgimiento de la propuesta;
- las concepciones sobre democracia, espacio público, y sus articulaciones con los medios de comunicación;
- las nociones de ciudadanía y público;
- las concepciones en torno a derechos vinculados a la comunicación; y
- las concepciones sobre rutinas y prácticas periodísticas, principios profesionales y organización mediática, y las articulaciones entre ellos.

³⁰ Podríamos mencionar, por ejemplo, al denominado “periodismo de investigación” o “muckraking journalism”, que se desarrolló en los Estados Unidos desde inicios del siglo XX.

2.1. La estrategia metodológica

Esta investigación se ha inscripto en el marco de la *sociología de la comunicación y la cultura*, comprendiendo a esta última -como lo hace Raymond Williams- como el “sistema significativo a través del cual necesariamente (aunque entre otros medios) un orden social” se comunica, se reproduce, se experimenta y se transforma (1994: 13). Desde este enfoque se asume que las distintas modalidades de producción cultural establecen diversos vínculos y articulaciones con la reproducción más general de las relaciones sociales existentes, pero a la vez

“es característico de todo orden social, como de toda forma cultural activa, el tener que ser continuamente producido al igual que reproducido. En este complejo proceso, si bien existen indudablemente elementos sistemáticos que ejercen presiones y ponen límites a las formas de tal producción y re-producción (...), existen también contradicciones internas, desviaciones internas y, por tanto, cambios internos profundamente significativos” (Ibid.: 185).

En ese sentido, dentro del amplio espectro de la producción cultural, en las condiciones en que los medios de comunicación se desarrollan y practican operan tres tipos de determinaciones fundamentales: en primer lugar, la directamente económica; en segundo lugar, la política; y en tercer lugar, la cultural, en tanto “compatibilidad administrada entre la producción real y los intereses dominantes del orden social” (Ibid.: 179).

Sin embargo, como plantea Williams, resulta fundamental reconocer y analizar la “autonomía variable” y las “distancias relativas” que este tipo específico de la producción cultural sostiene con esas determinaciones (Ibid.: 178-179).

Así, por las características del objeto de indagación que construimos, constituido en su totalidad por recursos textuales que hemos sometido a un proceso de análisis, se buscó comprender “el doble tejido de significados y referencias” de que están hechos los conceptos (Barbero, 1991: 13). Como afirma Barbero, “poner en historia los términos en que se formulan los debates es ya una forma de acceso a los combates, a los conflictos y las luchas que atraviesan los discursos y las cosas”, de ahí que este tipo de lectura, más que “perseguir la coherencia de cada concepción”, intenta indagar “el movimiento que la constituye en posición” (Ibid.).

Estas definiciones constituyen las premisas fundamentales a partir de las cuales se desarrolló la investigación, e implican un posicionamiento epistemológico y teórico, entendiendo a la teoría como una red semántica, en la que se construyen representaciones “acerca de las características de la sociedad, de sus relaciones, de sus ordenaciones, de sus jerarquizaciones, de sus conflictos, del vínculo de éstos con el cambio y/o con el orden social y, por lo tanto, acerca de la posibilidad o imposibilidad de determinados actores sociales de ser los motores de ese cambio” (Vasilachis de Gialdino, 2007: 33).

Por otro lado, según ha indicado Irene Vasilachis, la investigación cualitativa es un tipo de estrategia metodológica en el que confluyen una pluralidad de perspectivas y tradiciones, atravesadas por tres elementos comunes:

“la investigación cualitativa está: a) fundada en una posición filosófica que es ampliamente interpretativa en el sentido de que se interesa en las formas en las que el mundo social es interpretado, comprendido, experimentado y producido, b) basada en métodos de generación de datos flexibles y sensibles al contexto social en el que se producen, y c) sostenida por métodos de análisis y explicación que abarcan la comprensión de la complejidad, el detalle y el contexto” (Vasilachis de Gialdino; 2007: 25).

Se trabajó con un diseño de investigación *flexible* (Maxwell, 1996; Mendizábal, 2007), en términos de sostener una articulación activa entre los componentes fundamentales de la indagación: los interrogantes, la perspectiva teórica de abordaje, los propósitos y fundamentos políticos y epistemológicos, y los métodos y procedimientos de recolección y análisis. Según Nora Mendizábal, la flexibilidad del diseño “en la propuesta y en el proceso está encarnada por la actitud abierta, expectante y creativa del investigador cualitativo” (2007: 68). A la vez, ese tipo de diseño permite introducir, a lo largo del proceso de investigación, las transformaciones necesarias para dar la mayor coherencia al estudio, enriquecerlo y facilitar el logro de los propósitos buscados.

2.2. Construcción del corpus

En términos generales, la bibliografía disponible en torno a las perspectivas que se analizaron durante la investigación puede agruparse en tres tipos de materiales: reflexiones teórico-conceptuales; sumarios de técnicas de producción y presentación de

la información orientados al desarrollo de buenas prácticas en materia periodística, y relatos sistematizados de experiencias realizadas en distintos medios de comunicación.

En la mayoría de los casos -y a pesar de los registros de reflexión y escritura diferentes que pueden implicar-, una misma publicación reúne los tres tipos de materiales. Es así que muchos títulos se caracterizan por incluir artículos de periodistas, de profesores universitarios y, en el caso del **public journalism**, de representantes de las fundaciones que financiaron en buena medida la realización de proyectos concretos en el marco de esta propuesta.

Por el distinto nivel de desarrollo e institucionalización de las tres perspectivas, el corpus de materiales y recursos que se analizó para cada una de ellas ha sido significativamente disímil: mientras en el caso del **periodismo público norteamericano** hay una gran cantidad de bibliografía, proveniente de distintos autores y de editoriales privadas y universitarias, en el caso del **periodismo público colombiano** se trata básicamente de la producción de Ana María Miralles, presentada en varios textos de su autoría, y algunos pocos artículos y trabajos publicados por investigadores que integran su equipo; finalmente, en el caso del **periodismo social**, el corpus se redujo a un único texto de Alicia Cytrynblum y algunos informes y monitoreos coordinados por la misma autora.

El corpus se construyó teniendo en cuenta dos criterios fundamentales: en primer lugar, la disponibilidad del material bibliográfico³¹; en segundo, el criterio de saturación teórica, en función del cual se analizan exhaustivamente los materiales, hasta el momento en que se ha alcanzado la comprensión de una categoría conceptual, con sus propiedades y dimensiones (Mendizábal, 2007: 88). Como plantea Jorge Soneira, la saturación teórica se produce cuando “agregar nuevos casos no representará hallar información adicional por medio de la cual el investigador pueda desarrollar nuevas propiedades de las categorías” (2007: 156).

Se utilizaron técnicas propias del análisis de contenido: se identificaron y sistematizaron las categorías fundamentales de cada perspectiva para someterlas a un proceso de

³¹ Cabe destacar al respecto que en los tres casos se llevaron a cabo búsquedas exhaustivas con el fin de reunir toda la bibliografía disponible, y no resultó sencillo concentrar una gran cantidad de material. En el caso del **public journalism**, la mayoría de los textos analizados no se conseguían en Argentina y debieron ser gestionados en los Estados Unidos; algo similar ocurrió con el periodismo público colombiano; y otra fue la situación con la perspectiva del periodismo social, aunque en este caso, al ser la que menor desarrollo ha logrado, el corpus analizado es de pequeñas dimensiones, tal como se detalla a continuación.

análisis y comparación interna y externa, relevando diferencias y convergencias entre ellas.

Así, el corpus estuvo constituido por los siguientes materiales³²:

Public journalism

- Charity, Arthur (1995): *Doing public journalism*, The Guilford Press, New York.
- Denton, Frank y Thorson, Esther (2010): “Civic Journalism: does it work?”. Special Report for the Pew Center for Civic Journalism.
- Friedland, Lewis y Nichols, Sandy (2002): “Measuring civic journalism’s progress: a report across a decade of activity”. Pew Center for Civic Journalism.
- Eksterowicz, Anthony y Roberts, Robert (eds.) (2000): *Public journalism and political knowledge*, Rowman and Littlefield Publishers, Boston.
- Glasser, Theodor y Craft, Stephanie (1998): “Public journalism and the search for democratic ideals”. En Liebes, Tamar y Curran, James (eds.): *Media, ritual and identity*, Routledge, Londres.
- Glasser, Theodor (ed.) (1999): *The idea of public journalism*, Guilford Publications: New York,
- Glasser, Theodore y Lee, Francis (2002): “Repositioning the newsroom: the American experience with public journalism”, en Kuhn, Raymond y Neveu Erik (eds.): *Political journalism. New Challenges, new practices*, Routledge, New York.
- Merritt, Davis (1997a): “Periodismo público: nuevas respuestas a preguntas clave”. En Cuadernos de Información, N° 12, Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Merritt, Davis (1998): *Public journalism and public life. Why telling the news is not enough*, Lawrence Earlbaum Associates, New Jersey.
- Merritt, Davis and McCombs, Maxwell (2004): *The two w’s of journalism. The why and the what of public affairs reporting*, Lawrence Erlbaum, New Jersey.
- Merritt, Davis (2005): *Knightfall: Knight Ridder and how the erosion of newspaper journalism is putting democracy at risk*, AMACOM, New York.
- Pauly, John (1999): “Public journalism in international perspective”. En Communication Research Trends, Vol. 19, N° 4, Centre for the Study of Communication and Culture, Saint Louis University, Missouri.

³² El anexo de este trabajo constituye una descripción detallada de los materiales analizados, que incluye la especificación de los capítulos trabajados en el caso de las compilaciones.

- Peck, Chris (1999): “Civic Journalism: The Savior of Newspapers in the 21st Century?”. En 82nd National Convention - Association for Education in Journalism and Mass Communication, New Orleans.
- Rosen, Jay y Taylor, Paul (1992): *The new news v. the old news. The press and politics in the 1990s*, Twentieth Century Fund, New York.
- Rosen, Jay (1996): *Getting the connections right: public journalism and the troubles in the press*, Twentieth Century Fund, New York.
- Rosen, Jay (1999): *What are journalists for?*, Yale University Press, New Heaven.
- Rosen, Jay; Merritt, Davis y Austin, Lisa (1997): *Public Journalism. Theory and practice. Lessons from experience*, Kettering Foundation, Ohio.
- Schafer, Jan (1997): “Civic Journalism: the idea, the evolution, the impact”. En The Wisemen Club, Harvard Club, New York City.

Periodismo público colombiano

- Maya Salazar, Adolfo (2000): “Voces ciudadanas: una opción de periodismo público y ciudadanización democrática”. En Diálogos de la Comunicación, N° 57. FELAFACS: Lima.
- Miralles, Ana María (1998): “El periodismo cívico como comunicación política”. En Nómadas, N° 9, Universidad Central, Colombia.
- Miralles, Ana María (ed.) (2000): *Voces ciudadanas. Una idea de periodismo público*, Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín.
- Miralles, Ana María (2002a): *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*, Norma, Bogotá.
- Miralles, Ana María (2002b): “Voces ciudadanas... hacia la formación de opinión pública desde el periodismo”. En Universitas Científica, Vol. I, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín.
- Miralles, Ana María (2006): “Periodismo público en el ámbito del desarrollo municipal y local”. En Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, Fundación Friedrich Ebert.
- Miralles, Ana María (2007): “Periodismo cívico o periodismo de investigación”. En AAVV.: *Sin comunicación no hay desarrollo*. Calandria: Lima.
- Miralles, Ana María (2008a): “Periodismo público no es periodismo ciudadano”. En Redacción Informa RN, portal informativo de Radio Nederland.

- Miralles, Ana María (2008b): “Libertad de expresión: viejos retos, nuevas preguntas”. En AA.VV: *Voces para acallar el silencio: libertad de expresión y de prensa*, UNESCO, San José de Costa Rica.
- Miralles, Ana María (2009): *El periodismo público en la gestión del riesgo*, Secretaría General de la Comunidad Andina, Lima.
- Miralles, Ana María (2010): “La construcción de lo público desde el periodismo cívico”. Portal Infoamérica.
- Miralles, Ana María (2011): *El miedo al disenso. El disenso periodístico como expresión democrática de las diferencias y no como provocación de violencia*, Gedisa, Barcelona.

Periodismo social

- Cytrynblum, Alicia (comp.) (2007a): *Las ONG son noticia. Estrategias para optimizar las relaciones entre organizaciones sociales y medios de comunicación*, Fundación Periodismo Social, Buenos Aires.
- Cytrynblum, Alicia (comp.) (2007b): *Niñez y adolescencia en la prensa argentina: informe anual. Monitoreo 2006*, Fundación Periodismo Social, Buenos Aires.
- Cytrynblum, Alicia (2009): *Periodismo social. Una nueva disciplina. 2da edición ampliada*, La Crujía, Buenos Aires.

Para finalizar, cabe realizar algunas aclaraciones en relación al corpus: en primer lugar, en los casos en los que se han citado textos disponibles en Internet de los cuales no se conoce la fecha de publicación original, ni se encuentran numeradas las páginas, se ha procedido tal como se indica en el “Instructivo” del Centro de Estudios Avanzados para la presentación de Tesis³³, esto es, consignando la fecha de acceso al documento (en lugar de la fecha de publicación) y el número de párrafo (en lugar del número de página). En segundo lugar, en el caso de las citas de textos cuyo idioma original es inglés, las traducciones han sido realizadas por la autora de la presente investigación, con el fin de permitir la lectura íntegra de esta Tesis en castellano. Finalmente, a pesar de la extensión del corpus a partir del cual se analizaron las perspectivas del **public journalism** y del **periodismo público colombiano**, como se observará en los capítulos siguientes, sólo se han incluido aquellas citas textuales que resultaban más ilustrativas de las ideas o conceptos que en cada caso se analizan y discuten.

³³ <http://secretarias.unc.edu.ar/cea/carreras/maestrias/maestria-en-comunicacion-y-cultura-contemporanea-1/maestrandos/instructivo-tesis.pdf/view>

Capítulo II

Public journalism

1. Sociedad, política y medios: el surgimiento del public journalism

La década del 80 constituyó una etapa de importantes transformaciones a nivel mundial. En particular para los Estados Unidos, esos años estuvieron marcados por la imposición de un sistema económico de corte fuertemente neoliberal – aplicado por el gobierno de Ronald Reagan entre 1981 y 1989- y el fin de la Guerra Fría.

Desde la perspectiva de los referentes del **public journalism**, para fines de los años 80 la situación en ese país era crítica, en virtud de tres procesos convergentes: en primer lugar la pérdida de credibilidad y legitimidad del sistema político en general y de sus principales figuras; en segundo lugar, la puesta en cuestión de la credibilidad de medios y periodistas; finalmente, un alto nivel de cinismo, apatía y falta de participación por parte de la ciudadanía (Merritt, 1997b, 1998; Rosen, 1992, 1996).

Esta crisis constituye el principal fundamento del surgimiento del **periodismo público** norteamericano, según se desprende de las reflexiones presentadas en los principales textos de referencia sobre el origen de esta propuesta.

Davis Merritt sostiene, a mediados de los años 90, que

“la vida pública –el modo en el que nuestra democracia es expresada y experimentada- no va bien. Nuestra política formal, que es sólo una parte de la vida pública, está saturada y es ampliamente inefectiva. Muchos norteamericanos la ven como un mundo diferente y apartado de sus realidades, hostilmente sometido a y dominado por intereses particulares y políticos profesionales. La otra parte de la vida pública –nuestra ética cívica- está volcándose hacia la intimidad, en la medida en que los norteamericanos se aíslan en sus propias y cotidianas preocupaciones” (1998: 4).

Según este autor, esa situación se hacía evidente en el hecho de que, en la década del 80, los estadounidenses habían comenzado a expresar que “sus hijos heredarían una sociedad menos habitable, más peligrosa y con menos oportunidades que la que ellos tuvieron” (Ibid.: 5).

Para Merritt esa crisis era el resultado de un proceso que había comenzado en las décadas anteriores, y en el que habían intervenido distintas transformaciones políticas,

sociales, tecnológicas y mediáticas. Lo que se estaba produciendo en términos generales era una creciente privatización de la vida pública, asociada a la violencia política en los años 60 y 70; a la crisis generada por la Guerra de Vietnam y, en términos más generales, la Guerra Fría; a los cambios en la estructura familiar tradicional norteamericana (con la incorporación de muchas mujeres al mercado del trabajo); a los cambios introducidos por la integración racial; a la valorización del éxito económico, entre otras cuestiones (Ibid.: 70). Esas transformaciones derivaron en una alarmante disminución de la participación ciudadana: “Casi bajo cualquier criterio de medida –ya fuera participación electoral, compromiso en los procesos colectivos de toma de decisiones, o afiliación a los centros tradicionales de participación cívica- los norteamericanos se estaban distanciando de la vida pública a un ritmo cada vez mayor” (Merritt, 1997b: 26).

Este proceso de privatización de la vida pública se desarrolló en convergencia con una importante expansión de la economía norteamericana (Merritt y McCombs, 2004: 23).

En cuanto a los medios de comunicación, el asesinato de John F. Kennedy en 1963 marcó, según Merritt, una importante ruptura, en tanto la cobertura de los acontecimientos fue realizada prácticamente en vivo por la televisión, un medio que hasta ese momento no había tenido una función centralmente informativa. El autor señala al respecto que “los periódicos no volverían a ser los primeros con la información. Mientras la televisión comenzó a desarrollar sus propias normas para la cobertura de noticias, el periodismo gráfico comenzó una tortuosa búsqueda de su propio lugar que duró 30 años, en un ambiente fuertemente convulsionado” (1998: 42).

Sumado a ello, durante esos años comenzó a cambiar la estructura de propiedad de los medios: empezaron a crecer exponencialmente las grandes corporaciones, a partir de la compra de pequeños medios locales que hasta ese momento habían pertenecido a empresas familiares. Una de las consecuencias del surgimiento de esas grandes corporaciones fue la entrada de las compañías mediáticas al mercado de valores de Wall Street, modificando significativamente la lógica tradicional de rentabilidad que habían tenido hasta entonces los medios de comunicación privados. Estos cambios tuvieron su incidencia en la práctica cotidiana de muchos periodistas, no sólo porque se modificaron sus condiciones laborales, sino también porque las presiones económicas comenzaron a sentirse con más fuerza en las salas de redacción (Ibid.: 44). Según Merritt, “el mercado de valores exige que las ganancias crezcan, o al menos que se mantengan estables año

tras año”, pero cuando eso no ocurre las compañías optan por la reducción de costos, con el consecuente sacrificio de la calidad de la información (Ibid.: 46).

Por otro lado, el surgimiento de estas grandes corporaciones -propietarias de pequeños periódicos locales- tuvo otro efecto sobre la profesión periodística: generó una enorme transitoriedad en los puestos de trabajo. Los periodistas eran trasladados de una ciudad a otra, pasando en cada una de ellas períodos de dos o tres años a lo sumo, lo cual impedía el desarrollo de un genuino vínculo con la comunidad a la que pertenecían los lectores; los periodistas perdían así una comprensión más profunda y sutil de la historia y el presente de cada una de esas comunidades (Ibid.: 47).

Además, a partir de la segunda mitad de la década del 70, comenzó a vivirse al interior del ámbito periodístico lo que Merritt llama el “síndrome post Watergate”. Para este autor, el *caso Watergate*³⁴ logró afianzar una concepción del trabajo periodístico que ya venía gestándose: aquella según la cual el objetivo del periodismo es perseguir a las figuras del ámbito político, ya que todas ellas son susceptibles de ser sospechadas por actos de corrupción que pueden ser denunciados en los medios. Así, las pautas que habían caracterizado al periodismo de investigación desde el surgimiento del llamado Nuevo Periodismo³⁵, se habían desplazado hacia una superficial exploración de todo aquello que pudiera ser considerado una problemática de interés. La investigación realizada por los periodistas del *Washington Post* se constituyó en el techo de ese tipo de desarrollo profesional: Merritt afirma que en los años posteriores al escándalo *Watergate*, ese modo de entender y practicar el periodismo empezó a encontrar sus límites, fundamentalmente en el escepticismo con el que el público comenzó a valorar el trabajo periodístico (Ibid.: 63). Así, según un estudio citado por el autor, para 1994 “el 71% de los norteamericanos estaban de acuerdo con la afirmación ‘Los medios se interponen en las acciones que la sociedad toma para resolver sus problemas’” (Ibid.: 5).

³⁴ El escándalo de *Watergate* se produjo entre 1972 y 1974, e involucró al ex presidente norteamericano Richard Nixon en un sonante caso de corrupción. Durante esos más de dos años, dos periodistas del *Washington Post* –Bob Woodward y Carl Bernstein– investigaron las acciones de espionaje ilegal que el equipo de Nixon estaba llevando adelante, en el marco de la preparación de la campaña por su reelección, sobre el Partido Demócrata (opositor al gobierno). Estos periodistas recibieron información de una fuente reservada (“Garganta profunda”), cuya identidad no se reveló hasta más de 30 años después. La primera pieza periodística fue publicada en agosto de 1972 y la investigación se desarrolló durante más de dos años, hasta que finalmente Nixon renunció a su cargo en 1974.

³⁵ Nuevo Periodismo fue el nombre con el que se denominó a unos formatos y modalidades de producción periodística que fueron tomando importancia a partir de mediados del siglo XX. Un tipo de periodismo orientado al desarrollo de investigaciones y denuncias, con técnicas de documentación directas e indirectas, reportajes etc. En algunos casos, esta tradición periodística ha sido emparentada con el género de la *non fiction* (Ford, 1985).

Todo este proceso tuvo como resultado una fuerte crisis que empezó a visibilizarse claramente a fines de la década del 80 y principios del 90. Para ese momento, Merritt evaluaba que “el periodismo en todas sus formas ignora sus obligaciones con una vida pública efectiva; este fracaso ha constituido una gran contribución al resultante malestar en la vida pública; el periodismo debería –y puede- ser una fuerza primaria en la revitalización de la vida pública” (Ibid.: 6).

Jay Rosen, por su parte, sostiene que en esa crisis que vivía la prensa norteamericana podían distinguirse seis dimensiones: una económica, una tecnológica, una política, una ocupacional, una espiritual y una intelectual (1996: 18).

En cuanto a su aspecto económico, el autor afirma que la crisis se hacía evidente en los nuevos actores que se habían sumado en el mercado mediático a los tradicionales medios gráficos, lo cual abría una competencia, no sólo en relación a la multiplicidad de fuentes de información con las que comenzaban a contar las personas, sino también en relación a la pauta publicitaria. La amenaza que representaba este escenario de pérdida de lectores y de anunciantes generó que algunas de las medidas tomadas para combatirla fueran incluso peores que la propia amenaza: “la expansión de una ética del marketing en la cual la búsqueda de los lectores perdidos supera la búsqueda de noticias, erosiona el juicio profesional, y desguasa una orgullosa tradición de servicio público” (Ibid.: 19). Según Rosen, por primera vez se discutía la práctica periodística en clave de valor agregado.

En su dimensión tecnológica, las innovaciones que para principios de los años 90 se estaban produciendo en relación a las tecnologías de la información y la comunicación, ya comenzaban a plantear desafíos a los medios tradicionales. La explotación del potencial económico de las nuevas tecnologías por parte de las compañías mediáticas, el desdibujamiento de la mediación ejercida por los periodistas entre las fuentes de información y las audiencias, las posibilidades de comunicación “de muchos a muchos” en reemplazo del clásico patrón de “de uno a muchos”, son algunos de los procesos en los que Rosen reconoce desafíos para las concepciones del rol de los periodistas y de servicio público en los que se había sustentado el campo profesional norteamericano hasta ese momento.

En cuanto al aspecto político de la crisis, el autor plantea la disminución de la credibilidad y legitimidad en la que se encontraba el sistema político en los Estados Unidos en esos años, y afirma que, aunque muchos periodistas odiaran reconocerlo, la prensa debía ser considerada también una institución política, en el sentido de que

depende del soporte y de la credibilidad del público. Según Rosen, los periodistas debían “concebirse a sí mismos como un tipo particular de actores políticos, con alguna responsabilidad sobre lo que ocurre en la política, con cierta apuesta en la salud del sistema político, y con cierta necesidad de apoyo público” (Ibid.: 22).

La crisis ocupacional remite a dos cuestiones: por un lado, las múltiples transformaciones que el propio autor describe y que generaban nuevas presiones y demandas sobre las tradicionales rutinas de producción de los periodistas, volviendo a las salas de redacción sitios hostiles y estresantes. Por otro, la decadencia de los estándares de profesionalismo que habían caracterizado históricamente a la actividad periodística, vaciando de sentido a una profesión que había tenido un gran prestigio.

En vinculación con ello, Rosen sostiene que la dimensión espiritual de la crisis refiere al clima de cinismo respecto al sistema político, que no sólo atravesaba el trabajo en las salas de redacción, sino que los propios periodistas ayudaban a construir. Para principios de la década del 90 se habían elaborado fuertes definiciones en relación a aquello a lo que los periodistas se oponían –la corrupción, las tácticas de ocultamiento de la verdad llevadas a cabo por políticos, las amenazas a la libertad de prensa-, pero no a aquello que los periodistas defendían.

Finalmente, en su aspecto intelectual, esta crisis se ponía en evidencia en las dificultades de los periodistas para encontrar un lenguaje que les permitiera contextualizar, interpretar y analizar la información que constituye la materia prima con la que trabajan. La cotidiana tarea de enmarcar [*framing*] la información, a partir de ideas y conceptos, no estaba siendo objeto de reflexión por parte de los periodistas, ya que el solo hecho de reconocer al enmarque y la contextualización como tareas cotidianas resultaba aparentemente contradictorio con la doctrina de la objetividad.

Otros referentes de la perspectiva del **public journalism** no describen tan detalladamente los procesos que dan lugar a su surgimiento, sino que focalizan específicamente algunos aspectos. Arthur Charity, por ejemplo, afirma que el **periodismo público** nació “de la extendida insatisfacción profesional que sentían los periodistas” (1995: 1) para fines de los 80. Jan Schaffer, por otro lado, plantea que los modos en que el periodismo era practicado para fines de los años 80 eran en parte responsables del hecho de que los Estados Unidos se hubieran convertido “en una nación de ciudadanos adictos a la televisión” (1997: 8).

A pesar de los matices o los diferentes énfasis con los que se construían los diagnósticos en torno a la crisis, en términos generales el **periodismo público** hizo eje en las

prácticas periodísticas para convertirse en una propuesta de salida a la crisis. Como sostenía Rosen,

“los periodistas necesitan un análisis más constructivo de la difícil situación que atraviesan, un análisis que permita iluminar su propia contribución al problema, que los prepare para darle respuesta, identificando objetivos comunes con otros que también valoran el periodismo y no quieren su caída, un análisis que les permita apuntar en la dirección de las reformas apropiadas” (1996: 32).

El **periodismo público** pretendió, precisamente, constituirse en la expresión de estas reformas necesarias.

1.1. La marca de origen: cobertura periodística en procesos electorales

En la mayoría de los relatos sobre el surgimiento de esta propuesta, las elecciones presidenciales de 1988 se presentan como el acontecimiento en que se pone en evidencia con mayor visibilidad la crisis del sistema político y mediático norteamericano.

El tipo de cobertura que tuvieron esas elecciones –con el nivel de abstencionismo electoral más alto desde 1924- dio lugar a una denominación específica: *horse-race coverage* [cobertura tipo “carreras de caballos”], que se caracterizaba por representar la campaña electoral como una suerte de concurso, “un juego en el que los políticos competían y los ciudadanos observaban –mientras los periodistas, protegidos en el banco, proporcionaban los comentarios de color” (Glasser y Lee, 2002: 207).

La campaña en la que se enfrentaron George Bush y Michael Dukakis por la presidencia fue, para Jay Rosen, una de las peores de las que se tenga memoria: “La imagen pareció ser el único territorio en el que la campaña se desarrolló (...). Los candidatos hicieron lo que hicieron basándose, en parte, en su conocimiento acerca de las rutinas de producción periodística. Jugaron para sus electores y para las cámaras de televisión” (Rosen, 1999: 37). Así, la elección de 1988 puso en evidencia un proceso que tenía su historia y que ya a esa altura se había naturalizado: una suerte de articulación entre la élite política y la élite periodística, en la que los consultores profesionales que diseñaban técnicamente las campañas de uno u otro candidato se convertían en los principales protagonistas, y los ciudadanos se convertían en meros espectadores, empobreciendo así el debate público (Ibid.: 39).

Una semana después de la elección presidencial –que tuvo lugar el 8 de noviembre de 1988-, Davis Merritt publicó en el diario que dirigía³⁶ una columna editorial referida al tema de la elección, al desarrollo de la campaña, y al rol que los periodistas habían asumido:

“La campaña que acaba de concluir mostró, del modo más frustrante, el vínculo de mutua conveniencia que se ha formado con los años entre las campañas y los medios, particularmente la televisión. Juntos han aprendido que alimentar los más bajos apetitos del común de los votantes es más seguro, más barato y menos demandante que correr el riesgo y asumir los gastos que implica proveer información en profundidad”³⁷.

Y proponía, entonces, “una reestructuración del contrato entre candidatos y periodistas”³⁸, ya que la situación vigente hasta ese momento sólo convenía a los asesores profesionales de campañas, que habían aprendido a hacer negocios con esa lógica (Rosen, 1999: 44).

En 1990, para las elecciones por la gobernación del Estado de Kansas, Merritt decide realizar algunos cambios y establecer nuevos criterios para la cobertura de las campañas de los candidatos. Según su lectura, “los políticos que eran parte del proceso electoral ciertamente no iban a cambiar. El público tampoco cambiaría, por sí mismo, sin conocer las oportunidades que el cambio podía abrir. Eso dejaba sólo una parte de la fórmula disponible: nosotros” (Merritt, 1998: 85).

Así, Merritt obtiene un presupuesto especial de la compañía Knight-Ridder (propietaria del diario) para financiar el proyecto *Your vote counts* [“Tu voto cuenta”] en el *Wichita Eagle*. El objetivo era reanimar el interés de los votantes mediante un tratamiento periodístico consistente en lograr que los candidatos hablaran de ciertas temáticas –consideradas importantes por los votantes, según reflejaban los resultados de algunas encuestas-, aún si ello no estaba contemplado en sus propias estrategias de campaña (Ibid.).

El primer momento de desarrollo del proyecto, que tuvo una duración de ocho semanas al igual que la campaña, consistió en la definición por parte de Merritt y del equipo de periodistas que participaría del proyecto, de diez temáticas consideradas las más relevantes y acuciantes para los ciudadanos del Estado de Kansas: educación, desarrollo económico, medio ambiente, agricultura, servicios sociales, aborto, crimen, salud,

³⁶ *The Wichita Eagle*, de la ciudad de Kansas.

³⁷ Merritt, Davis: “Must restore meaning to election campaigns”, en *The Wichita Eagle*, 13 de noviembre de 1988, página 15A.

³⁸ Ibid.

impuestos y gasto público³⁹. A partir de allí el diario abrió dos secciones semanales especiales -una de ellas en la edición de los domingos- en las que se publicaban notas que presentaban un análisis contextualizado e histórico cada una de estas temáticas. La otra sección, bajo el título *Where they stand* [“Cuál es su posición”], estaba destinada a publicar cada semana las expresiones y declaraciones que ambos candidatos vertían en relación a cada uno de esos temas. Así, los periodistas de la sección indicaban si alguno de ellos no se pronunciaba sobre alguna temática o bien repetía declaraciones ya vertidas. De esta manera, el esquema de cobertura de la campaña no estaba orientado por los eventos organizados por los asesores de los candidatos, sino por las definiciones previamente construidas por el propio medio, y explicitadas ante los lectores y los participantes de la elección. El proyecto se desarrolló en asociación con la señal de televisión *KAKE-TV*⁴⁰ (Merritt, 1998; Rosen, 1996, 1999).

Merritt destaca que una encuesta postelectoral encargada por *The Wichita Eagle* mostró dos resultados significativos del proyecto:

“la participación electoral había crecido en todo el Estado, especialmente en las áreas en las que el diario estaba disponible; el conocimiento de los votantes respecto a las temáticas seleccionadas era sorprendentemente más alto en el área donde estaban nuestros lectores que en cualquier otro lugar del Estado” (1998: 86).

Según Rosen, lo novedoso de esta propuesta fue que el punto de partida para la cobertura no eran eventos cotidianos vinculados a la campaña de cada candidato, sino “las necesidades de los ciudadanos, quienes tienen ‘derecho a saber qué pretenden hacer los candidatos sin resultan electos’” (Rosen, 1999: 44).

Esta experiencia se proclamó, posteriormente, como uno de los primeros proyectos de **public journalism**, a pesar de que éste aún no había surgido como tal. Su importancia, en la emergencia de esta perspectiva, hizo que las iniciativas de los primeros años se desarrollaran en distintos medios, justamente, en el marco de procesos electorales.

1.2. La otra marca: debates en el campo académico

³⁹ Tanto Merritt (1998), como Rosen (1996, 1999) señalan que esas temáticas fueron seleccionadas en virtud de lo que indicaban los resultados de algunas encuestas, pero no se encontraron las referencias concretas correspondientes en ninguno de los textos consultados.

⁴⁰ Tampoco está mencionado en los textos consultados cuál fue la modalidad de participación de esta señal de televisión en el proyecto.

Los últimos años de la década del 80 y los primeros de la del 90 fueron también ricos en debates dentro del campo académico.

Según Rosen, luego de la caída del Muro de Berlín, resultaba paradójico que mientras en muchos países del mundo triunfaba la democracia como forma de gobierno, en los Estados Unidos –con una larga y consolidada tradición democrática–, se sufría una de las situaciones más problemáticas de su historia en términos de la relación entre gobernantes y ciudadanos (1999: 62).

El contexto político, social y cultural mundial de esos años abrió un proceso de discusión en el campo académico en torno a la democracia, lo público, y uno de los ideales heredados de la Ilustración: la premisa de que a través de la discusión racional y de una prensa libre, los ciudadanos podrían debatir y decidir qué hacer sobre sus asuntos comunes (Ibid.: 62). Como parte de ese clima intelectual, Rosen destaca la traducción al inglés de *Historia y crítica de la opinión pública* de Jürgen Habermas, editada precisamente en 1989.

Estas discusiones reanudaban –según Rosen– un debate que ya se había dado por primera vez en los Estados Unidos en la década del 20 del siglo pasado, a partir de la polémica acerca del concepto de *opinión pública* mantenida entre dos destacados intelectuales norteamericanos: Walter Lippmann y John Dewey⁴¹.

Según Rosen, ambos autores partían de un análisis similar en torno a la enorme complejidad de las sociedades de principios del siglo XX. En el marco de los años posteriores a la Primera Guerra Mundial y el ascenso del nazismo, Lippmann planteaba que el concepto liberal clásico del ciudadano informado e involucrado en el debate público racional no podía considerarse más que un mito y que, en una sociedad de masas, el consenso y la opinión pública eran un producto manufacturado por políticos con intereses particulares (Ibid.: 64). En 1925, Lippmann define al público como un “fantasma”, la “ilusión de un conjunto de demócratas ingenuos”⁴² que se habían negado a pensar lúcidamente sobre el tema de la democracia y de la participación ciudadana; para este intelectual norteamericano, la salida a las dificultades que presentaba la

⁴¹ Walter Lippmann fue un filósofo graduado en *Harvard* y periodista, uno de los fundadores en 1914 de la revista *The New Republic* y ganador de dos premios *Pulitzer*. Además, fue una personalidad influyente y destacada en la política norteamericana, se constituyó en asesor informal de varios presidentes.

John Dewey, por su parte, fue también un filósofo y ensayista, fundador de la tradición del pragmatismo norteamericano, y colaborador de la revista *The New Republic* durante varios años.

La “polémica” entre ambos consistió en la publicación de dos textos por parte de Lippmann (*Public Opinion* en 1922, y *The Phantom Public* en 1927), y un análisis posterior alrededor de la misma problemática publicado por Dewey (*The public and its problems*, 1927).

⁴² Citado por Rosen, 1999: 65.

sociedad de esos años únicamente podría llegar de la mano de expertos muy bien informados encargados de asesorar al gobierno en la toma de todas las decisiones:

“Contra la ascendente retórica de la democracia norteamericana, Lippmann recordaba a sus lectores las limitaciones del ciudadano promedio, la obstinada realidad de la naturaleza humana, la enorme complejidad de la vida moderna (...). Él depositaba su fe en los expertos bien informados, quienes debían proveer a los líderes de más y mejor información en la cual basar sus decisiones” (Ibid.: 65).

En contraposición a ello, y reconociendo los problemas que se planteaban para la formación de una “genuina” opinión pública, John Dewey afirmaba que la posibilidad de superar esas dificultades provendría de una toma de conciencia por parte de los ciudadanos respecto de sus problemas a través de la inteligencia, la indagación y la discusión, y de la “experimentación” de la democracia en el contexto de comunidades locales. En la perspectiva de Dewey, la democracia -más que un sistema de gobierno- era una sociedad organizada en base a ciertos presupuestos, entre los cuales se asumía que las personas estaban preparadas para tomar sus propias decisiones; por lo tanto la conducción de los asuntos públicos no podía transferirse a los expertos, ya que éstos no eran capaces de interpretar las necesidades del conjunto de la comunidad: nadie podría interpretarlas, salvo la propia comunidad en un debate público (Ibid.: 66).

Los referentes del **public journalism** –y el propio Rosen- se acercaron a esta polémica entre Lippmann y Dewey a través de una serie de trabajos publicados por James Carey⁴³ desde principios de los años 80⁴⁴, quien proponía un abordaje del periodismo en vinculación con la cultura y la democracia. Carey escribía en 1987: “El verdadero problema del periodismo es que el término que lo fundamenta –el público- se ha disuelto, en parte por el propio periodismo”⁴⁵.

Rosen sostiene que la polémica entre los dos intelectuales de principios de siglo y las reflexiones de Carey planteaban un profundo interrogante para la prensa y el periodismo:

⁴³ Académico norteamericano. Fue profesor de periodismo en la Universidad de Columbia (New York), miembro del Consejo Directivo del *Public Broadcasting System*, y autor de *Communication as culture. Essays of media and society*, un texto de 1989.

⁴⁴ Por ejemplo: “Mass media: the critical view”, en Michael Burgoon (ed.): *Communication Yearbook 5*, New Brunswick, New Jersey (1982); “The press and public discourse”, en *Center Magazine*, Vol. 20 (1987); *Communication as culture: essays on media and society*, Unwin Hyman, Boston (1989); “A Republic, If You Can Keep It’: Liberty and Public Life in the Age of Glasnost”, en Raymond Arsenault (ed.): *Crucible of Liberty: 200 Years of the Bill of Rights*, Free Press, New York (1991).

⁴⁵ Citado en Rosen, 1999: 69.

“¿Qué podían los periodistas esperar razonablemente de los ciudadanos? (...) Si la prensa pretendía hacer su aporte al funcionamiento de la democracia, ¿debía focalizarse en el gobierno y sus decisiones, como proponía Lippmann, o debía enfatizar el clima cívico en el que la población podía **devenir público**, como sugería Dewey?” (Ibid.: 67. Las negritas son nuestras).

Según el autor, si bien los periodistas norteamericanos solían citar alguna que otra frase de Lippmann, no estaban habituados a dar estos debates en profundidad en relación a su propio trabajo cotidiano.

La convergencia entre estas discusiones académicas y ciertas iniciativas provenientes del ámbito periodístico se produjo a partir del encuentro entre Rosen y Merritt en 1990. Cuando se conocieron en un seminario para periodistas y editores de medios y científicos sociales, organizado en la Universidad de Columbia por la *Kettering Foundation*, ambos vieron una oportunidad para desarrollar un fructífero diálogo en torno al periodismo, los medios, la vida pública y la democracia: Merritt, un profesional con una trayectoria de más de treinta años que ya se encontraba introduciendo cambios en las rutinas de producción periodística en el diario que dirigía, como el proyecto *Your vote counts* -al que ya aludimos-, representaba al campo periodístico; Rosen -un profesor de la Universidad de Columbia, con un doctorado y con una carrera en investigación y docencia en ascenso, representaba al campo académico.

Tal fue la importancia que tuvo la figura de Rosen en la construcción del aparato teórico-conceptual del **periodismo público**, que algunos periodistas se refieren a la “corriente filosófica Dewey-Carey-Rosen” (Campbell, 1999: xxii).

Sumado a ello, a partir de los primeros años de la década del 90 tres importantes fundaciones se hicieron eco de las propuestas que Merritt y Rosen estaban impulsando (primero por separado y luego de manera coordinada), y resolvieron dedicar significativas cantidades de dinero al financiamiento de diversos proyectos de investigación y de experiencias de **public journalism** en distintos medios: la *Charles F. Kettering Foundation*⁴⁶, la *Knight Foundation*⁴⁷ y el *Pew Center for Civic Journalism*

⁴⁶ La *Kettering Foundation* fue creada en 1927 por el científico Charles Kettering, dedicada a promover la educación científica, programas de formación y trabajo en institutos y universidades, y el desarrollo de la investigación. Si bien originalmente la fundación se focalizó en áreas vinculadas a la biología y la medicina, a partir de la década del 60 comenzó a explorar otras áreas, hasta centrarse en los problemas de la democracia. Tiene diversas sedes en Dayton (Ohio), Washington D.C. y New York.

⁴⁷ La *Knight Foundation* fue creada en 1950 por los propietarios de la compañía de la familia Knight, una empresa dedicada a las publicaciones gráficas, especialmente periodísticas. A partir de su creación, esta fundación estableció programas para financiar la educación de jóvenes, y el desarrollo de propuestas

(creado en 1993 por el *Pew Charitable Trusts*⁴⁸). Los aportes económicos realizados por las tres fundaciones y los convenios que establecieron con universidades norteamericanas, implicaron una inversión inicial de cinco millones de dólares para darle impulso a esta propuesta (Rosen, 1999).

Esa marca de origen del **public journalism**, su vinculación con instituciones externas al propio campo periodístico⁴⁹ y, a la vez, el elevado nivel de institucionalización que tuvo la propuesta desde sus inicios, le valieron posteriormente importantes críticas, fundamentalmente de algunos periodistas provenientes de los medios más prestigiosos de los Estados Unidos.

1.3. De textos y contextos: una lectura crítica

El **periodismo público** fue una propuesta que tuvo un significativo impacto en el campo periodístico norteamericano, no sólo por la cantidad de proyectos que se desarrollaron, sino también por las innumerables críticas que recibió de parte de académicos y periodistas.

En ese sentido, los referentes de esta perspectiva dedicaron muchas líneas a postular que una profunda reforma en los modos de producir periodismo era una necesidad y una exigencia de la propia realidad, y no una iniciativa que pretendía poner en cuestión lo mejor de la tradición periodística estadounidense.

A pesar de los matices que es posible encontrar entre autores y textos, en los materiales analizados, el diagnóstico de la crisis de fines de la década del 80 y principios de la del 90 se construye en base a afirmaciones generales y abstractas -“la vida pública no va bien”, y estudios estadísticos⁵⁰ con los que se pretende documentar estas mismas definiciones generales y abstractas, y de los cuales tampoco se presentan mayores precisiones y datos (período y lugar de realización de cada sondeo, objetivos del estudio, etc.). De este modo, los referentes del **periodismo público** intentan demostrar

innovadoras para mejorar la calidad periodística. En el marco de esta fundación se creó y radicó el proyecto *Public Life and the Press*, dirigido por Jay Rosen desde 1993.

⁴⁸ La *Pew Charitable Trusts* fue creada en 1948 por los hijos del propietario de la *Sun Oil Company*, Joseph Pew. Estuvo dedicada desde sus inicios al desarrollo de investigación sobre diversas problemáticas sociales, desde el cáncer hasta el acceso a la educación de personas de raza negra. Se define como una institución “independiente, no partidista, no gubernamental, dedicada a servir al público”.

⁴⁹ Las importantes cantidades de dinero que estas fundaciones pusieron al servicio de distintos proyectos de **periodismo público** hizo que algunos críticos de esta perspectiva desconfiaran del apoyo “desinteresado” que se suponía que estaban ofreciendo.

⁵⁰ Entre los estudios más citados se encuentran: Putnam, 1993, 1995; Yankelovich, 1991; Dionne, 1992; Postman, 1985; Susan Millar, 1987; Leo Bogart, 1991; Richard O’Mara, 1990.

el deterioro en el que se encontraba la vida pública norteamericana de esos años y que, a su juicio, ponía en jaque la referencia que históricamente habían representado los Estados Unidos frente al resto del mundo en materia de democracia y cultura cívica.

Sin embargo, la comprensión que proponen de esa crisis encuentra algunas limitaciones. Por un lado, no hay una lectura articulada de los múltiples procesos políticos, económicos, sociales y culturales que imprimen sus marcas sobre el contexto en los Estados Unidos en las últimas décadas del siglo XX. Es decir, no se analizan las tensiones, disputas y convergencias presentes en las transformaciones políticas, culturales y económicas producidas en la segunda mitad del siglo, y que dan lugar a una particular configuración social en los Estados Unidos de fines de los 80.

Un ejemplo claro de ello son las reflexiones de Merritt en relación a lo que él denomina el “síndrome post Watergate”, que le permite analizar las consecuencias que ese resonante caso de corrupción tuvo al interior del campo periodístico, pero en relación al cual no construye ningún interrogante y problematización respecto al sistema político democrático norteamericano, y al impacto que el caso tuvo o pudo haber tenido sobre la cultura política de ese país. Otro ejemplo son las menciones que tanto Merritt como Rosen hacen de los cambios en el sistema de medios y que no se ponen en diálogo con un análisis más general de las transformaciones en la economía norteamericana y mundial, su expansión sobre la base de la especulación financiera globalizada, el desarrollo del capitalismo informacional, y el lugar de las industrias infocomunicacionales en ese proceso de transformación (Becerra, 2003).

En el mismo sentido, las lecturas del contexto que se presentan en los textos estudiados hablan de “los norteamericanos”, “la vida pública”, “el periodismo”, “el sistema político”, de manera generalizada y sin distinciones o matices entre condiciones socio-económicas, culturales, de género o etáreas, espacios territoriales, etc.

Así, a pesar de que se intenta ubicar la crisis del sistema político de fin del siglo XX en un proceso histórico de larga data -que incluso llega a remitir a la polémica entre Lippmann y Dewey- los referentes del **public journalism** no logran articular un análisis que de cuenta de la complejidad que, según ellos mismos, atraviesa tanto el proceso anterior como la coyuntura de crisis en la que surge esta propuesta.

Más aún, de la crisis se responsabiliza en buena medida a los medios de comunicación, en dos sentidos: en primer lugar, en términos de las condiciones que el accionar de los periodistas especialmente contribuyen a generar: escasa participación ciudadana en la vida pública, altos niveles de cinismo y escepticismo por parte de los ciudadanos, fuerte

profesionalización y elitización de la actividad política, debilitamiento y empobrecimiento del debate público, etc. En segundo lugar, en términos de los problemas que se habían suscitado al interior del propio campo periodístico y que habían colaborado con el creciente desprestigio de los periodistas y de su labor: elitización de la actividad periodística, altos niveles de insatisfacción profesional, alto nivel de competitividad en el sistema de medios, etc. Según se lee en los textos analizados, estos procesos habían tendido a desdibujar el rol clave que se supone que los medios de comunicación, y los periodistas en particular, cumplen en el sostenimiento de los regímenes democráticos.

La gran responsabilidad que -según esta lectura- le cupo a medios y periodistas en la crisis norteamericana de fin de los 80 y principios de los 90, cosechó posiciones absolutamente encontradas en el ámbito periodístico: de una parte, una importante identificación con el malestar con la cultura profesional y política de la época descrito por el **public journalism**; de otra, un fuerte rechazo y empeño por atribuir las responsabilidades a la apatía de los ciudadanos o a las prácticas corruptas e interesadas de los políticos.

Pero en todos los casos, una lectura elitista y reduccionista del periodismo profesional que lo ubica por encima de otras esferas o dimensiones de la vida social.

2. Democracia, medios y el problema del debate público

La pregunta por la democracia y la posibilidad de fortalecer la vida pública se plantea como fundacional en el **public journalism**. Según señala Rosen (1996, 1999, 2000), la confluencia entre periodistas y académicos para la construcción de esta perspectiva fue posible en función de la compartida preocupación por el funcionamiento del sistema democrático norteamericano:

“El **periodismo público** (o cívico) es en sí mismo la confluencia entre la actividad diaria de reportar las noticias y la búsqueda más amplia por comprender y mejorar la democracia. (...) La idea puede capturarse en una pregunta: ¿Qué se necesita para hacer funcionar la democracia y qué se le debería pedir a la prensa?” (Rosen, 2000: ix).

Ahora bien, ¿cómo se concibe a la democracia? Del análisis de los textos disponibles se concluye que en el **periodismo público** la democracia es entendida principalmente

como una relación entre gobernantes y gobernados, cuyo objetivo básico es tomar decisiones con las que todos los involucrados “puedan convivir”, a partir de un proceso de deliberación.

Merritt plantea que la vida pública es “el modo en que la democracia es expresada y experimentada”, e incluye dos dimensiones: la “política formal”, y la “ética cívica” (1998: 4). La primera refiere a las decisiones institucionales que se toman en distintos ámbitos de gobierno y que corresponde a los funcionarios; la segunda refiere a lo que se espera de los ciudadanos en términos de responsabilidad e involucramiento en los asuntos de interés común. Según este autor, la democracia requiere de tres elementos para funcionar: información relevante compartida por todos los afectados, un mecanismo y un espacio para la deliberación de los asuntos públicos, y valores compartidos a partir de los cuales tomar decisiones (Ibid.: 8). Para Merritt, los ciudadanos deben informarse acerca de los temas públicos y participar de espacios deliberativos en los cuales esos temas se discuten. Correlativamente, el producto de esa deliberación debe ser contemplado por los distintos niveles del gobierno para finalmente tomar decisiones que contengan a todos los sectores, grupos, personas (Merritt, 1997b: 31).

Merritt y Maxwell McCombs (2004) sostienen que es necesario distinguir cuatro conceptos que habitualmente se utilizan como sinónimos, y que sin embargo corresponden a objetivos diferentes: discusión, debate, diálogo, deliberación. Mientras la *discusión* es una conversación entre dos o más personas en la que se intercambian ideas y no necesariamente se plantean desacuerdos, el *debate* está orientado a la persuasión de los interlocutores para que adopten ciertos puntos de vista, el objetivo es “ganar” la discusión a partir de la deconstrucción de los argumentos de los antagonistas (Merritt y McCombs, 2004: 106). El *diálogo*, en cambio, se caracteriza por la colaboración de los participantes y la disposición a comprender los puntos de vista de cada uno de los actores; el fin en este caso es “alcanzar el entendimiento mutuo y, quizás, definir un curso de acción” (Ibid.: 107). Finalmente, la *deliberación* es un diálogo que implica la cuidadosa ponderación de las consecuencias de opciones alternativas y de las perspectivas de los interlocutores; a diferencia del debate, que está orientado a la confrontación y la persuasión, la deliberación permite que aparezcan en el transcurso del diálogo nuevas posibilidades que no habían sido contempladas y que representan preferentemente una síntesis de las posiciones en juego.

Para Merritt la “genuina” deliberación conduce necesariamente al *consenso*, en cuanto el proceso deliberativo permite que las posiciones extremas no se impongan y que los involucrados se muevan de sus posturas iniciales para tomar los puntos de vista de los otros actores:

“Mientras el conflicto entre distintas posiciones es un punto de partida natural y productivo para el proceso democrático, la **realización de la democracia** reside no en el conflicto en sí mismo, sino en la **resolución** del conflicto. Y esa resolución difícilmente se construye a partir de las posiciones extremas, sino que se funda en el consenso democrático que implica el **punto medio**” (1997: 29. Las negritas son nuestras).

Para ser considerada “genuina” -y una herramienta del sistema democrático-, la deliberación debe entonces reunir tres condiciones esenciales: la “reciprocidad”, que es la búsqueda de términos de cooperación mutua; la “publicidad”, que implica que las razones de los involucrados para sostener sus posiciones deben ser públicas; la “responsabilidad”, que refiere a que todos los participantes deben rendir cuentas de sus decisiones. Merritt y McCombs plantean que no es sencillo desarrollar este tipo de diálogo deliberativo por distintos motivos: la presencia de creencias fuertemente incorporadas; la falta de entendimiento, voluntad o experiencia en ese tipo de diálogo; el fracaso en comprender la importancia que tiene mirar más allá de los intereses particulares, entre otros (2004: 108-110). Sin embargo y a pesar de estas dificultades, el proceso deliberativo constituye para los autores la esencia de la democracia, y por lo tanto deben construirse las condiciones que lo hagan posible.

Según Lewis Friedland, sólo a través de ese proceso deliberativo es posible pensar en el ideal del autogobierno propio del régimen democrático, en tanto en sociedades complejas y masivas ese ideal puede materializarse únicamente en una relación entre gobernantes y gobernados en la que los ciudadanos tengan una voz que sea escuchada por quienes toman las decisiones: “La democracia deliberativa es la forma del gobierno democrático en la cual los ciudadanos discuten entre sí para formar una opinión pública fuerte, que luego se constituye en un componente central de las decisiones que toman quienes ocupan los cargos políticos” (2000: 122).

Pero ¿cómo es posible la construcción de esa opinión pública a partir del proceso deliberativo? Algunos referentes del **public journalism** toman la propuesta desarrollada

por Daniel Yankelovich⁵¹ acerca de la elaboración de lo que ese autor llama “juicio público”. A diferencia de la “opinión de las masas”, el juicio público es un tipo de postura firme, con bases sólidas, que se sostiene en el tiempo, y que se construye en tres etapas sucesivas: la primera etapa es la de la “toma de conciencia” [*consciousness raising*], en la cual el público se entera de la existencia y el significado de una temática particular. La segunda es la etapa de la “reflexión” [*working through*], en la cual los individuos deben comprometerse en un proceso de análisis y evaluación de las distintas alternativas; aquí se presenta la posibilidad de intervenir en esa temática, y empieza a ser necesario tomar posición al respecto. Finalmente, la tercera etapa es la de la “resolución” [*resolution*], en la que a partir de definiciones y valores intelectuales, afectivos y morales, el público toma una postura y hace una elección responsable; esta etapa es necesariamente el desenlace exitoso del momento previo de reflexión (Charity, 1995: 4-9).

Para Merritt, el resultado de esta última etapa es propiamente “el consenso democrático” (1998: 74).

2.1. Sobre el concepto de público

El proceso deliberativo que constituye la pieza clave de la noción de democracia en esta perspectiva implica una multiplicidad de aspectos y dimensiones. Si se analiza la bibliografía, es posible observar que el concepto de *público* remite, precisamente, a esa multiplicidad en forma simultánea: público es el *cuero* de los ciudadanos dialogando razonada y argumentativamente en torno a los asuntos de interés común; es también la *naturaleza de los temas* en torno a los cuales esos ciudadanos deliberan, en tanto corresponden al interés general o común (asuntos públicos); es la característica fundamental del propio proceso deliberativo; y es, a la vez, su *resultado* (la opinión pública).

Para Friedland el concepto de público tiene fundamentalmente tres acepciones: por un lado está asociado a la idea del gobierno como representación del conjunto -la comunidad, el pueblo o la Nación-, de ahí proviene la expresión “instituciones públicas” (Friedland, 2000: 122). Por otro lado, se vincula con la formación de ideas u opiniones entre grupos numerosos de personas privadas, es decir, la opinión pública. En tercer

⁵¹ Yankelovich, Daniel (1991): *Coming to public judgment: making democracy work in a complex world*, Syracuse University Press, New York.

lugar, al hablar de *vida pública*, se hace referencia “al público como un cuerpo de ciudadanos que argumentan, o deliberan, entre sí” (Ibid.). Según este autor, esta última acepción –menos extendida hoy que en los siglos XVII y XVIII- está vinculada a los cimientos de la política y la Constitución norteamericanas:

“los Estados Unidos se desarrollaron a partir de un sistema de gobiernos locales que comenzó con los consejos municipales de los colonos ingleses en los inicios del 1600. (...) La deliberación se vinculó con otros dos conceptos importantes que se encuentran en la fundación de la vida cívica. El primero es el de comunidad, que en los Estados Unidos ha connotado generalmente a la comunidad local. El segundo es el de asociación voluntaria, los grupos privados que los norteamericanos formaron desde los tiempos coloniales, que apuntalaron numerosas actividades (...). En muchos aspectos, la vida cívica en los Estados Unidos se constituyó a partir de comunidades locales que contenían una rica red de asociaciones cívicas. Esta ‘sociedad civil’ ha sido la base de nuestra vida pública democrática” (Ibid.: 122-123).

Pero en el **public journalism** la noción de público remite también al *público de los medios* y al rol que éstos últimos deben cumplir para el proceso deliberativo en las sociedades contemporáneas.

Merritt y McCombs (2004) señalan que, en virtud de su necesidad de orientación en relación a los asuntos públicos, puede agruparse a los individuos en tres tipos de públicos: en primer lugar, el grupo de los que “buscan la información” [*information seekers*], que son los que más se acercan al ideal de ciudadano construido por la teoría liberal clásica; son ciudadanos para los cuales los asuntos públicos tienen gran relevancia, por lo que se ocupan de buscar la mayor cantidad de información posible para orientarse sobre ellos. Algunas personas pueden pertenecer a este grupo de manera más permanente, otras se comportan así frente a algún tema que les interesa especialmente. En segundo lugar, el grupo constituido por los “monitores” [*monitors*], quienes exploran la información que resulta especialmente relevante en función de sus intereses; estas personas tienen una necesidad moderada de orientación, y, según los autores, una extendida evidencia muestra que este grupo constituye el público “promedio”. Finalmente, el de los “espectadores” [*onlookers*] es un tipo de público integrado por aquellas personas para quienes la vida cívica en general tiene poca relevancia personal; para estos individuos, los medios son más una fuente de entretenimiento que de información. Los autores afirman que estos públicos no existen

en la práctica en estado puro, pero en términos analíticos permiten reconocer comportamientos habituales de los individuos en su relación con los medios de comunicación (Merritt y McCombs, 2004: 50-51).

En relación con el tipo de vínculo que los individuos establecen con los medios de comunicación, Rosen sostiene la necesidad de replantear el modo en que ellos son posicionados por y representados en los relatos periodísticos: desplazar a esos individuos del lugar de víctimas y espectadores al de *ciudadanos* (1997: 17). Según este autor, fortalecer los lazos que unen a los norteamericanos “como una comunidad, como **un público**” se propone como la condición necesaria para alcanzar el objetivo de revitalizar la vida pública (1999: 5. Las negritas son nuestras).

La centralidad que este concepto tiene en el **public journalism** se pone en evidencia, precisamente, en el nombre con el que esta propuesta se difundió dentro de los Estados Unidos y en otros países del mundo⁵².

2.2. Medios y democracia: periodismo tradicional vs. periodismo público

En relación a los elementos que se consideran necesarios para el funcionamiento de la democracia -esto es, información relevante compartida, un procedimiento y espacio para la deliberación y valores compartidos-, Merritt sostiene que los dos primeros no están garantizados, y ello se debe, por un lado, a que la excesiva cantidad de información disponible gracias a la tecnología atenta contra las posibilidades de priorizar y distinguir los datos relevantes para el tratamiento de los asuntos comunes. Por otro, se debe a que las modalidades de comunicación masiva y el estilo de vida de las sociedades de fines de los años 80 dificultan el desarrollo de espacios de debate entre ciudadanos. Según este autor, “las superautopistas de la información del siglo XXI, que en su forma más cruda son la antítesis del ágora, pueden continuar erosionando el concepto de comunidad en el cual la democracia se basa” (Merritt, 1998: 10-11).

⁵² Si bien esta perspectiva fue conocida también con el nombre de “periodismo cívico”, sus referentes optaron mayoritariamente por la denominación de “**periodismo público**”. Como afirma Rosen: “Yo lo llamé periodismo público. Otros prefirieron periodismo cívico, o en ocasiones periodismo comunitario. Como fuera que se llamara, tenía un objetivo general: reconfigurar el trabajo del periodismo, de modo que promoviera un clima público más sano” (1999: 4). Por su parte, Steven Chafee y Michael McDevitt sostienen que esta diferencia en la denominación da cuenta de los diversos objetivos con los que ciertos actores se apropiaron de la propuesta: “El periodismo cívico se orienta hacia la comunidad, mientras que el periodismo público se orienta hacia el interior de la profesión. Mientras uno busca la reforma del público a través del periodismo, el otro busca la reforma del periodismo haciéndolo más público” (2000: 177-178).

Para Merritt lo que se encuentra en crisis son los propios principios de la comunidad que fundaron la vida pública norteamericana, y los medios de comunicación tienen una importante responsabilidad: “No es coincidencia que el declive del periodismo y el declive de la vida pública se hayan producido en el mismo momento. En la sociedad moderna ellos son co-dependientes” (Ibid.: 6). Los medios no sólo contribuyen a la sobreabundancia de información y a la dificultad para priorizarla, sino que el estilo de cobertura del periodismo tradicional también obstaculiza el necesario proceso de reflexión y evaluación que cada problemática requiere. Según Merritt, en relación a la construcción de lo que Yankelovich llama “juicio público”, el periodismo tradicional pretende “moverse rápida y directamente de la etapa de la toma de conciencia a la etapa de la resolución”, sin pasar por el necesario proceso de reflexión (Ibid.: 74).

Así, los medios no cumplen el rol que se espera de ellos en los regímenes democráticos, es decir, por una parte, sistematizar y presentar la información que resulta relevante para el proceso deliberativo; por otra, constituir una herramienta de ese proceso, dando visibilidad a las distintas posiciones en juego y facilitando un diálogo entre ellas para la toma de decisiones.

Sumado a ello, según los referentes del **public journalism**, en el periodismo tradicional tienden a presentarse todas las temáticas de interés público como un debate polarizado entre posiciones extremas, que necesariamente tendrá como resultado “ganadores” y “perdedores”. Merritt y McCombs indican que la cobertura del conflicto se convierte en la “narrativa central y el contexto más amplio es ignorado” (2004: 85). El problema de esta lógica es que los norteamericanos no tienen generalmente ninguna de esas posiciones extremas: “la polarización de las discusiones es útil y atractiva para los **ideólogos**”, pero la mayoría de los estadounidenses “son, o sienten que son excluidos de la discusión” (Ibid.: 86. Las negritas son nuestras). De esta manera, se refuerzan las falsas alternativas entre sólo dos opciones y ello impide la construcción del consenso que supone la democracia.

Así, si la esencia de la democracia es resolver los asuntos públicos de un modo en el que todos puedan convivir con las decisiones tomadas a través de un proceso deliberativo, el **public journalism** propone adoptar una modalidad de cobertura que entienda ese proceso y lo promueva: destacar los aspectos que permiten acercar posiciones en los temas de interés público, como un modo de facilitar el diálogo razonable y argumentado, y por lo tanto la construcción del consenso.

2.3. Promoviendo la deliberación: la experiencia del *San Jose Mercury News*

Si bien los primeros proyectos de **periodismo público** se desarrollaron en el marco de procesos electorales, rápidamente comenzó a plantearse el desafío de instalar este tipo de cobertura en contextos cotidianos. La crisis del sistema democrático norteamericano

“iba mucho más allá de las elecciones y las campañas electorales. La política parecía no estar dirigida al abordaje de los problemas de la gente, y esto significaba que el periodismo político no podría establecer conexiones [con la ciudadanía], a menos que revisara sus propias lecturas en relación a lo que significaba la política” (Rosen, 1996: 39).

Rob Elder, editor a cargo de la sección editorial del *San Jose Mercury News* (Estado de California) estaba considerando a mediados de la década del 90 algún rediseño de las páginas a su cargo con el fin de facilitar el “diálogo cívico”. En la primavera de 1995 se presentó una buena oportunidad para implementar ciertos cambios: el gobernador de California, Pete Wilson, intentaba apresurar su candidatura presidencial, declarando su apoyo a una serie de nuevas restricciones sobre algunas políticas de **acción afirmativa**⁵³. Habiendo leído el texto de Yankelovich, Elder entendió que “temáticas complejas como la de la acción afirmativa requieren una etapa de ‘reflexión’” (Rosen, 1999: 102), y decidió entonces impulsar una experiencia que facilitara la deliberación ciudadana acerca de esta cuestión. Para ello se puso en contacto con la *Kettering Foundation*, y con ayuda de algunas bibliotecas y otros grupos cívicos, la sección editorial del diario promovió una serie de foros públicos acerca de las políticas de acción afirmativa. El equipo de Elder, en colaboración con la fundación, elaboró una guía de discusión para los foros en la que exponían los puntos clave y las alternativas que subyacían al debate, incluía una breve historia del concepto de acción afirmativa, y no tenía como fin representar la voz institucional del *San Jose Mercury News*. La guía delineaba tres grandes posturas o puntos de vista en relación al tema: el primero –bajo el título “Tratar a las personas como individuos” [*Treat people as individuals*]- sintetizaba la mirada de aquellos que se oponían profundamente a las políticas de acción afirmativa; el segundo –denominado “Atacar las causas profundas de la desigualdad”

⁵³ *Affirmative action* es la denominación bajo la cual, a partir de la década del 60, comenzaron a implementarse en los Estados Unidos algunas políticas orientadas a contrarrestar la histórica discriminación de ciertos grupos sociales por cuestiones étnicas, sexuales, de nacionalidad y religión. Así se llevaron adelante iniciativas de inclusión de estos grupos en el ámbito educativo, laboral, etc.

[*Attack the root causes of inequality*]- sintetizaba la posición de quienes sostenían que el verdadero origen de la discriminación en todos los casos era la pobreza como problema estructural; el tercero –con el título “Reforzar iguales resultados” [*Enforce equal results*]- sintetizaba la postura de aquellos para quienes las minorías no cuentan con igualdad de oportunidades, producto de la discriminación histórica. En relación a cada uno de estos puntos de vista, la guía describía un diagnóstico del problema, acciones a desarrollar para resolverlo y la presentación de algunas críticas a esa posición. Cada guía incluía también algunos interrogantes para ser planteados a las propuestas que pudieran surgir.

Rosen sostiene que la mayor riqueza de estas guías estaba en que “no ofrecían mucha ‘información’ u ‘opinión’, sino información sobre y tras las opiniones” (Ibid: 105). Además, “se presentaban tres opciones, en lugar de las dos usuales” y “se mostraban diagnósticos seguidos de conclusiones diferentes. Las distintas opciones procedían de distintos valores” (Ibid.). El objetivo era que los ciudadanos hicieran colectivamente su proceso de reflexión y arribaran a decisiones propias.

De esta experiencia, denominada “Acción afirmativa e igualdad de oportunidades: ¿cómo pueden los californianos encontrar el bien común?” [*Affirmative action and equal opportunity: how californians find common ground?*], participaron unas cien personas de diferentes edades, razas y sectores socio-económicos, en dos docenas de foros.

Además de publicar relatos de los foros, el rediseño de la sección editorial del diario -a partir de esta experiencia- dio lugar a un nuevo espacio titulado “Otros puntos de vista” [*Other views*], de las mismas dimensiones que el espacio destinado a las editoriales tradicionales, donde se publicaban cartas de lectores, columnas, entrevistas y opiniones de invitados. Sumado a ello, el rediseño implicó una reorganización de la sección: las distintas piezas fueron reordenadas no sólo por categoría (columna, entrevista, editorial, etc.), sino también por temática, de modo que los lectores encontraran reunidas todas las piezas referidas a un mismo tema (Ibid.: 110).

A modo de síntesis de la experiencia, Elder afirma en una columna publicada en el diario en enero de 1996:

“No estamos de ninguna manera renunciando al derecho y la responsabilidad del periódico de tomar fuertes posiciones propias. Pero, usando nuestra voz de modo más

deliberativo y poniendo mayor énfasis en otras voces, esperamos hacer de estas páginas de opinión menos una sala de conferencias y más una conversación de la comunidad”⁵⁴.

2.4. Democracia, deliberación y medios: algunas consideraciones

La democracia se concibe en esta propuesta como una forma de gobierno, un *sistema* del cual se identifican elementos, procedimientos y condiciones, que tiene como fin arribar a decisiones en torno a los asuntos públicos con las que todos puedan convivir. Uno de los postulados centrales del **public journalism** consiste en afirmar que el periodismo tradicional no contribuye al desarrollo del proceso deliberativo y la superación de la conflictividad necesarios para la vigencia del sistema democrático, en la medida en que privilegia la visibilización de las posiciones extremas que, sobre distintos asuntos polémicos, tienen los “ideólogos” o las “minorías politizadas”. ¿Significa eso que el **public journalism** propone una manera de operar de los medios de comunicación orientada a persuadir a esos sectores o actores del debate público a adoptar las posiciones “intermedias”, es decir, las que contienen a la mayoría de los ciudadanos?, ¿es que esas posiciones intermedias son las únicas que pueden considerarse razonables, democráticas y atendibles?

Como es posible observar, en el concepto de democracia que se sostiene en el periodismo público norteamericano, superar la conflictividad social y alcanzar un consenso “genuino” implica entonces excluir ciertas posiciones que de hecho están presentes en el debate público. Esa forma de la deliberación, que los referentes del **public journalism** distinguen del denominado “debate” por su carácter confrontativo y que constituye la esencia de la democracia, no sólo resulta excluyente, sino que requiere de una suerte de regulación –podríamos decir- *externa*, en virtud de la cual se evalúan las condiciones de participación en ese debate.

El propio relato de la experiencia del *San José Mercury News* que encontramos en uno de los textos de Rosen constituye un ejemplo elocuente: durante el desarrollo del proyecto, las guías elaboradas por el equipo de la *Kettering Foundation* y algunos periodistas para las instancias deliberativas preestablecían las posiciones posibles –y por lo tanto tolerables- en relación a la problemática objeto del debate. Los ciudadanos debían, entonces, desarrollar un proceso de reflexión a partir del cual arribar a sus propias decisiones, pero dentro de los márgenes planteados de antemano por los

⁵⁴ Citado en Rosen, 1999: 109-110.

impulsores de la iniciativa. No por cualquier tipo de actor, sino por periodistas y ciertos expertos a quienes no se explicita por qué no se denominarían “ideólogos”.

A la vez, en la propuesta del **public journalism**, los medios de comunicación cumplen la función primordial de garantizar dos de los tres elementos que la democracia requiere para su funcionamiento, en la medida en que de los medios dependen justamente, tanto la información relevante compartida, como el mecanismo y el espacio para la deliberación de los asuntos públicos. En este marco, los periodistas no son, como afirman los referentes de esta perspectiva, potenciales “facilitadores” y “galvanizadores” de la democracia y la vida pública, sino que se constituyen en sus reguladores.

Sumado a ello, el único rol que pareciera caberles, en ese sentido, a los gobernantes es el de meros ejecutores de las decisiones que se toman como resultado de la deliberación, regulada por los medios de comunicación.

3. Ciudadanía, información y cobertura periodística

La propuesta del **periodismo público** norteamericano está atravesada por un debate – que no es explícito ni está explicitado- en torno al modo en que se comprende la condición ciudadana.

Los referentes de esta perspectiva recuperan en clave de polémica las reflexiones de Walter Lippmann y John Dewey⁵⁵ en torno a la ciudadanía, y sostienen que el periodismo tradicional fue influenciado por las posturas de Lippmann. A partir de allí construyen dos tipos de críticas al periodismo tradicional: la primera es su concepción del ciudadano como un sujeto indiferente, ignorante y sin capacidad para intervenir en la vida política; la segunda está vinculada a la restricción del rol del periodismo a una función exclusivamente informativa.

¿Qué plantea, en contraposición, el **public journalism**?

Una primera definición en la que coinciden varios de sus referentes es que la **ciudadanía** remite a una posición que los sujetos adoptan en contextos determinados y bajo ciertas condiciones. Los individuos no son naturalmente ignorantes e indiferentes, sino que el proceso de deterioro de la vida pública genera dificultades para la participación ciudadana. Según Charity: “los actos de ciudadanía son innecesariamente

⁵⁵ Ver al respecto el primer apartado de este capítulo.

difíciles para los norteamericanos comunes, por lo tanto, como es posible esperar, no los llevan a cabo frecuente o correctamente. Ellos no encuentran el interés común, no construyen mensajes claros, ni actúan en función de resolver sus problemas” (1995: 126).

Autores como Rosen, Merritt, Austin, Charity afirman que, para que los individuos actúen como ciudadanos, es necesario que se sientan involucrados en un proceso de debate y toma de decisiones en torno a temáticas que consideren relevantes para su propia vida. En ese sentido, los medios cumplen potencialmente un papel clave en la tarea de promover la ciudadanía, en tanto ofrezcan a los ciudadanos la información adecuada, y superen -a la vez- la función meramente informativa, erigiéndose en verdaderas plataformas para la deliberación.

Al respecto, resulta elocuente el título del primer libro de Merritt: *Periodismo público y vida pública. Por qué no es suficiente con relatar las noticias* [*Public journalism and public life. Why telling the news is not enough*]⁵⁶. Precisamente en ese texto, el autor afirma: “El **periodismo público** va más allá de la práctica actual del periodismo, a partir de la adopción de una particular y pragmática concepción de la naturaleza de la democracia y del rol del periodismo en ella. (...) el periodismo tiene un rol que va más allá de presentar las noticias, más allá de la mera provisión de información” (1998: 139). Este autor afirma que “contar las noticias no es suficiente”, sino que los medios deben constituirse en espacios de deliberación pública para los ciudadanos:

“el periodismo conserva la habilidad de reconocer, mantener y, de ser necesario, crear **ágoras** donde los asuntos públicos puedan ser discutidos y quizás resueltos. Ciertamente, las secciones editoriales y de opinión son una forma rudimentaria de ágora. Algunos periódicos han avanzado hacia la creación de formas más organizadas de deliberación, tanto en sus páginas como fuera de ellas, en la comunidad” (Ibid.: 11. Las negritas son nuestras).

En esta misma línea, Steven Chafee y Michael McDevitt plantean que “el flujo unidireccional de la información desde las organizaciones mediáticas hacia el público, relega a los ciudadanos a un rol pasivo en su relación con los medios”, mientras la “democracia deliberativa requiere que los ciudadanos hagan algo con la información” que ellos proveen (2000: 179).

⁵⁶ La referencia bibliográfica puede encontrarse en el primer Capítulo y en el Anexo de este trabajo. Las negritas son nuestras.

En ese sentido, si bien las tecnologías amplían vigorosamente las posibilidades de acceso, Merritt sostiene que *paradójicamente* la información es un recurso que no está garantizado para la ciudadanía. Y ello se debe a que, para este autor, la clave no está en el acceso, sino en la calidad de la información y en las herramientas que los medios de comunicación ponen a disposición de los ciudadanos para que éstos puedan priorizar y seleccionar la información que resulta significativa en orden a comprender y resolver los problemas de interés común: “el componente de la información compartida [necesario para la democracia] se encuentra amenazado precisamente por la omnipresencia de la propia información” (Merritt, 1998: 9).

En ese marco, los referentes del **public journalism** plantean la importancia de discutir los criterios en función de los cuales los periodistas deciden qué información difundir y cómo presentarla. Merritt y McCombs afirman que “lo que el público necesita saber” es la definición que con más frecuencia utilizan los periodistas para explicar sus propias decisiones, pero se preguntan si los criterios “tradicionales” de noticiabilidad realmente construyen “el tipo de información que los individuos **necesitan** tener para actuar como ciudadanos” (2004: 40. Las negritas son nuestras). Para estos autores, a pesar de que el presupuesto básico del concepto de democracia indica que “el pueblo en general tiene suficiente sabiduría como para determinar el rumbo de su nación, su estado y su comunidad local”, la influencia de los medios de comunicación en la agenda pública resulta sustancial (Ibid.: 46-47).

Así, la “innata” necesidad de orientación que los individuos sienten en función de la relevancia que cierta temática tenga para ellos -y, correlativamente, la incertidumbre que sientan respecto a esa temática-, define la incidencia de los medios en la opinión que los individuos construyen sobre el tema:

“Cuando los medios ofrecen información que los **ciudadanos** consideran relevante y útil para tomar una decisión acerca de cómo emitir su voto, se logra una **audiencia** sustancial –y se logra una influencia mediática significativa en las prioridades que los ciudadanos le asignan a los temas del día. En esta situación, el **público** y los medios son socios en relación a la salud de la vida pública y a la búsqueda común de entendimiento” (Ibid.: 49. Las negritas son nuestras).

Precisamente, por la necesidad de orientación de los individuos, Merritt y McCombs sostienen que

“los periodistas deben ser comunicadores preocupados por los **efectos** –y especialmente por la ausencia de efectos- **cívicos** de sus mensajes sobre el público. Más específicamente, los periodistas y las organizaciones mediáticas necesitan trabajar para adaptar sus mensajes, de modo que alcancen a los tres tipos de públicos [*information seekers, monitors* y *onlookers*]” (Ibid.: 52. Las negritas son nuestras).

De manera que, para los referentes de esta perspectiva, los periodistas deben trabajar activamente para promover el involucramiento de los individuos en la vida pública: a diferencia del periodismo tradicional, que trata a los ciudadanos como “clientes” o “una audiencia”, **el public journalism** propone tratarlos como “pares” para ayudarlos a ser parte de una “conciencia reflexiva” en torno a la sociedad (Campbell, 2000: xxii-xxiii).

3.1. Starting where the citizens starts

A medida que la propuesta del **periodismo público** fue desarrollándose en experiencias concretas y diálogos entre periodistas y académicos, fueron delineándose algunos de sus presupuestos, definiciones, recursos y técnicas. Según Rosen, uno de esos presupuestos indica que “el mejor periodismo es aquél que se dirige a las personas en su capacidad como ciudadanos responsables –no como consumidores ociosos, espectadores en búsqueda de emociones o víctimas impotentes” (1996: 49).

En función de este presupuesto, el propio Rosen plantea que la inclusión de la perspectiva de la ciudadanía en la cobertura periodística es uno de los aspectos clave del **public journalism**. “Empezar donde los ciudadanos empiezan” [*Starting where the citizens starts*]: así denomina Rosen (1996, 1997, 1999) al principio según el cual los ciudadanos deben ser protagonistas del relato periodístico de distintas maneras, tanto en términos de **agenda**, como de **fuentes**, y también en términos de visibilizar **iniciativas** ciudadanas.

En cuanto al primer aspecto, los medios deben tender a construir lo que denominan una “agenda ciudadana” [*citizen`s agenda*], es decir, priorizar en el trabajo cotidiano el abordaje de aquellas temáticas públicas que preocupan o tienen relevancia para la ciudadanía (Rosen, 1996). En relación al segundo, se trata de que los ciudadanos sean considerados un actor con voz y opinión propia en relación a las diversas temáticas que los medios cubren diariamente, desde cuestiones complejas como macroeconomía, hasta problemáticas locales (Rosen, 1997). Finalmente, en cuanto a la visibilización de las

iniciativas ciudadanas, los defensores del **periodismo público** sostienen que la información que cada día difunden los medios no puede ser siempre “malas noticias”, y que debe darse visibilidad también a ciertas acciones que muchas veces no darán una solución de fondo a problemas estructurales, pero que constituyen estrategias de la ciudadanía para involucrarse en un proceso de debate y abordaje de esos problemas (Rosen, 1999).

Como indica Rosen:

“Incluir a los ciudadanos en su capacidad como ciudadanos es pedirles que deliberen con otros, además de expresar sus propias opiniones. Es mirar los hechos desde su perspectiva, además de tomarles fotos. Es tratarlos como actores, participantes, así como consumidores o clientes. (...) Ver a las personas como ciudadanos es elevarlos a un rol al que no siempre **le harán justicia**, lo cual es otro modo de decir que la democracia es a veces decepcionante” (1997: 17. Las negritas son nuestras).

Así, más que informar a los ciudadanos, el **periodismo público** plantea que los periodistas deben promover el involucramiento y compromiso de éstos, asumiendo una tarea que podría definirse casi como de **representación**, aunque no se explicita de ese modo en esta perspectiva. Arthur Charity afirma:

“El **periodismo público** no sólo apunta a tratar a los lectores como ciudadanos, sino que asume que los lectores quieren ser ciudadanos. En general, ellos tienen una seria voluntad de mejorar sus ciudades, estados y país, de modo que elaborarían una agenda inteligente, preguntarían las preguntas inteligentes a los expertos y a los candidatos, y se esforzarían por construir un conjunto inteligente de soluciones, si tuvieran el tiempo, el dinero, el acceso, y la habilidad profesional de los periodistas” (1995: 19).

Para este autor, poniendo en práctica los principios del **public journalism**, los periodistas pueden contribuir a la formación de lo que él llama “capital cívico” [*civic capital*], que permite “mejorar la productividad de la comunidad” (Ibid.: 11).

Los referentes de esta perspectiva coinciden también en que la capacidad de los periodistas de tomar el punto de vista de los ciudadanos, de incluirlos en el tratamiento

de las noticias, de escucharlos, de empezar donde ellos empiezan⁵⁷, supone asumir ellos mismos, a su vez, su propia condición de ciudadanos.

En ese sentido, Robert Roberts (2000) sostiene que para poder llevar adelante la tarea de revitalizar la vida pública y la democracia, los periodistas deben ser formados como ciudadanos; sólo de esta manera pueden convertirse en agentes promotores de ciudadanía. El autor afirma que la formación en ciencias sociales ofrece herramientas de análisis de la realidad que los periodistas podrían productivamente utilizar en su práctica cotidiana. No obstante, éste es un aspecto al que el **periodismo público** no ha prestado suficiente atención:

“Hoy, miles de graduados en periodismo y comunicación masiva entran anualmente al mercado laboral. Curiosamente, el movimiento del **periodismo público** ha dirigido poca atención al tema de la contratación de periodistas gráficos y audiovisuales que no cuentan con la preparación adecuada para analizar problemáticas económicas, sociales, legales y políticas complejas” (Roberts, 2000: 175).

Sin embargo, para algunos de los referentes de esta perspectiva, la sola puesta en práctica de algunas de las técnicas que permiten escuchar a la ciudadanía, ya genera un cambio en la mirada de los periodistas:

“Aprender a escuchar a los ciudadanos de nuevos modos es el paso más transformador en la práctica del **periodismo público**, ya que en última instancia implica humildad. El periodista que abandona sus nociones preconcebidas acerca de las noticias y, en cambio, presta atención al modo en que los ciudadanos ven las cosas, aprende algo nuevo (...). En cuanto los periodistas empiezan a escuchar a los ciudadanos, pueden dejar su propia posición de expertos” (Austin, 1997: 40-42).

De este modo, lo que se logra en un mismo movimiento a través de estas prácticas, es **reposicionar** tanto a ciudadanos como a periodistas (Rosen, 1996, 1999; Merritt, 1998; Merritt y McCombs, 2004).

Ahora bien, ayudar a los ciudadanos a actuar como tales, no implica una excesiva e indebida intervención de medios y periodistas sobre el escenario político. En ese sentido, Rosen distingue al **public journalism** del “*advocacy journalism*” [periodismo de apología], un tipo de periodismo al que atribuye un abandono de los “estándares” de

⁵⁷ Algunos de los términos que distintos referentes del **periodismo público** utilizan para referirse a esta cuestión son: *public listening* [escucha pública], *publicly include* [incluir públicamente], *starting where the citizens starts* [empezar donde los ciudadanos empiezan].

la profesión, fundamentalmente la objetividad: “hay una clara diferencia entre acercar a las personas al debate y decirles qué deben decidir, entre crear una discusión y dominarla, entre ayudar a los ciudadanos a involucrarse y hacer por ellos su trabajo” (1996: 13). El autor sostiene que en la perspectiva del **periodismo público**, la actitud del periodista puede describirse como de “neutralidad proactiva” [*proactive neutrality*], en la medida en que “es neutral porque no prescribe ninguna solución ni favorece ningún interés particular. Es proactiva en su creencia de que el periodismo puede, en algunos casos, intervenir en servicio de amplios valores públicos sin comprometer su integridad” (Ibid.: 13).

Charity, por su parte, afirma que el periodismo “debe defender la democracia sin defender soluciones particulares” (1995: 146).

3.2. Los periodistas como promotores de ciudadanía

Uno de los medios que más tempranamente comenzó a desarrollar experiencias de **periodismo público** fue el diario *The Virginian Pilot*, del Estado de Virginia. Bajo la influencia de quien fuera su editor a cargo en la década del 90, Cole Campbell, este periódico empezó a incorporar algunas de las definiciones y técnicas de **public journalism** ya en 1993. Rosen reconoce la relevancia que este medio de comunicación tuvo como un espacio donde la propuesta del **periodismo público** fue tomando forma y consolidándose, al punto de referirse a la “travesía intelectual” [*intellectual journey*] del *Virginian Pilot* (1999: 128).

Una de las experiencias desarrolladas surgió en el verano de 1994 cuando *The Virginian Pilot* fue convocado por tres de los periódicos de mayor circulación del Estado para integrar una coalición que abordase en profundidad el tema del crimen y la libertad condicional. La iniciativa había surgido a partir de la propuesta del gobernador George Allen, quien había convocado a una sesión especial de la Asamblea General de Virginia para tratar un proyecto de abolición de la libertad condicional en ese Estado. Si bien las intenciones de esos tres medios eran obstruir los planes del gobernador, el *Virginian Pilot* aceptó participar en la coalición bajo la condición de que se incorporaran las miradas de los ciudadanos: “Debíamos considerar a los lectores como ciudadanos con algo para decir” (Warhover, 2000: 49). Para ese momento, el diario llevaba varios meses trabajando con Richard Harwood, un investigador y consultor que venía

realizando indagaciones en torno a los modos en que los ciudadanos se conectan con los asuntos públicos.

Sobre la base de ese trabajo, Tony Wharton y Thomas Warhover –periodistas a cargo del proyecto- decidieron organizar “conversaciones comunitarias”, un espacio similar a un grupo focal, pero con algunas particularidades. Uno de esos periodistas las describe de esta manera:

“buscar el punto en el que el grupo podría dividirse entre sí en torno a un tema, el punto en el que los participantes se negaran a encorsetar el tema en preocupaciones restringidas, el punto en el que vieran los beneficios implicados en varios cursos de acción. La conversación comunitaria funciona mejor cuando los miembros del grupo se hacen preguntas unos a otros en lugar de dejarse guiar por el moderador. Fundamentalmente, las conversaciones comunitarias tienen que ver con generar deliberación” (Ibid.: 51).

Warhover sostiene que la clave estaba en las preguntas que hacían a los participantes de cada grupo. Los periodistas insistían en que cada persona no sólo expresara su opinión, sino que reconociera y explicitara los presupuestos e implicancias de esas opiniones.

Durante ese verano, la coalición de medios que impulsaba el proyecto organizó ocho conversaciones comunitarias, de las que participaron alrededor de noventa personas (Ibid.: 51).

Más allá de que el acuerdo con la propuesta del gobernador de abolir la libertad condicional en el Estado de Virginia fuera mayoritario entre quienes participaron de las conversaciones comunitarias, la experiencia permitió que se evidenciara que los ciudadanos comprendían la complejidad del problema: “el rol de la comunidad –no sólo del gobierno- en la prevención y la lucha contra el crimen. La necesidad de educación y rehabilitación, aunque ésta última fuera dura. El lugar del perdón y la humanidad” (Ibid.: 52).

La cobertura periodística de todo el proceso consistió en un informe de cuatro entregas, donde se publicaba una síntesis de los debates que habían tenido lugar en esas “conversaciones”, y una quinta entrega que se añadió hacia el final para plantear el tema de “las futuras generaciones” y el abordaje de la problemática en el largo plazo (Rosen, 1999: 139). De esta manera, la cuestión tuvo un tratamiento periodístico que desbordó ampliamente los límites del proyecto planteado por el gobernador (Charity, 1995: 41).

Según Rosen, “al sintonizar el sonido de la política tal como es escuchado por el público, el *Virginian-Pilot* se enseñó a sí mismo cómo aprender de los ciudadanos y profundizar la productividad de su cobertura” (1999: 141).

3.3. Ciudadanía: condiciones y prácticas

Como es posible observar, la noción de ciudadanía es central en la propuesta del **periodismo público**. Se dedican innumerables páginas a, por un lado, fundamentar la relevancia de tomar el punto de vista de los ciudadanos, acercarse a sus preocupaciones, ofrecer la información que les permita participar en la vida pública; y, por otro, a explicitar las modalidades, recursos y técnicas que los periodistas pueden desplegar en las salas de redacción para cumplir su rol de revitalizar la democracia. En ese sentido, hay una clara definición de que los medios y los periodistas operan como mediadores entre la ciudadanía y la vida pública.

Sin embargo, esa noción no es problematizada y debatida explícitamente y en torno a ella existen algunas cuestiones que merecen ser discutidas.

En primer lugar, tal como ocurre con el concepto de democracia, la ciudadanía es entendida como una posición desvinculada de conflictos y diferencias, aislada de las particulares condiciones políticas, sociales, económicas y culturales en el marco de las cuales es asumida por los sujetos. Es decir, la ciudadanía parece ser, en esta perspectiva, una posición que los individuos eligen libremente -más allá de cualquier otra determinación- asumir o no asumir en contextos específicos.

En ese sentido, el cinismo y la apatía que según el diagnóstico inicial de los propios referentes del **public journalism**, ha alejado a los ciudadanos de la vida pública, no sólo es exclusiva responsabilidad de los medios de comunicación y de los políticos, sino que queda restringido a una cuestión de mera motivación e interés: en la medida en que los ciudadanos vean sus propios intereses reflejados en la vida pública, se sentirán motivados a involucrarse en procesos deliberativos para la toma de decisiones.

Desde esa lógica resulta comprensible que la *mediación* que los medios operan, y que pone precisamente en relación a los ciudadanos con la vida pública, se conciba como un proceso transparente, en el cual los periodistas pueden constituirse en facilitadores u obstaculizadores, dependiendo exclusivamente del modo en que hagan su trabajo.

Por otro lado, no quedan claras las acciones a partir de las cuales se define a la condición ciudadana en el **public journalism**. En algunos casos la sola participación en

un espacio de discusión o deliberación se define como ejercicio de ciudadanía, tal como se desprende de la ya relatada experiencia del *Virginian Pilot*, en la cual los sujetos se convierten en ciudadanos con sólo participar de una de las “conversaciones comunitarias”. Mientras que en otros casos la ciudadanía parece más bien referir al involucramiento en acciones concretas desarrolladas para abordar ciertas problemáticas. Una evidencia de ello son las constantes referencias a la importancia de visibilizar las “iniciativas ciudadanas”: aquellas experiencias en el marco de las cuales, sin esperar la intervención del Estado, los sujetos se involucran para dar respuestas –al menos en lo inmediato- a un problema identificado como de interés común.

A la vez, y a pesar de destacar estas iniciativas, los ciudadanos son entendidos e interpelados desde los medios como sujetos individuales. En esa clave se pone en discusión la relevancia de la selección de la información y de los marcos interpretativos que los medios ponen a circular públicamente. Tal como sostienen Merritt y McCombs (2004), la “necesidad de orientación” de los individuos es uno de los aspectos fundamentales al que los periodistas deben dar respuesta.

De ahí también la centralidad que la cobertura periodística de los procesos electorales (donde el acto ciudadano es por definición individual), tuvo en los desarrollos iniciales y posteriores de esta perspectiva.

4. Medios, ciudadanía y derechos

A partir de la considerable difusión que rápidamente logró la propuesta del **public journalism**, las reacciones en el ámbito periodístico fueron básicamente de dos tipos: por un lado, los periodistas de medios pequeños o medianos -es decir, de alcance local o estatal- respondieron positivamente, y muchos de ellos comenzaron a desarrollar proyectos de **periodismo público** o incorporar algunas técnicas específicas vinculadas a esta propuesta. Por otro lado, en el caso de los periodistas de los grandes medios nacionales, tales como *The New York Times* o *The Washington Post*, la reacción mayoritaria fue un virulento cuestionamiento, vinculado al modo en que, desde el punto de vista de esos periodistas, el **public journalism** amenazaba los principios fundamentales de la tradición periodística norteamericana.

Según Merritt, las explicaciones de esta reacción virulenta pueden encontrarse en el origen mismo de la historia de la prensa estadounidense: la declaración de la Primera

Enmienda a la Constitución de los Estados Unidos. Afirma el autor: “La realidad es que la prensa libre nació en una postura defensiva. Su certificado de nacimiento fue una declaración –significativamente, una afirmación negativa-, según la cual ‘el Congreso no aprobará ninguna ley...’” (1998: 17-18).

La Primera Enmienda -cuyo texto establece que “El Congreso no aprobará ninguna ley que se aboque al establecimiento de religión alguna, o que prohíba el libre ejercicio de la misma; o que coarte la libertad de expresión o de prensa; o el derecho del pueblo a reunirse pacíficamente y a solicitar del Gobierno la reparación de agravios”⁵⁸- constituye el primer punto de la llamada Carta de Derechos, incorporada a la Constitución norteamericana el 15 de diciembre de 1791, luego de que las legislaturas de dos terceras partes de los Estados de ese país la ratificaran. El proceso por el cual esa enmienda fue incluida en la ley suprema de los Estados Unidos fue fundamental para que el gobierno federal se consolidara como tal⁵⁹.

Según Merritt, la Primera Enmienda fue elaborada con el objetivo de garantizar que los derechos individuales fueran específicos y absolutos frente a un gobierno federal potencialmente muy poderoso: “Mientras los ciudadanos pudieran reunirse, conversar, escribir, peticionar, estar exentos de una religión establecida oficialmente, serían libres para determinar de qué modo funcionaría el gobierno central y de qué modo serían conducidas sus vidas” (1998: 18). Sin embargo, una poderosa subcultura se desarrolló

⁵⁸ Texto original en inglés: “*Congress shall make no law respecting an establishment of religion, or prohibiting the free exercise thereof; or abridging the freedom of speech, or of the press; or the right of the people peaceably to assemble, and to petition the Government for a redress of grievances*”.

⁵⁹ El texto original de la Constitución fue firmado el 17 de septiembre de 1787 por 39 delegados de los Estados de Delaware, Maryland, Virginia, Carolina del Norte, Carolina del Sur, Georgia, Nueva Hampshire, Massachussets, Connecticut, Nueva York, Nueva Jersey y Pennsylvania. Sin embargo, para que entrara en vigencia, debían ratificarla las asambleas de al menos nueve de los trece Estados.

Si bien ello ocurrió en junio de 1788, la negativa de algunos de los distritos a realizar la ratificación ponía en duda la posibilidad de que la Constitución gozara de una genuina aceptación. Los opositores, que fueron conocidos como “antifederalistas”, objetaban que las facultades establecidas para el Congreso y para el Presidente en el texto constitucional resultaban excesivas (Peltason, 2004:10-11).

Ya bajo la presidencia de George Washington, mientras los Estados de Carolina del Norte y Rhode Island se negaban a formar parte del nuevo gobierno, el Congreso llamó a una Convención con el fin de redactar una “Carta de Derechos” [*Bill of Rights*] que protegiera las libertades individuales y limitara el poder del gobierno central. Finalmente, un texto de doce enmiendas fue presentado ante las legislaturas de los Estados para que lo aprobaran. El 15 de diciembre de 1791, con la ratificación de dos terceras partes de ellos, la Carta de Derechos entró en vigencia y se incluyó como parte de la Constitución norteamericana (Ibid.: 14).

Cabe aclarar que, de las doce enmiendas, sólo se consiguió la ratificación de diez de ellas, que son las que constituyeron la Carta de Derechos en su primera versión oficial. En ese sentido, lo que luego se convirtió en la “Primera Enmienda” no ocupaba el primer lugar en el texto original, sino el tercero. Fueron las dos primeras de ese texto –referidas una de ellas al número de miembros de la Cámara de Representantes del Congreso, y la otra a los salarios de los legisladores- las que no obtuvieron aprobación (Ibid.).

en torno a sólo tres palabras –literalmente- del texto del primer punto de la Carta de Derechos: “o de prensa” (Ibid.: 18).

Así, la Primera Enmienda devino en una suerte de protección absoluta de la que se apropiaron los periodistas, no siempre para evitar la censura a la libertad de expresión, sino para –frecuentemente- evitar cualquier tipo de crítica, sin importar de dónde proviniera. Esa falta de tolerancia da cuenta, según Merritt, de una contradicción “fascinante” que se instaló en la cultura periodística norteamericana:

“Nuestro canon de objetividad declara que el mejor y más seguro observador es el observador independiente, y buena parte de nuestra legitimidad y autoridad como críticos de instituciones como las del gobierno, está basada en ese estatus de independencia. Sin embargo, rechazamos a muchos de nuestros críticos sobre la base de que son ajenos al ámbito periodístico, personas que no están involucradas en nuestra cultura” (Ibid.: 19).

Desde **el public journalism** se elaboró una interpretación diferente de la Primera Enmienda, y las constantes referencias a ella se constituyeron en una suerte de estrategia para discutir con quienes criticaban esta propuesta.

4.1. De derechos y privilegios: debates en torno a la Primera Enmienda

Los referentes del **periodismo público** norteamericano sostienen que las interpretaciones jurídicas, filosóficas y políticas de la Primera Enmienda que han dominado la tradición estadounidense, han establecido para los periodistas una serie de “prerrogativas”, cuya legitimidad se pone seriamente en cuestión desde esta perspectiva. Recuperando las reflexiones de John Dewey y James Carey, Rosen (1999) por un lado, y Merritt y McCombs (2004) por otro, discuten la instalada idea de que son los periodistas los titulares de los derechos consagrados en la Primera Enmienda.

Rosen afirma que la democracia norteamericana se desarrolló como una suerte de gran experimento social que distinguió a los Estados Unidos de otros países del mundo. En ese sentido, “la cláusula de la libertad de prensa en la Constitución fue parte del experimento, lo cual implicaba que la prensa en sí podía entenderse como un laboratorio de democracia, un campo de prueba acerca del modo en que una nación diversa podía comunicarse consigo misma en torno a los asuntos públicos” (Rosen, 1999: 185). En consecuencia, para Rosen, el propio periodismo debe concebirse del mismo modo, como un “laboratorio establecido en medio del mundo real, donde un pueblo libre pueda

encontrar un medio para comunicar sus pensamientos, informarse y entretenerse, poner en contacto a los centros con los márgenes, y cohesionarse en torno a preocupaciones comunes” (Ibid.: 186).

En la misma línea, Merritt y McCombs sostienen que la Primera Enmienda establece las condiciones básicas en las cuales debe desarrollarse la vida pública, que a su vez constituye un requisito fundamental del autogobierno democrático. Según estos autores, Carey reconoce que en la temprana modernidad la prensa se erigió como una pieza fundamental del sistema democrático, ya que resultó clave para posibilitar la participación ciudadana. En ese sentido, afirma que “una prensa libre es una condición necesaria de una vida pública libre, pero no es lo mismo que una vida pública libre. (...) deberíamos valorar a la prensa en el preciso grado en que ésta sostiene a la vida pública”⁶⁰. Y agrega: “La enmienda establece que las personas son libres para reunirse sin la intromisión del Estado o sus representantes. Una vez reunidas, son libres para hablar entre sí abiertamente y con libertad. Son además libres para escribir lo que tienen para decir y compartirlo más allá del espacio específico de su enunciación”⁶¹.

De acuerdo con esta lectura, la Primera Enmienda “no confiere derechos ilimitados o algún tipo de responsabilidad específica directamente a los periodistas. La frase ‘o de prensa’ no tiene nada que ver con una institución en particular; era un derecho conferido a los ciudadanos” (Merritt y McCombs, 2004: 16).

Theodor Glasser sostiene que la teoría convencional de esta cláusula constitucional focaliza en la dimensión del interés individual expresada en ella, mientras que una concepción más apropiada concentraría la atención en las necesidades comunes de todos los miembros del cuerpo político. Lo que cobra relevancia, entonces, es el “derecho a saber” de la comunidad, y no el “derecho a ser escuchado” de los individuos en particular; lo que se facilita y protege, para Glasser, es la “calidad” del debate público y no la mera expresión en sí (1999: 14).

Para Carey, el **periodismo público** es un intento por asumir honestamente el rol que le corresponde al periodismo. Es por eso que cuestiona la idea de que los “periodistas son ‘propietarios’ de la Primera Enmienda, en nombre de un público incapaz de ejercer sus propias prerrogativas” (Carey, 1999: 51).

⁶⁰ Tomamos aquí las referencias y citas directas que tanto Merritt y McCombs (2004), como Rosen (1999) recuperan de: Carey, J. (1997): “‘A Republic, if you can keep it’: liberty and public life in the age of Glasnost”. En Stryker Munson, Eve y Warren, Catherine (eds.): *James Carey: a critical reader*, University of Minnesota Press.

⁶¹ Ibid.

Ahora bien, ¿de qué modo ejercen los ciudadanos esos derechos en el marco de sociedades complejas como las contemporáneas? En ese interrogante es que se encuentra la clave para pensar al periodismo: su más profundo propósito es justamente “ampliar y mejorar lo que el resto de nosotros produce como una ‘sociedad de conversadores’” (Rosen, 1999: 187).

Desde esta perspectiva se entiende que es la Primera Enmienda misma la que define este rol para el periodismo. Según Rosen, un “vivo diálogo –cultivado por periodistas y conducido por ciudadanos- descansa en el corazón de la tradición de la Primera Enmienda, de la que todos los norteamericanos son herederos” (Ibid.: 187). Sólo en la medida en que se asume el supuesto de que el ejercicio de los derechos consagrados en la Carta de Derechos por parte de los ciudadanos implica necesariamente la *mediación periodística*, cobra sentido la especial protección que la prensa ha tenido en las interpretaciones que se han realizado de la cláusula incorporada al texto constitucional. Glasser y Lee plantean:

“Si la prensa debe ser entendida como una institución democrática fundamental -como propone el **periodismo público**-, y si la prensa define sus obligaciones democráticas en términos de facilitar lo que Arendt describió como el ‘diálogo permanente’ que el autogobierno requiere -como también sostiene el **periodismo público**-, entonces la prensa merece una protección especial del Estado, no porque los periodistas tengan derecho a ser escuchados, **sino porque los ciudadanos tienen derecho a escuchar**” (2002: 220. Las negritas son nuestras).

Es decir que la protección de la libertad de prensa no constituye un fin en sí mismo, sino que se plantea como un medio que permite el desarrollo de un proceso democrático de deliberación pública:

“la prensa puede invocar la protección y subvención del Estado siempre que pueda mostrar que su rol como **administradora** de la deliberación está siendo amenazado o socavado. No importa si la amenaza proviene del Estado, donde la teoría tradicional de la Primera Enmienda focaliza su atención (...). Lo que importa es el compromiso del Estado, especialmente en su expresión judicial, con una prensa capaz de sostener las condiciones del autogobierno” (Glasser, 1999: 15-16. Las negritas son nuestras).

Pero en la sociedad norteamericana de fin del siglo XX, el rol del periodismo se complejiza en virtud de la influencia de los medios en relación al establecimiento de la agenda pública y a los enfoques con los que la información es interpretada a partir del

discurso periodístico (Merritt y McCombs, 2004: 46). Es por eso que, para los referentes del **public journalism**, resulta necesario transformar elementos claves de la práctica periodística, en orden a facilitar la participación y la acción ciudadana.

4.2. Derechos, cultura periodística y sistema de medios

En sus debates en torno a las interpretaciones de la Primera Enmienda, los defensores del **public journalism** tienden a reconocer el impacto que tuvieron en la cultura periodística tanto las transformaciones del sistema político en general, como las que se produjeron específicamente en relación a los medios de comunicación masiva desde inicios del siglo XX.

Carey realiza un repaso de la historia del periodismo norteamericano y sostiene que, con el surgimiento de los cánones de objetividad e independencia a partir de la profesionalización del oficio, surgió también una cultura periodística que se declaró leal a una idea absolutamente abstracta de la verdad y del interés público. El periodismo se asumió como “los ojos y los oídos de un público que ya no podía ver y oír por sí mismo, ni siquiera hablarse a sí mismo” (Carey, 1999: 56). Para cumplir con tamaña tarea, sintió la necesidad de empoderarse y adquirir derechos especiales que le permitieran llevar a cabo el trabajo cotidiano de contar las noticias, pero sobre todo de fiscalizar al gobierno y a los partidos políticos.

Pero en última instancia, este modo de concebirse del periodismo dejó al público en el rol de mero observador:

“Los roles activos se reservaron para el estado, la prensa y los grupos de interés. El rol del ciudadano no era participar en la formación de la política, sino convertirse en miembro de una suerte de grupo de veto, restringiendo ciertas decisiones una vez que pasaban un límite: el límite marcado por el trabajo de investigación de la prensa” (Ibid.: 57).

Si bien para Carey esto funcionó durante las crisis políticas y económicas que se produjeron durante buena parte del siglo XX, a la vez generó un proceso de distanciamiento creciente entre el periodismo y el público al que éste se suponía que debía representar (Ibid.: 58).

Ello se conjugó -en las últimas décadas del siglo- con la tendencia cada vez más fuerte del periodismo a comprometerse con un “modelo de mercado”, en función del cual los estándares profesionales se sacrificaron en vistas a lograr una mayor rentabilidad (Ibid.:

49). Y el impacto de este proceso en los derechos vinculados a la libertad de expresión, reunión, asociación, etc., resultaron lamentables: “Crecientemente, en la organización de nuestro periodismo, la Primera Enmienda parece referir a un derecho de propiedad, y a establecer reglas básicas para la competencia económica” (Ibid.: 64). Por ello Carey se pregunta: “si los periódicos son solamente un negocio, ¿por qué necesitan la protección de la Primera Enmienda, mayores protecciones que las que se ofrecen a otras iniciativas comerciales?” (Ibid.: 50).

Para este autor, asumir una mirada según la cual el liberalismo económico y la economía de mercado facilitarían una mejor democracia y un mejor periodismo político, supone como riesgo la construcción de nuevas formas de autoritarismo, aunque no vengan de la mano de regímenes “totalitarios” (Ibid.: 64-65). Así, a pesar de que la Enmienda fue declarada originalmente para empoderar a los ciudadanos, tal como fue interpretada “no garantiza que la prensa sea justa, precisa, honesta” (Merritt, 1998: 18).

Como señala Rosen,

“después del emblemático caso del *New York Times* vs. Sullivan (1964)⁶² -que hizo muy difícil para las figuras públicas ganar demandas por calumnias- los periodistas pueden plausiblemente reivindicar una especie de ‘derecho a torturar’ a cualquier funcionario público o candidato. Pero ni siquiera la Constitución puede proteger a la prensa de las consecuencias negativas provenientes del repetido ejercicio de ese derecho” (Rosen, 1992: 18).

En ese sentido, el devenir de las interpretaciones jurídicas y políticas de la cláusula constitucional no sólo la fue alejando de aquello que los defensores del **periodismo público** entienden como sus propósitos originales, sino que también la tradición construida en base a esas interpretaciones requiere ser revisada, teniendo en cuenta las transformaciones políticas, económicas y mediáticas que tuvieron lugar a lo largo de los más de doscientos años transcurridos desde su puesta en vigencia. De ahí la importancia que este debate tiene en la perspectiva del **public journalism**.

⁶² El caso del *New York Times* vs. Sullivan refiere a una causa por injurias y calumnias presentada en enero de 1964 por el entonces Comisionado de la Policía de la ciudad de Montgomery (Alabama), quien demandó a ese medio por publicar una solicitada en la que se denunciaban las actitudes segregacionistas de algunos funcionarios públicos y las acciones emprendidas por la policía de la ciudad contra manifestantes liderados por Martin Luther King. Si bien el juez de primera instancia ordenó al diario pagar una indemnización de 500.000 dólares, la demanda llegó a la Corte Suprema de Estados Unidos y allí fue desestimada por considerar que el *New York Times* no actuó con malicia. El caso dio origen precisamente a la llamada “doctrina de la real malicia” vinculada a la libertad de prensa en la jurisprudencia norteamericana.

4.3. Una alianza entre periodistas y ciudadanos: la experiencia de Wisconsin

A principios de 1992 comenzó a desarrollarse una importante iniciativa de **periodismo público** en la ciudad de Madison (Wisconsin), impulsada por una coalición inicialmente constituida por el diario *The Wisconsin State Journal*, las señales de televisión y radio *Wisconsin Public Television* y *Wisconsin Public Radio*, y la empresa consultora en temas políticos *Wood Communications Group*. Un poco después se sumó también a esta coalición de medios la señal *WISC-TV*, asociada a la cadena CBS y de posición dominante en el mercado local.

Esta iniciativa, denominada “Nosotros, el pueblo de Wisconsin” [*We the people/Wisconsin*] duró varios años, e incluyó la realización de múltiples experiencias. Si bien la mayoría de ellas se llevaron a cabo en el contexto de procesos electorales de diverso tipo (elecciones presidenciales, de gobernador de Estado, de Senadores nacionales, de jueces de la Corte Suprema del Estado, etc.), bajo ese proyecto se impulsaron reuniones de la comunidad y debates en todo Wisconsin, en torno a tópicos tan variados como política de salud y déficit presupuestario federal, y también problemáticas del orden estatal (Denton y Thorson, 2010: 4).

La centralidad que tuvieron los procesos electorales en el proyecto *We the people* tiene que ver con una definición planteada por un editor del *Wisconsin State Journal*, Frank Denton, para quien

“el corazón del periodismo norteamericano, y la fuente de la protección que la Primera Enmienda le ofrece, es su rol en el proceso democrático, particularmente en la política, las campañas y las elecciones. (...) los medios de comunicación gozan de libertad y de ciertos privilegios en los Estados Unidos, de modo que puedan desempeñar tareas esenciales para nuestra sociedad. Una de las más relevantes es facilitar el funcionamiento del sistema democrático proveyendo información, ideas y discusión en torno a temáticas y candidatos para la función pública” (Ibid.: 11).

Según Denton, los periodistas involucrados en el diseño del proyecto tuvieron en cuenta un conjunto de definiciones vinculadas a las razones por las cuales el periodismo venía fallando en su tarea de involucrar a los ciudadanos en el debate público. Por un lado, el carácter fragmentario, incompleto y episódico con el que se presentaban las noticias; por otro, la sensación de impotencia de los ciudadanos frente a las poderosas fuerzas

que se despliegan en la escena pública, frente a las cuales la voz o el voto de un ciudadano parecerían no hacer ninguna diferencia. En función de ello, el proyecto estuvo orientado a “hacer más comprensibles las noticias para los ciudadanos comunes y a mostrarles de qué modo los asuntos públicos los afectan y cómo ellos pueden con sus acciones tener impacto” (Ibid.: 27).

Para la campaña por la gobernación del Estado de Wisconsin de 1994, la experiencia desarrollada consistió en la organización -en tres ciudades distintas- de reuniones entre ciudadanos seguidas de un debate al que asistían los candidatos y en el que los participantes les realizaban preguntas. Esas instancias se llevaban a cabo los viernes a la noche, y el momento del debate era transmitido en vivo por las señales públicas de radio y televisión que integraban el proyecto, y también se grababa para ser emitido dos veces el domingo en la señal *Wisconsin Public Television* y una vez en la señal *WISC-TV*. El debate constituía, además, la pieza central de la primera página del sábado en el *Wisconsin State Journal*. Adicionalmente, el diario distribuía las transcripciones del debate a quienes la solicitaran.

De este modo, los medios involucrados ofrecían a los ciudadanos un novedoso recurso político, y les permitían ocupar el lugar que desde hacía algunos años habían dejado de ocupar y en el que habían sido reemplazados por los periodistas: no sólo elaborar las preguntas que se formularían a los candidatos a gobernador, sino también enfrentar directamente a esos candidatos, interpretando el papel de fiscalizador que se supone que los periodistas interpretan habitualmente (Rosen, 1996: 53). Rosen ofrece un ejemplo al respecto:

“un ciudadano se atrevió a solicitar a cada candidato un plan detallado para reformar el sistema de impuestos a la propiedad –por escrito y al menos dos semanas antes de la elección, según les exigió. En el contexto de un programa transmitido en vivo para una audiencia estatal, los candidatos prometieron cumplir, y lo hicieron” (Ibid.: 53).

Para la campaña de la elección de senadores, las instancias de discusión con ciudadanos fueron menos en cantidad y estuvieron menos elaboradas. Pero en esta etapa, el diario impulsó una propuesta explícitamente orientada a “educar” a los ciudadanos en relación “al modo en que los candidatos y sus estrategias tratan de manipular los debates, y al modo en que los anuncios publicitarios políticos son usados para crear actitudes y creencias” (Denton y Thorson, 2010: 41). Se trataba de una sección especial del diario que se mantuvo durante el período de campaña, denominada “Armados y peligrosos”

[*Armed and dangerous*]. El domingo previo a la elección, la sección presentó una “Carta de derechos de los votantes” [*Voter’s bill of rights*], con el fin de que “los ciudadanos pudieran comprender qué merecen de los candidatos y las campañas” (Ibid.: 41).

Según Rosen, el proyecto *We the people* está claramente inspirado en el sistema de jurados populares de los Estados Unidos, según el cual se asume la capacidad de todas las personas, de cualquier condición social y trayectoria, para participar de un proceso de deliberación y toma de decisiones. Para el autor, el proyecto implicó

“mucho más que **dar voz al pueblo**. Su propósito más profundo es reconfigurar el escenario político, de modo que se centre con mayor frecuencia en los ciudadanos y sus preocupaciones; en el proceso, el periodismo político también se redefine. Ello ocurre en un sentido directo y visible cuando, por ejemplo, los ciudadanos ocupan una sala de audiencias en el Capitolio del estado de Wisconsin. Sentados donde se sientan sus representantes, en medio del resplandor de las cámaras de televisión, pueden interrogar a un legislador, quien está declarando ante ellos acerca de política impositiva y de cuidado de la salud” (Rosen, 1996: 53. Las negritas son nuestras).

Luego de las elecciones de 1994, el *Wisconsin State Journal* y la Escuela de Periodismo de la Universidad de Missouri realizaron una indagación para medir el impacto de la experiencia en los habitantes de Wisconsin. Según Denton y Thorson, quienes estuvieron a cargo de la investigación, el proyecto generó un mayor interés y conocimiento acerca de las elecciones que habían tenido lugar; ofreció herramientas útiles para evaluar la enorme cantidad de información vinculada a las campañas, y mejoró la valoración de los ciudadanos respecto a los medios que integraban la coalición (2010: 9).

4.4. Derechos a la comunicación pública: entre los periodistas y la ciudadanía

Las interpretaciones de la Primera Enmienda que proponen los referentes del **public journalism** están orientadas, como vimos, a poner en cuestión la idea –extendida en el ámbito periodístico norteamericano– de que los periodistas son los titulares los derechos que el texto constitucional establece.

Ahora bien, si la mediación periodística es la condición necesaria, no sólo para revitalizar la vida pública, sino también para que los ciudadanos puedan hacer ejercicio de los derechos y libertades consagrados por la Primera Enmienda, ¿de qué modo hacen

oír esos ciudadanos su valoración acerca del trabajo que día a día llevan a cabo los periodistas? Esto no está previsto en la propuesta del **public journalism**.

Si bien los referentes de esta perspectiva plantean una multiplicidad de estrategias, herramientas y técnicas que los periodistas pueden desplegar para conocer y dar cuenta de la mirada y las opiniones de la ciudadanía en relación a los asuntos públicos, el trabajo periodístico en sí mismo nunca es propuesto como *objeto* del análisis de los ciudadanos; es decir, no se prevé la discusión sistemática de lo que hacen los medios por parte de los ciudadanos.

En ese sentido, más allá de los interesantes debates que se desarrollan en torno a los alcances y significados de la Primera Enmienda, en la perspectiva del **public journalism** los periodistas conservan su rol de *conductores* y *reguladores* del debate público, y de garante de los derechos, cuya titularidad se supone que corresponde a todos los individuos en ejercicio de su ciudadanía. Así, el *poder saber* y el *poder decir* se mantiene concentrado en los profesionales de la comunicación y la información.

Por otra parte, los referentes del **periodismo público** norteamericano parecen no reconocer la necesidad de las protecciones que requieren la libertad de expresión y de prensa y que son establecidas en la cláusula constitucional. En efecto, para estos autores, en el marco de la etapa de gran expansión del sistema de medios que tiene lugar en las últimas décadas del siglo XX, parecieran no existir condicionamientos u obstáculos de ningún tipo para el pleno ejercicio de esas libertades.

Esto se debe a que las únicas restricciones que históricamente se han reconocido como tales son las provenientes del gobierno, desconociendo otras posibles, como aquellas que se derivan de la *lógica empresarial y mercantil* de algunas instituciones mediáticas.

Al respecto, cabe destacar que, a pesar de que el propio James Carey afirma que el “modelo de mercado” con el que el periodismo ha tendido a comprometerse en los últimos años implica un sacrificio de ciertos estándares profesionales, el autor no encuentra allí una restricción a la libertad de expresión, sino una desvirtuación del genuino sentido de la Primera Enmienda.

De este modo, se ignoran los diversos condicionamientos que implican para los periodistas las circunstancias institucionales específicas que atraviesan las organizaciones mediáticas en que desarrollan su tarea cotidiana.

5. Comunicación, medios, periodismo

El enorme desarrollo que ha tenido el sistema de medios de comunicación para fines de la década del 80 en los Estados Unidos motiva a los referentes del **public journalism** a plantear la necesidad de distinguir entre lo que entienden por “medios” y lo que entienden por “periodismo”.

En una suerte de glosario que Merritt incluye en las primeras páginas de uno de sus textos, afirma que los periodistas son aquellas personas que “pretenden informar al público sobre actualidad” y que el término *periodismo* se utiliza como un genérico, “sin referencia a la forma o al sistema de difusión” (1998: xiii-xiv). Los *medios*, en cambio, son “más que periodismo”, refieren a otras formas y materiales, como películas, televisión de entretenimiento, libros, etc.; “son actividades comerciales que pueden o no incluir periodismo como parte de lo que hacen” (Ibid.: xiv).

En la misma línea, Rosen afirma que los periodistas son quienes, desde cualquier medio, “reportan y comentan la escena contemporánea con la intención de darle algún sentido” (1996: 18). Pero el periodismo debe distinguirse de los medios, ya que mientras el primero atraviesa una serie de profundas crisis que hacen dudar de su futuro, el sistema de medios parece tener un futuro brillante (Ibid.: 18). En ese sentido, la diferencia entre ambos tiene que ver con la dimensión económica: “Los medios sirven al mercado, que se forma en todas partes y en cualquier parte. ‘En cualquier parte’ es exactamente donde los medios intentan ubicarnos, porque es el mercado más grande que se pueda imaginar”; en cambio, un lugar y tiempo determinados, “en esta ciudad, en este país, en este punto de nuestra historia colectiva, es donde el mejor periodismo nos posiciona” (Ibid.: 85).

En esta perspectiva se caracteriza al periodismo como una actividad que no está regulada por pautas formales, normas mecánicas o prescripciones legales, sino que está atravesada por las experiencias y creencias de los periodistas, y “las convenciones, algunas veces contradictorias, de una cultura peculiar”, la cultura periodística (Merritt, 1998: 3).

Rosen sostiene que los periodistas definen cotidianamente, no sólo qué hechos se convertirán en noticia, sino también qué forma tomarán, y eso implica una toma de decisiones que no siempre es expuesta explícitamente dentro del ámbito profesional: “No tenemos una filosofía coherente que instruya las incontables acciones de encuadre

que se producen en el periodismo de cada día. Lo que tenemos, en cambio, son ciertos rituales de encuadre: el modo en que todo el mundo lo hace” (1997: 12).

El periodismo es, entonces, un campo profesional que mantiene su autonomía respecto a criterios y condiciones establecidas externamente; pero al tratarse de una profesión con una larga tradición en los Estados Unidos, existen una serie de convenciones aceptadas mayoritariamente dentro del campo que van estableciendo los límites de lo que puede hacerse y los estándares de calidad, y que se van sedimentando en las rutinas y prácticas cotidianas de producción en el campo periodístico.

Sin embargo, la ausencia de imperativos externos es que lo que facilita, al mismo tiempo, la posibilidad de cambio.

La propuesta del **public journalism** intenta precisamente, por un lado, visibilizar esas convenciones que están tan naturalizadas que ni siquiera se reconocen como tales, y por otro, poner en cuestión algunos de sus aspectos, en tanto se les atribuye el origen de la crisis que atraviesa la profesión.

En ese sentido, lo que se propone es una visión “holística” (Rosen, 1997: 6) del periodismo: interpelar a los periodistas para que puedan replantear sus propias prácticas cotidianas y lograr los objetivos -trazados a largo plazo- de revitalizar la democracia y la vida pública. Según Rosen:

“Si el **periodismo público** un día pierde su nombre para convertirse en ‘simplemente buen periodismo’, habrá alcanzado su propósito. (...) No nos importa si el **periodismo público** es viejo o nuevo. No nos importa si se considera radical o tradicional. Ni siquiera nos importa que sea llamado **periodismo público**. Estamos tras resultados, no tras reclutas. Lo que significa que somos pragmáticos, focalizados en lo que funciona, pero también trabajamos con un cierto enfoque: la preocupación por el futuro de la vida pública, sin la cual, creemos, el periodismo no tiene futuro” (Ibid.: 8).

5.1. Rutinas periodísticas: objetividad, distanciamiento, encuadre

Una de las definiciones del periodismo tradicional norteamericano que los defensores del **public journalism** ponen en discusión es la de *objetividad*; o, dicho con mayor precisión, lo que se discute es la concepción de objetividad dominante en el periodismo tradicional. Merritt afirma que los periodistas confunden objetividad con *distanciamiento*, generando un tipo de actitud que resulta contraproducente para la propia profesión:

“Los periodistas han construido una larga lista de distinciones que guían nuestras actitudes, creencias y reacciones. (...) Nuestra ética operacional requiere que las funciones editoriales estén separadas de las funciones comerciales; las noticias de la opinión; los hechos de los valores; la realidad de la retórica. Los medios están apartados de otras instituciones por su deber de informar acerca de ellas; se espera que los periodistas separen su identidad profesional de su identidad personal; y la acción de decir la verdad se aparta de sus consecuencias, de modo que los periodistas puedan decir las cosas como son” (1998: 24).

La creencia dominante en el campo periodístico es, según Merritt, la de que esta “objetividad”, así entendida, es la fuente de su credibilidad y autoridad: “Si sostenemos las distinciones apropiadas, entonces seguramente nuestro producto será puro y será percibido como tal” (Ibid.: 24).

El autor plantea que esa creencia ha sido llevada tan al extremo que algunos periodistas deciden no votar en las elecciones, o ciertos medios tienen la política de prohibir que sus periodistas se involucren en actividades de participación cívica en torno a las cuales sus colegas quizá deberán informar alguna vez. Este modo de entender la tarea lleva a los periodistas a un total descompromiso con la realidad de la comunidad de la que son parte. Merritt se pregunta entonces: “¿Por qué debería el público valorar la perspectiva sobre la importancia de ciertos eventos ofrecida por personas que insisten en que no están en absoluto afectadas por esos eventos?” (Ibid.: 24).

Los periodistas rara vez reflexionan acerca de los efectos que la denominada “doctrina de la objetividad” (Rosen, 1996, 1997, 1999) tiene en su práctica profesional. Para Rosen, la sobreabundancia de información vuelve necesario un trabajo de los periodistas que vaya más allá de la simple presentación de las noticias: la contextualización, la interpretación, el análisis, comienzan a ser parte de la tarea. Ahora bien, si “el contexto no puede localizarse en los propios eventos que se contextualizan, las interpretaciones no surgen de los mismos hechos, y los análisis no provienen de lo analizado”, entonces ¿cómo es que los periodistas realizan esta actividad?, ¿qué ocurre con el trabajo intelectual que estos profesionales llevan a cabo día a día en relación al sacralizado concepto de objetividad? (Rosen, 1996: 26).

En la medida en que los periodistas no pueden responder a esta necesidad de contextualización, interpretación y análisis, su trabajo se vuelve irrelevante, y se

produce una “desconexión entre la prensa y el público al que se supone que sirve” (Ibid.: 33).

El **public journalism** es justamente una respuesta a esta creciente desconexión: se asume que los periodistas pueden “mantener la objetividad profesional sin distanciarse de las implicancias de lo que hacen. Nos puede importar que la vida pública vaya bien, y aún así informar con exactitud y justicia respecto a si va bien o no” (Merritt, 1998: 25). Es decir, lo que se propone es concebir a la objetividad en relación a la precisión, la justicia, la imparcialidad, pero en contraposición a esta desconexión que se atribuye al periodismo tradicional. Más aún, se asume que para cumplir bien su función, los periodistas *deben* estar involucrados en la vida pública:

“Si los periodistas han de tener algún tipo de voz crítica o rol desafiante al interior de la comunidad, ellos deben de alguna manera vivir como miembros de esa comunidad. La fuerza de su trabajo de reporte no se originará en la distancia que mantengan sino en la conexión que puedan establecer con las aspiraciones reales y las luchas cotidianas de las personas sobre las cuales hacen sus reportes” (Rosen, 1996: 63).

De hecho, los defensores de esta perspectiva reconocen que los periodistas ponen en juego sus valores, creencias y miradas, en cada de decisión que toman en su tarea diaria, tengan o no conciencia de ello.

En uno de sus textos, Rosen (1999) transcribe completa una entrevista que le realizó un periodista del *New York Times* –William Glaberson- en el año 1994, específicamente sobre la cuestión de la objetividad. En esa entrevista, el autor plantea que cuando los periodistas dicen que son objetivos están afirmando que “sólo presentan los hechos. No emitimos juicios. No tenemos valores”⁶³. Sin embargo, para Rosen, las convenciones del trabajo periodístico pueden resultar peligrosas si no se reflexiona sobre ellas, en tanto “los modos en que los periodistas atraviesan el mundo con líneas divisorias, poniéndole un marco a la vida pública, retratando el mundo de la política”⁶⁴, implican numerosas decisiones: “Hay valores y presupuestos ocultos en esas decisiones, que son extremadamente importantes para denominar, para debatir y, creo a esta altura, para cambiar”⁶⁵.

⁶³ Esta cita textual y las que siguen a continuación corresponden a Jay Rosen y se extraen de Glaberson, W.: “The media business: press, fairness, bias and judgment: grappling with the knotty issue of objectivity in journalism” en *The New York Times*, 12 de diciembre de 1994. Citado en Rosen, 1999.

⁶⁴ Ibid.

⁶⁵ Ibid.

Así, no sólo resulta problemático que la prensa como institución profesional se erija como único juez de lo que puede o no ser considerado “objetivo”, sino que la definición de objetividad es usada por los periodistas para rechazar y acusar de “subjetivo” cualquier tipo de cuestionamiento que provenga de fuera del campo profesional, cuando la propia idea de que los periodistas son los únicos actores independientes es en sí misma “un artefacto de la ideología o la doctrina de la objetividad”⁶⁶.

Tradicionalmente el concepto de objetividad estuvo asociado a la idea de un periodismo fiscalizador o guardián [*watchdog journalism*]. La función de control sobre las decisiones de gobierno que la prensa debía cumplir sólo era posible en la medida en que ésta se mantuviera independiente, autónoma y distanciada.

El **public journalism** discute fuertemente con los alcances y los límites que históricamente tuvo esta idea del periodismo fiscalizador, y plantea que para que los periodistas jueguen “un rol de guardianes verdaderamente útil en el futuro”, deberán orientarse “a garantizar que la voz pública sea la base de la acción pública” (Charity, 1995: 133). En ese sentido, si la única causa con la que se compromete el **periodismo público** es la de la defensa de la democracia, entonces la clave para no involucrarse en propuestas particulares o partidarias es un sistemático, sólido y bien realizado ejercicio de escucha pública por parte de los periodistas (Ibid.: 146).

Como afirma Rosen:

“El periodismo tradicional trata de servir al público de dos modos esencialmente. Por un lado, busca informar, y por el otro, actuar como fiscalizador del gobierno. El **periodismo público** habla, en cambio, de otra cosa. Trata de fortalecer la capacidad de la comunidad –y la palabra clave es capacidad- de reconocerse a sí misma, desarrollar una buena conversación y tomar decisiones”⁶⁷.

Esto implica reconocer y tomar responsabilidad por el “poder formativo” (Rosen, 1997: 12) que tiene el periodismo. Según Rosen, una de las tareas más poderosas y sutiles que los periodistas desarrollan es la de **encuadrar** [*framing*] la información, es decir, darle un marco de comprensión a los hechos y procesos que se relatan, sobre los cuales se informa. Para este autor, encuadrar puede ser considerado un “ejercicio moral”, que “siempre involucra ciertos valores –los valores que los periodistas introducen en su trabajo, los valores que su trabajo respalda” (Ibid.: 14).

⁶⁶ Ibid.

⁶⁷ Jay Rosen citado en Charity, 1995.

En tanto hay diferentes modos de abordar una misma problemática, el **public journalism** propone elegir aquellos encuadres que tienen que ver con las preocupaciones de la ciudadanía, y con el lente a través del cual los ciudadanos ven los problemas comunes que los aquejan. Austin afirma que los periodistas

“reconocen que la tarea de encuadrar es en sí misma un acto cargado de consecuencias sobre la vida pública. El tratamiento ecuánime e imparcial continúa siendo esencial en la redacción y la edición, pero el trabajo se hace con conciencia del poder del periodismo, conciente de que sólo los ciudadanos pueden nombrar y encuadrar sus problemas de manera efectiva” (1997: 44).

La tarea de encuadrar está vinculada con la definición de lo que Rosen llama una “matriz narrativa” [*master narrative*], que no es una crónica o noticia específica que los periodistas redactan, sino el gran relato que organiza y da sentido a las piezas periodísticas que a diario producen (Rosen, 1997: 20-21). Esta matriz narrativa no reemplaza a los hechos, sino que los localiza y los relaciona en el contexto de una línea de sentido. Según Charity, “el conjunto de hechos, argumentos, estadísticas, interpretaciones, anécdotas y comparaciones” que los medios proveen, construidos sobre la base de un modelo de valores fundamentales, es lo que constituye la matriz narrativa, y que debe estar en diálogo con aquello que los ciudadanos expresan como sus principales intereses y preocupaciones (1995: 71).

5.2. De la “incapacidad entrenada” a la “neutralidad preactiva”

La desconexión que los referentes del **periodismo público** plantean que existe entre el periodismo tradicional y el público proviene, entre otras cosas, de una “entrenada incapacidad” [*trained incapacity*] (Merritt, 1998: 74) de los periodistas para comprender y dar cuenta de los complejos procesos de debate que tienen lugar en la sociedad en torno a los asuntos públicos.

Esos procesos están atravesados por opiniones, rumores, hechos y conjeturas, y llevan su tiempo; pero los periodistas eligen abordar esas temáticas desde la segura, visible y formal perspectiva de las estructuras gubernamentales y del saber científico y experto. Como afirma Merritt:

“En tanto las rutinas periodísticas -tales como la restringida focalización en el gobierno- se convierten en formas particulares de los periodistas de ver el mundo, también se

convierten en **impedimentos** para ver. El restrictivo y simbiótico mundo del gobierno, la política y el periodismo llega a existir por sí mismo, sin tener en cuenta a las personas que son afectadas por esas relaciones” (Ibid.: 77. Las negritas son nuestras).

La visión periodística de la vida pública establece una división tajante entre el gobierno, con iniciativa, capacidad de decisión, etc., y del otro lado los ciudadanos del común, sin ninguna posibilidad de agencia. El resultado es que los ciudadanos encuentran una enorme distancia entre su experiencia de la vida cotidiana y lo que los medios muestran sobre la realidad.

Para superar estas limitaciones, los referentes del **public journalism** proponen algunos conceptos diferentes para estructurar la actividad periodística: el de “neutralidad proactiva” [*proactive neutrality*], y el de “participante imparcial” [*fair-minded participant*].

En cuanto a la **neutralidad proactiva**, se trata de un concepto que Rosen propone como un modo de encontrar el punto justo entre los “peligros” del excesivo involucramiento que ciertos periodistas podrían desarrollar, llegando a tomar posición en relación a un tema de interés público que se debate en particular, y los “peligros” que representan la excesiva indiferencia y distanciamiento que el periodismo tradicional ha tendido a plantear en relación con las genuinas preocupaciones de los ciudadanos (Rosen, 1996: 12). Según Rosen, el rol del periodista en la propuesta del **public journalism** es “neutral porque no prescribe una solución específica o favorece un interés particular. Es proactivo en su creencia de que el periodismo en algunos casos interviene al servicio de amplios valores públicos sin comprometer su integridad” (Ibid.: 13). Para el autor, este concepto parte del reconocimiento de que “la prensa ya es intervencionista de numerosos modos que se han constituido en práctica estandarizada” (Ibid.: 13). “Intervencionista” en el sentido de que la idea según la cual los periodistas sólo reflejan la realidad tal como es, es imposible de sostener desde la propia experiencia cotidiana de los profesionales de los medios (Ibid.).

Por otra parte, partiendo del supuesto de que en una sociedad donde los medios masivos de comunicación tienen tanta importancia, los periodistas –lo admitan o no- participan en la vida pública a través del mero hecho de decidir si un acontecimiento obtiene o no visibilidad, Merritt propone que los periodistas asuman el lugar de **participantes imparciales**. Según el autor,

“adoptar esta filosofía no significa abandonar el buen juicio, la ecuanimidad, el balance, la precisión o la verdad. Significa, no obstante, emplear esas virtudes en el campo de juego, (...) como un participante imparcial cuya presencia es necesaria para que los resultados sean efectivamente justos; esto es, se hayan logrado bajo las reglas acordadas por todos los contendientes” (1998: 96).

Merritt presenta este concepto a través de la metáfora de un árbitro en una competencia deportiva:

“El rol del réferi es garantizar que el proceso se desarrolle como los contendientes acordaron que debía desarrollarse. En orden a mantener esa autoridad, ese derecho a ser escuchado, el réferi no debe exhibir ningún interés en el resultado final, salvo el de que ese resultado se obtenga bajo el imperio de las reglas. (...) Como el réferi, para mantener nuestra autoridad, nuestro derecho a ser escuchados, [los periodistas] no debemos exhibir ningún interés particular o sesgado en el resultado, salvo el que ese resultado se haya obtenido del proceso democrático” (Ibid.: 97).

Atendiendo a estos preceptos, los periodistas podrán desarrollar su tarea sin renunciar al profesionalismo y la objetividad, pero cumpliendo su trascendental tarea de aportar a la revitalización de la vida pública, el sistema político y la democracia. En ese sentido, Cole Campbell sostiene que el fin del periodismo no debe ser más la búsqueda de “la” verdad, que como tal es “inefable”, sino la búsqueda de soluciones a los problemas que afectan a los ciudadanos; una contribución a la comprensión de la vida social, a través de la elaboración de “modelos de entendimiento”; la construcción de una filosofía que permita definir qué aspectos de la vida social merecen atención (Campbell, 1999: xiv). Si una de las “incapacidades entrenadas” de los periodistas, creada por la tradicional cultura periodística, es su dificultad para discutir en clave de valores -salvo por aquellos que los mismos periodistas vinculan a la Primera Enmienda y a la objetividad (Merritt, 1998: 95)-, entonces el **public journalism** propone establecer una ética orientada al sostenimiento y fortalecimiento del sistema democrático como valor supremo.

5.3. Periodismo público y profesionalismo en Estados Unidos

A fines de abril de 1992 fueron absueltos cuatro policías que estaban siendo juzgados en la ciudad de Los Ángeles por haber propinado una salvaje golpiza a un taxista negro -Rodney King-, que había sido grabada por un videoaficionado. La publicación de la

sentencia del tribunal generó indignación en buena parte de la población negra de los Estados Unidos, y los disturbios que se iniciaron en Los Ángeles a partir de allí, se extendieron a todo el país, afectando a ciudades como San Diego, San Francisco, Madison, Atlanta, Las Vegas y Nueva York. Si bien la cuestión tuvo una amplia cobertura periodística, pronto fue empañada por la campaña por las elecciones presidenciales que se llevarían a cabo en noviembre de ese año, y que concentró la atención de la mayoría de los medios de comunicación.

Sin embargo, los editores y reporteros del *Akron Beacon Journal* –diario de la ciudad de Akron, Estado de Ohio– decidieron no abandonar el tema, y a principios de 1993 dieron inicio al proyecto de **periodismo público** denominado “Una cuestión de color” [*A question of color*]. El objetivo del proyecto, que duró más de un año, fue visibilizar las divisiones entre la población blanca y negra en el área de cobertura del diario, compuesta por cinco condados, desafiando la extendida idea –arraigada sobre todo entre la población blanca– de que no existían conflictos o problemas raciales en Akron. El proyecto consistía básicamente en una serie de entregas que presentaban distintos análisis provenientes de información estadística acerca de las disparidades vinculadas a la raza; encuestas que mostraban amplias diferencias en las percepciones de personas de raza blanca y negra; grupos de discusión donde se les pedía a los individuos que hablaran sobre sus vidas y el clima racial de la región, a los cuales luego se les hacían entrevistas de seguimiento, etc. (Rosen, 1999: 93).

El diario pudo rápidamente visibilizar las desigualdades vinculadas a la condición racial. En un área donde más del 90% de los habitantes eran blancos, se hacían evidentes las diferencias con la población negra en cuanto al acceso a la vivienda, la educación, los salarios, entre otras cuestiones: ambos sectores de la ciudadanía vivían realidades muy distintas. Sin embargo, el *Beacon Journal* pretendía evitar análisis simplistas, e intentó mostrar los matices, no sólo entre los dos grupos poblacionales, sino también al interior de cada uno de ellos (Ibid.: 94).

A partir de la segunda entrega prevista, en mayo de 1993, los editores periodísticos a cargo del proyecto comenzaron a plantearse qué podían hacer para dar a los lectores al menos “un rayo de esperanza” (Ibid.: 95), por lo que decidieron lanzar una invitación a grupos cívicos, organizaciones religiosas y escuelas a que presentaran iniciativas que podrían desarrollar para mejorar las relaciones interraciales. La idea era que el diario funcionara como medio de conexión entre grupos que ya venían impulsando acciones en ese sentido, y los que pudieran sumarse a partir de la propuesta (Ibid.). Para la

realización de esta parte del proyecto, que se denominó “Unión” [*Coming together*], se afectó a unos cincuenta empleados de distintos departamentos del *Beacon Journal*, y se contrató a dos “facilitadores comunitarios” [*community facilitators*]: un clérigo retirado (blanco) y un director de escuela retirado (negro).

Además, en diciembre de 1993 el diario publicó en la primera página una suerte de cupón donde invitaba a los lectores a comprometerse a participar de alguna acción para mejorar las relaciones interraciales al año siguiente. Más de veintidós mil lectores (de un periódico con una tirada de ciento ochenta mil) enviaron sus cupones con sus datos, y sus nombres fueron impresos en una sección especial publicada en enero (Ibid.: 96).

En febrero de 1994, más de una centena de organizaciones participaron de una sesión de discusión para trabajar el problema; y para junio de ese año *Coming together* era ya una organización constituida, que funcionaba en las oficinas del diario, con un consejo asesor integrado por personas de la comunidad (Ibid.: 96). Reconociendo la “osadía” que representaba impulsar este tipo de iniciativas, John Dotson y Dale Allen, editores que participaron del proyecto, sostienen:

“Nada se logra sin riesgo. De hecho, uno de los riesgos es que el propio periódico esté excediendo los límites de su rol más tradicional como reportero de noticias, desplazándose hacia un rol de facilitador de la comunidad para que ésta pueda reparar relaciones sociales dañadas”⁶⁸.

El *Beacon Journal* organizó también un debate interno del propio staff del diario para analizar las relaciones interraciales al interior del espacio de trabajo, y el tratamiento que la cuestión racial tenía en el periódico. El informe resultante fue publicado en primera página el 29 diciembre de 1993. Según Rosen, al poner en evidencia que los periodistas no dejaban sus experiencias y sus ideas acerca de la cuestión racial en sus hogares, el *Beacon Journal* mostraba también que “había una historia humana allí, no sólo una máquina profesional sosteniendo un espejo frente a la realidad” (Ibid.: 101).

Por este proyecto, el diario obtuvo en 1994 la distinción más importante para el periodismo profesional norteamericano: el Premio *Pulitzer* en la categoría “Servicio Público”. Fue la única oportunidad en la que una experiencia de **public journalism** obtuvo esta distinción. Para Charity, el proyecto es un ejemplo del modo en que un medio puede transformar y ajustar no sólo el encuadre, sino también la matriz narrativa,

⁶⁸ Dotson, John y Allen, Dale: “You’re invited to promote racial harmony”, en *Akron Beacon Journal*, 2 de mayo de 1993. Citado en Rosen, 1999.

a partir de lo que la ciudadanía va expresando en torno a una problemática particular: “El Akron Beacon Journal, (...) se movió paso a paso desde un análisis del tema a principios de 1993 a su iniciativa ‘Unión’ a fines de ese año” (1995: 86-87).

Rosen recupera especialmente este proyecto, ya que en su punto de vista expresa acabadamente distintos valores del **periodismo público**:

“tomando un tema complejo sin esperar que un evento dramático ocurriera; yendo más allá de una descripción del problema, hacia un intento de generar acción cívica; usando el poder de la prensa para conectar a los ciudadanos entre sí (y no sólo con el propio diario); concibiendo a la ‘esperanza’ como un recurso que la comunidad realmente necesitaba; visibilizando a aquellos decididos a levantarse y hacer algo (...); precipitando una discusión y un contacto entre ciudadanos que de otro modo nunca se hubieran encontrado –el Beacon Journal mostró que no era **neutral** respecto a todo. Pretendía que la vida pública fuera bien, pretendía producir una atmósfera en la cual el entendimiento mutuo surgiera. Y no vio mayor conflicto entre contar crudas verdades acerca del clima racial e intentar generar un mejor clima a la vez” (1999: 97. Las negritas son nuestras).

5.4. Periodismo: desafíos en relación a la cultura profesional y las condiciones institucionales

Los referentes del **public journalism** abren un interesante debate en el campo periodístico norteamericano a principios de los años 90. Más allá de las innumerables críticas que reciben desde distintos frentes –fundamentalmente las instituciones consagradas de representación de la profesionalidad periodística por un lado, y del campo académico por otro- se plantean discusiones en torno a ciertos aspectos del periodismo profesional que durante muchos años se habían asumido como principios incuestionables.

Sin embargo, los efectos de estos debates no fueron tan duraderos. La hegemonía que los modelos “tradicionales” del periodismo -expresados en los diarios nacionales de mayor tirada en los Estados Unidos, como el *New York Times* o el *Washington Post*, y en instituciones profesionales como la *American Press Institute*, la *American Society of Newspaper Editors* o la *Pulitzer Prize Board*- se sostuvo a pesar de los debates introducidos por el **periodismo público**.

La resistencia que presentaron esas instituciones fue muy fuerte, aún cuando los planteos desarrollados por esta perspectiva sobre algunos principios fundamentales del periodismo “tradicional” norteamericano no llegaron tan lejos en sus críticas, e incluso

representan una defensa de ciertas definiciones que han sido pilares de la ideología del periodismo “desinteresado”, “justo” y “neutral”.

Precisamente, la noción de objetividad es uno de los más evidentes, en tanto, a pesar de que se ponen en cuestión los alcances y, sobre todo, los efectos que esta noción tuvo en relación al cinismo y apatía de los ciudadanos, se sostienen sus más profundos fundamentos. En lugar del principio de objetividad, se proponen los de “neutralidad proactiva” y “participación imparcial” como reguladores de la actividad periodística, con la pretensión de mantener la imparcialidad y, a la vez, explicitar y acentuar los valores que de hecho guían la actividad de los periodistas.

Ahora bien, por una parte, desde esta perspectiva se procura que esos valores sean los mismos que se defienden en clave normativa –los valores de una democracia y vida pública vigorosas-. Por otra parte, en ningún momento se manifiesta claramente de qué modo esos valores normativos generales se traducen en otros más específicos que faciliten la construcción de marcos de interpretación, análisis y contextualización de la información.

Si, como ya se ha señalado, la democracia es entendida por los referentes del **public journalism** como un conjunto de procedimientos deliberativos que requieren de la participación ciudadana, ¿cuáles serían los valores que deben orientar la práctica cotidiana de los periodistas?, ¿los que cada uno de ellos defiende individualmente?, ¿aquellos que sostiene y defiende el medio en el cual trabajan?

En tanto, como afirma Rosen, hay valores y presupuestos “ocultos” en cada una de las decisiones que toman los periodistas en su actividad diaria -a partir de los cuales se articula esa matriz narrativa, ese relato en el marco del cual todas las noticias cobran algún sentido-, entonces cabe señalar que las reflexiones al respecto presentadas por los referentes de esta perspectiva, y sus propuestas de neutralidad proactiva y participación imparcial son, al menos, insuficientes.

Sumado a ello, y como ya ha sido indicado, resulta paradójico que no se pongan en debate las condiciones de trabajo en las que los periodistas desarrollan su tarea cada día: nos referimos a las múltiples tensiones que atraviesan a las instituciones mediáticas. Aunque las políticas comerciales preocupan a los referentes del **public journalism** en cuanto a la responsabilidad que de algún modo recae sobre los periodistas en relación al sostenimiento de los niveles de rentabilidad de los medios en los cuales trabajan, y la contradicción que frecuentemente ellas presentan con los estándares de calidad

periodística, este aspecto central de la actividad no es prácticamente objeto de tematización.

En ese sentido, la distinción que tanto Merritt como Rosen plantean como necesaria entre periodismo y medios, podría analizarse más como un modo de demarcar artificialmente al periodismo, y escindirlo del complejo entramado del sistema de medios –podríamos decir, en términos más generales, la industria infocomunicacional-. Sin embargo, ese sistema se desarrolla como un movimiento continuo, cuyos componentes no funcionan como unidades separadas, sino como parte de una secuencia, “un mercado en el cual el entretenimiento, la publicidad y la influencia política y cultural vienen juntos” (Williams, 2011: 59).

Los condicionamientos que tienen las políticas de desarrollo y expansión comercial de las instituciones mediáticas no sólo no son objeto de debate en el **public journalism**, sino que algunos de sus referentes más importantes se refieren a las bondades de esta propuesta para salir de la crisis económica que atribuyen a la prensa norteamericana para principios de la década del 90. Charity afirma que el **periodismo público** tiene sentido en términos económicos [*“makes economic sense”*], en la medida en que muchas de las experiencias realizadas contribuyeron a aumentar los niveles de circulación de los medios en los cuales se llevaron a cabo –sobre todo en el caso de los diarios- y los niveles de participación en distintos eventos organizados por ellos (1995: 156-157).

Así, la definición de responder a los intereses de la ciudadanía y tomarlos como punto de partida del trabajo cotidiano de los periodistas se constituye también en una estrategia comercial: el **public journalism** responde en definitiva a lo que se concibe como demandas del mercado.

Frente a las críticas que esta perspectiva ha recibido en relación a este punto, Rosen responde que el **periodismo público**

“no constituye una insurrección, ni siquiera una pequeña revuelta contra las fuerzas estructurales en funcionamiento. No planteó y no puede sostener un desafío al régimen comercial en el que la prensa norteamericana opera. Precisamente porque es un movimiento vinculado a los medios convencionales, no es el lugar apropiado para buscar una nueva economía política de los medios masivos de comunicación”⁶⁹.

⁶⁹ Rosen, Jay (2000): “Questions and answers about public journalism”, Journalism Studies N° 1. Citado en Glasser y Lee, 2002.

De este modo, los referentes del **public journalism** desisten de la posibilidad de elaborar una propuesta que de cuenta, por un lado, de las múltiples dimensiones políticas, económicas, culturales y tecnológicas que inciden en sus condiciones de producción y desarrollo; por otro, de las articulaciones que el periodismo y los medios establecen con diversos aspectos de la vida social, y que intervienen de manera decisiva en la “salud” de la democracia y el espacio público, como trataremos de poner en evidencia en las conclusiones de este trabajo.

Capítulo III

Periodismo público colombiano

1. Periodismo público en América Latina: la propuesta colombiana

En 1998 el grupo de investigación en Comunicación Urbana de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín (Colombia), a cargo de Ana María Miralles, comenzó a desarrollar el proyecto de **periodismo público Voces Ciudadanas**, con una línea de indagación en torno al concepto de opinión pública y una línea de intervención en experiencias de **periodismo público** con distintos medios de la ciudad de Medellín.

El acercamiento de este proyecto a la propuesta del **public journalism** estuvo motivado por la convergencia con las preocupaciones que los periodistas y académicos norteamericanos habían expresado en relación a la “salud” de la vida pública democrática, preocupaciones que se compartían respecto a la realidad colombiana de fines de la década del 90:

“La pérdida de centralidad de la política se constituye en uno de los procesos más significativos del entramado y complejo mundo contemporáneo. La crisis de ésta es un hecho transversal a todas las sociedades de finales de siglo, constituyéndose en un reto que deben afrontar las democracias, particularmente la colombiana. Pero todo indica que mientras esto ocurre, los medios de comunicación experimentan una valoración y dimensionamiento como ejes estructurantes y posibilitadores de la acción política, además de ser nuevos escenarios de legitimidad, representación y reconocimiento social y cultural” (Maya Salazar, 2000: 39).

En el prólogo de uno de los textos editados por Miralles se afirma que hay dos rasgos que caracterizan la historia y la cultura políticas en América Latina, y que explican de algún modo el “déficit” de democracia y de esfera pública en nuestros países: por un lado, el hecho de que las instituciones del Estado antecieron históricamente a la conformación de la nación y de la economía de mercado (Santana Rodríguez, 2000: 6); por otro, el hecho de que esas instituciones estatales no fueron el resultado de la deliberación pública, de la autofundación, sino de “la imposición y de la copia que nuestras clases dominantes hicieron de las instituciones políticas surgidas de la revolución burguesa tanto en Europa como en Norteamérica” (Ibid.: 7). Esto implica

que la característica fundamental de la democracia en Latinoamérica ha sido su carácter “descendente”, en función del cual desde el Estado “emanan leyes, mecanismos restrictivos, en últimas órdenes, que deben acatarse sin que los ciudadanos participen, tomen parte, deliberen y decidan” (Ibid.: 9). Esto conlleva no sólo una ciudadanía “de baja intensidad”, sino una opinión pública no democrática y débil (Ibid.).

En ese marco, según Miralles el **periodismo público**

“se formuló como algo que va más allá de una nueva modalidad profesional para el tratamiento de la información. Sus propósitos son mucho más de fondo. En realidad, se trata de una sugestiva invitación a traspasar las fronteras del periodismo tradicional y a involucrarse en la esfera de la deliberación pública, en vez de quedarse en el registro de los hechos que otros producen” (2002a: 16-17).

Así, el desarrollo de una versión colombiana de esta propuesta se articuló en torno a tres tipos de estrategias. Lo primero fue precisamente la difusión de la propuesta mediante la organización de seminarios para la formación de estudiantes y docentes colombianos. En tal sentido, en 1996 la entonces recién creada *Especialización en Periodismo Urbano* de la Universidad Pontificia Bolivariana invitó a Jay Rosen a incorporarse como profesor. Aunque éste no pudo aceptar la invitación, a través suyo se contactó a Barbara Zang y Cheryl Gibas, quienes dictaron cursos sobre el tema en dicha carrera de posgrado (Miralles, 2000: 109). Dado este primer paso, comenzaron a realizarse talleres y seminarios orientados a difundir el **periodismo público** entre periodistas y organizaciones sociales colombianas: un curso realizado a pedido del periódico *El Tiempo* en 1996⁷⁰; tres seminarios que se llevaron a cabo entre 1997 y 1999, y varias conferencias en las Universidades de Quindío y la Grancolombia; también algunas conferencias en la organización peruana Calandria (Ibid.: 110-111). Varias de estas actividades fueron organizadas con el apoyo de la Embajada de los Estados Unidos en Colombia y la Gerencia de Comunicaciones de FOREC, “a cargo de la Corporación Viva la Ciudadanía” (Ibid.: 110). En tercer lugar, a partir de 1998 comenzó el proyecto/programa **Voces Ciudadanas**, en el marco del cual se han llevado a cabo numerosas experiencias a lo largo de los años, e incluso hoy continúa vigente.

⁷⁰ Luego de este curso, el Jefe de Redacción del diario propuso la realización de una primera experiencia de **periodismo público**. La misma tuvo lugar a partir de junio de 1997, en ocasión de la elección del Alcalde Mayor de Medellín. El proyecto se llamó “Voz y voto”. Pero por ser anterior al surgimiento de **Voces Ciudadanas** y al no haber logrado mayor alcance (Miralles, 2000: 110), no es presentado efectivamente en los materiales analizados como la primera experiencia de este tipo propiamente.

Si bien en sus inicios ese proyecto se desarrolló en términos muy similares a los planteados por el movimiento norteamericano, con el correr de los años se fueron estableciendo algunas diferencias significativas entre ambas perspectivas. Miralles menciona cuatro. En primer lugar, la “búsqueda de soluciones” es un objetivo compartido sólo parcialmente en la propuesta latinoamericana, ya que “lo principal” tiene que ver con la construcción de una agenda ciudadana que permita identificar los problemas comunes; “el tema de las soluciones y sus aplicaciones correspondería a otra de las fases de intervención en lo público que rebasa el campo periodístico y se acerca a las actividades de gobierno o de ONGs” (Miralles, 2002a: 60). En segundo lugar, la perspectiva comunitarista sobre la que, según la autora, se basa la propuesta norteamericana, no está tan presente en el proyecto colombiano. Éste último se ha elaborado sobre el debate planteado entre la teoría liberal y el republicanismo cívico, “sin identificarse con una sola de las dos vertientes” (Ibid.: 63). En vinculación con ello, la propuesta de **Voces Ciudadanas** no ha estado orientada a “construir comunidad”, sino a “construir públicos que provean temas y enfoques para la vida pública. Por ello en Colombia las conversaciones ciudadanas no son para crear tejido social –tampoco lo impedimos- sino para escuchar y entender mejor las perspectivas de la ciudadanía” (Miralles, 2000: 52-53); es decir, no se busca lograr el involucramiento de los ciudadanos comprometiéndose en una acción cívica, sino que sólo se busca la expresión de su punto de vista. Finalmente, el alcance de las experiencias en Colombia ha sido mucho mayor, ya que se han desarrollado en las ciudades más grandes del país y han tendido a involucrar al conjunto de la población, a diferencia de lo que ha ocurrido en los Estados Unidos, donde –según la autora- los proyectos han sido propios de las ciudades y los medios pequeños y medianos (Ibid.: 52).

Así, el desarrollo que el **periodismo público** ha tenido en Colombia de la mano de Miralles se ha nutrido de las reflexiones teóricas tomadas por los referentes del **public journalism**⁷¹, pero también de otras distintas, provenientes del campo académico latinoamericano⁷², europeo⁷³ y norteamericano⁷⁴, que no están presentes en la versión estadounidense.

⁷¹ Nos referimos a las fuentes teóricas de la perspectiva norteamericana indicadas en el Capítulo II de este trabajo: la “polémica” entre Lippmann y Dewey, James Carey, Jürgen Habermas, etc.

⁷² Por ejemplo: Jesús Martín Barbero (1995); Nora Rabotnikof (1993); Norbert Lechner (1997); Joaquín Brunner (1996); etc.

⁷³ Por ejemplo: Chantal Mouffe (2003, 1999, 1997); Pierre Bourdieu (1997); Manuel Martín Serrano (1986, 1993, 1998); Nöelle Neumann (1995); Giovanni Sartori (1994); Ignacio Ramonet (2001); John Keane (1998); etc.

En ese sentido, las definiciones de autores como Rosen, Merritt, Charity y otros, constituyen una fuente fundamental en los primeros textos de Miralles, pero sólo son retomadas brevemente en algunos pasajes en textos posteriores a 2002.

A propósito, cabe destacar que si bien en los inicios del proyecto la autora utiliza de manera indistinta la denominación de **periodismo público** o periodismo **cívico**⁷⁵ para referirse a la perspectiva que estaba comenzando a desarrollarse –al igual que lo hacían los referentes del **public journalism**–, en trabajos más recientes señala que estas denominaciones no pueden homologarse ya que, en el contexto de la región, hablar de periodismo *cívico* o *ciudadano* refiere más bien a un tipo de práctica de producción informativa desarrollada por ciudadanos –no por periodistas–, o un tipo de periodismo que invoca “un ciudadano de buen comportamiento, cumplidor de normas de urbanidad” (Miralles, 2008a: 2). El **periodismo público**, en cambio, “es un ejercicio de tipo político que se ocupa de la manera en que se construye lo público en una democracia” (Ibid.). La autora concibe a éste como un periodismo “para el cambio social”: se trata de “cambiar las estrategias periodísticas tradicionales a favor de la apertura de debates públicos con participación del ciudadano del común y la construcción de agendas ciudadanas” (Miralles, 2009: 43).

Así, la propuesta de Miralles procuró desarrollarse como una perspectiva que atendiera a las particularidades de la realidad latinoamericana.

2. Voces ciudadanas: una propuesta para un nuevo modo de practicar el periodismo

Desde el surgimiento de **Voces Ciudadanas**, en 1998, se han realizado varias experiencias de **periodismo público** en Colombia⁷⁶. Todas han tenido un esquema de desarrollo similar, con algunas variaciones entre unas y otras, con distintas instancias o etapas (Miralles, 2002a: 115-135):

- Realización de sondeo con preguntas abiertas.

⁷⁴ Por ejemplo: Nancy Fraser (1997); Margaret Somers (1996-1997); etc.

⁷⁵ Aunque en la mayoría de los textos de la autora se utiliza predominantemente el término **periodismo público**, el de *periodismo cívico* también aparece, por ejemplo en los siguientes artículos: “El periodismo cívico como comunicación política” (1998), “La construcción de lo público desde el periodismo cívico” (2010). Referencias en el Capítulo I y en el Anexo de este trabajo.

⁷⁶ Como ya ha sido señalado, Miralles no incluye la experiencia de 1997 con *El tiempo* –denominada “Voz y Voto”– en los textos que ha dedicado a sistematizar las experiencias de **periodismo público** realizadas.

- Planteo en la agenda mediática del tema que será abordado en el proyecto (a través de los medios que participan de la experiencia).
- Apertura de una línea telefónica para que las personas puedan responder a las preguntas abiertas planteadas y expresar sus opiniones sobre el tema que se trata.
- Convocatoria a algunas de esas personas para la realización de reuniones de debate entre los ciudadanos convocados (Conversaciones Ciudadanas).
- Elaboración de nuevos informes periodísticos que intentan contener la mirada de la ciudadanía.
- Presentación de la Agenda Ciudadana en un acto público.

Con la información encontrada en la bibliografía disponible⁷⁷, se han identificado nueve proyectos realizados hasta 2014, algunos de los cuales analizaremos en detalle para identificar distintos aspectos de la propuesta:

- Voces Ciudadanas por la Seguridad y la Convivencia (Medellín, 1998-1999)
- Voces Ciudadanas ¡Vive el Centro! (Medellín, 1999)
- Voces Ciudadanas por la Reconstrucción (Armenia, 1999)
- Voces Ciudadanas Parquímetros (Medellín, 1999)
- Voces Ciudadanas ¡Usted Decide! (Medellín y Cali, 2000)
- Voces Ciudadanas ¡Usted Planea! (Medellín, 2001)
- Voces Ciudadanas ¡Vive el fútbol! (Medellín, 2003)
- Voces Ciudadanas Por la calidad de vida (Medellín, 2005-2006)
- Voces Ciudadanas por la Seguridad y la Convivencia Medellín-Valle de Aburrá (enero a mayo de 2014)⁷⁸

2.1. Voces Ciudadanas por la Seguridad y la Convivencia: la primera experiencia de periodismo público en Colombia

⁷⁷ De la bibliografía incluida en el corpus de análisis, solamente dos incluían descripciones de experiencias y proyectos concretos realizados en el marco de **Voces Ciudadanas**. De modo que, en todos los casos, los relatos de esas experiencias que se incluyen en el presente Capítulo, provienen de textos de Ana María Miralles, uno del año 2000 y otro del año 2007. Referencias en el Capítulo I y en el Anexo de este trabajo

⁷⁸ De esta última experiencia no se ha encontrado información en la bibliografía que integró el corpus de esta Tesis, ya que el texto más reciente de Ana María Miralles analizado fue editado en el año 2011; pero se encontró algo de información en la edición digital de *El Mundo* y en un perfil de *Facebook*. Ver: http://www.elmundo.com/portal/opinion/editorial/voces_ciudadanas_por_la_seguridad.php#.U7_4RZR5M44; http://www.elmundo.com/movil/noticia_detalle.php?idx=231766&; http://www.elmundo.com/portal/opinion/columnistas/voces_ciudadanas_una_experiencia_de_participacion.php#.U7_4T5R5M44; <https://www.facebook.com/Vocesporlaseguridad/timeline>

Esta experiencia se llevó a cabo entre febrero y abril de 1998 en la ciudad de Medellín y tuvo como temática principal la inseguridad ciudadana con énfasis en el problema de la convivencia. Miralles explica que, contra el sentido común internacional según el cual la violencia política es el principal problema de Colombia, los datos indican que “el 15% de las muertes se produce por razones políticas y el 85% restante por causa de la delincuencia común” (2000: 112). En ese contexto, el proyecto estuvo motivado por el interés en que los ciudadanos pudieran sumar su palabra a la del Alcalde, la Policía metropolitana y los expertos, cuyas voces eran las únicas que hasta ese momento se venían escuchando en la agenda pública de Medellín. Como afirma Miralles:

“El alcalde, la policía metropolitana y los expertos habían hablado sobre ideas y planes para disminuir la delincuencia en Medellín, pero la principal víctima, el ciudadano, no había hablado. Fue cuando decidimos hacer Voces Ciudadanas, con el objetivo de hacer que la gente hablara sobre las propuestas para la seguridad, lo cual al tiempo podría contribuir a sacarla de su eterno papel de víctima, sin capacidad de iniciativa” (2007: 7).

Primero se realizó un sondeo a seiscientos residentes de la ciudad, en el que se indagó en torno a las zonas más seguras e inseguras del espacio urbano y a los motivos de la inseguridad. Luego, el 9 de febrero de 1998 los medios que participaron del proyecto – los diarios *El Colombiano* y *El Mundo*, los noticieros televisivos *Informativo de Antioquia* y *Hora 13*- presentaron la noticia del inicio del proyecto, con una breve explicación sobre el **periodismo público**, y lanzaron las cinco preguntas⁷⁹ que los ciudadanos debían responder vía la línea telefónica (atendida por estudiantes universitarios).

Se recibieron más de setecientos llamados. Con la información recabada allí, los periodistas involucrados en el proyecto comenzaron a producir crónicas e investigaciones: “una serie sobre el desarme, la historia de un profesor que propuso la pedagogía del ajedrez para lograr la convivencia, relatos sobre las esquinas peligrosas en algunas zonas de la ciudad” (Ibid.: 114).

Entre fines de febrero y fines de marzo se llevaron a cabo los grupos de discusión. En este caso, tres ONGs que también participaban del proyecto fueron las encargadas de

⁷⁹ Reproducimos solamente dos de ellas a modo de ilustración, ya que en todos los proyectos las preguntas han sido del mismo estilo: “¿Cuáles son sus ideas para lograr la convivencia en Medellín?”, “¿Cómo cree que puede organizarse la ciudadanía para enfrentar el problema de la inseguridad en la ciudad?” (Miralles, 2000: 177).

organizar los seis “foros deliberativos”⁸⁰ que se hicieron en las seis zonas en las que se había dividido a la ciudad. Una vez que se sistematizaron las propuestas que surgían de esos foros, se seleccionó -en función de un criterio territorial- a las personas que integrarían el “Panel de Ciudadanos”⁸¹. Los elegidos trabajaron con los periodistas involucrados para investigar más sobre cada tema y cada propuesta.

El foro de presentación de la “Agenda Ciudadana” –constituida por diez propuestas para disminuir la inseguridad en la ciudad- se realizó el 16 de abril de 1998 ante la presencia del Alcalde y las principales autoridades locales.

En cuanto a los resultados, si bien finalmente la alcaldía no llevó adelante las propuestas, para “el equipo de Voces Ciudadanas el proceso fue exitoso porque logró una amplia participación de la ciudadanía, porque logró conectar a los ciudadanos con propuestas y porque finalmente se llegó a una Agenda” (Ibid.: 116).

2.2. Voces Ciudadanas ¡Vive el centro!

Esta experiencia tuvo lugar entre marzo y agosto de 1999 en Medellín. El proyecto estuvo motivado por las acciones del Alcalde durante el año anterior, cuando puso en marcha el denominado “Plan de recuperación del centro”, con el fin de restaurar algunos espacios públicos y ordenar el tránsito vehicular en el centro histórico de la ciudad. Desde la Especialización en Periodismo Urbano se planteó la necesidad de conocer la mirada de la ciudadanía sobre esta propuesta, ya que no había sido consultada al respecto. Según afirma Miralles, “la experiencia consistió en un debate amplio de la ciudadanía sobre cómo debería ser el futuro del centro de Medellín, el cual tuvo como escenario a los medios de comunicación” (2000: 116).

Primero se llevó a cabo el sondeo sobre una muestra de seiscientos residentes para recoger información sobre qué pensaban los habitantes encuestados acerca del centro de la ciudad, sus problemas y su futuro. Luego, los medios participantes lanzaron el proyecto y las cinco preguntas que se formularon para que respondiera la ciudadanía vía

⁸⁰ Miralles tiene una mirada sumamente crítica en relación a esta instancia en la primera experiencia, ya que afirma que las ONGs convocaron a líderes y dirigentes sociales para la instancia de los foros, en lugar de “ciudadanos del común”. Según la autora, “eso hizo que la discusión mostrara a los ojos de los periodistas liderazgos afincados, falta de nuevas miradas y hasta defensa de su propio poder político [de los líderes que participaron de los foros]” (2000: 114).

⁸¹ Más adelante en este Capítulo se explica en detalle a qué refieren términos como “Conversaciones Ciudadanas”, “Panel Ciudadano”, “Agenda Ciudadana”, en el marco de las experiencias de **Voces Ciudadanas**.

telefónica, aunque en este caso la presentación de las preguntas fue progresiva: una por semana. Se receptaron más de quinientos cincuenta llamados de respuesta.

A partir de un análisis de las tendencias de opinión que habían aparecido mediante el sondeo y las llamadas, se conformaron los grupos para las Conversaciones Ciudadanas. Esas tendencias reflejaban básicamente distintos modos de vivir el centro: los que trabajan allí, los que “le temen”, los que “sienten nostalgia”, los que “aman” el centro, los vendedores ambulantes y los indigentes, entre otros (Ibid.: 117).

Durante el desarrollo de los grupos focales, se trabajó especialmente con el grupo de los que trabajan en el centro, ya que “reunió dos cualidades: era el que mejor conocía el centro y era además un grupo muy heterogéneo pero al que lo ligaba su sentido de pertenencia al lugar, su vida cotidiana en él. El elemento identitario de la conexión al centro por el trabajo fue justamente el que hizo a este grupo una riquísima fuente de comprensión de las percepciones ciudadanas” (Ibid.: 118).

Como parte de esta etapa de la experiencia, se realizó también un foro en un colectivo urbano, con el fin de abordar el tema del transporte público. Según afirma Miralles, ese foro “fue bastante ilustrativo porque nos mostró que puede haber formas muy creativas de involucrar a los ciudadanos” (Ibid.).

El Panel de Ciudadanos se integró mayoritariamente con personas del grupo de los que trabajan en el centro, entre ellos: un mendigo, un conductor de colectivo, un desempleado, un profesional, etc (Ibid.: 119). En agosto se llevó a cabo el Foro final de presentación de la Agenda Ciudadana, ante la presencia del Alcalde.

Según Miralles, los medios participantes del proyecto –*El Colombiano*, *El Mundo*, *RCN*, *Telemedellín*, *Todelar*, *Habitantes de la Noche*- se comprometieron verdaderamente con la iniciativa, y produjeron piezas periodísticas muy ricas para mostrar el discurso público que los ciudadanos del común tenían para expresar en torno al centro (Ibid.: 119). Para la autora, lo “más exitoso del proyecto fueron las conversaciones ciudadanas y el foro final. Ahí se lograron los niveles de comunicación suficientes, el trabajo diferente de los periodistas” (Ibid.: 120).

2.3. Voces Ciudadanas - Parquímetros

A mediados de 1999 el Alcalde de la ciudad de Medellín tomó la decisión de instalar parquímetros para regular y cobrar el estacionamiento de los vehículos en catorce zonas de la ciudad, que paulatinamente habían ido desarrollando una fuerte actividad

comercial. La decisión se había tomado e implementado sin mediar campaña informativa ni consulta a la ciudadanía, por lo que rápidamente generó un ambiente de malestar y de oposición entre las personas afectadas por la determinación del Alcalde (Miralles, 2000: 125). En ese marco, se resolvió impulsar la iniciativa **Voces Ciudadanas – Parquímetros**.

En el caso de esta experiencia se definió que no era necesario realizar sondeo, en la medida en que el tema ya estaba muy instalado en la agenda pública. Por lo tanto, directamente se lanzó el proyecto –a fines de septiembre de 1999- y las dos preguntas que los ciudadanos podían responder vía telefónica. En tan sólo una semana se recibieron casi ochocientos llamados (Ibid.: 178).

Desde el inicio, el proyecto tuvo como objetivo reabrir el diálogo con el Alcalde, ya que previamente los ciudadanos “habían iniciado conversaciones con el Secretario de Tránsito, pero la actitud inflexible por su parte y la continuidad de las agresiones hicieron que el alcalde decidiera terminar con la posibilidad de dialogar sobre el tema” (Ibid.: 126).

Entre las personas que habían llamado para responder a las preguntas, se formaron dos grupos, “teniendo en cuenta las tres tendencias de opinión resultantes: oposición total, aceptación con condiciones y aceptación total” (Ibid.: 127), y atendiendo también a los lugares de residencia, ya que la enorme mayoría de los ciudadanos que habían llamado provenían de dos barrios de “estrato alto” de la ciudad.

A las Conversaciones Ciudadanas fueron invitados representantes de la Secretaría de Transporte Municipal. La idea era que fueran testigos de las inquietudes de la ciudadanía, en tanto en el marco del clima imperante de “desconfianza”, no sólo los funcionarios públicos sino también los periodistas “estábamos siendo observados” (Ibid.: 128).

Luego de casi un mes de discusiones, llegó un momento en el que “fue necesario conciliar opiniones entre los diferentes participantes, y llegar a acuerdos sobre el tema. El punto más fuerte de consenso por parte de la ciudadanía fue la necesidad de regular el parqueo” (Ibid.).

La Agenda Ciudadana, constituida por una primera parte con una mirada crítica sobre la administración del espacio público, y una segunda parte con propuestas para mejorar el sistema de parquímetros, fue presentada ante el Alcalde en un foro realizado el 9 de noviembre de 1999.

Según Miralles,

“todos los mecanismos de participación de la ciudadanía se vieron alimentados por los informes periodísticos que elaboraron los medios de comunicación, con el fin de proporcionar información sobre el tema y agregar elementos a la discusión por medio de historias periodísticas e informes permanentes sobre los resultados que iba arrojando el proceso” (Ibid.: 129).

Los medios de comunicación que formaron parte de la experiencia fueron *El Colombiano*, *El Mundo*, *Hora 13*, *CQN* y el *Informativo de Antioquia*.

2.4. Voces Ciudadanas por la Reconstrucción de Armenia

En enero de 1999 un fuerte terremoto arrasó la ciudad de Armenia, situada en la región de Quindío. El Presidente colombiano de entonces, Andrés Pastrana, había lanzado el denominado Foro para la Reconstrucción, cuyo objetivo era afrontar las tareas de reparación desde una lógica participativa. Sin embargo, la meta no se estaba logrando y crecía la insatisfacción de la población por sentirse excluida de la toma de decisiones: “Tanto en ideas como en trabajo, la ciudadanía se sentía fuera del proceso, con el agravante de que seguía jugando en buena parte su papel de víctima” (Miralles, 2007: 11).

En ese marco, en septiembre de 1999 se lanzó el proyecto “Voces Ciudadanas por la Reconstrucción de Armenia” con la idea no de recoger y tramitar las peticiones de los afectados, sino de darles a los ciudadanos “la oportunidad de discutir sobre la reconstrucción y hacer públicas sus visiones” (Miralles, 2000: 121).

Según Miralles, la experiencia representaba un gran desafío, no sólo porque el proyecto debía ser coordinado por la Universidad Pontificia Bolivariana a distancia, sino también porque el proyecto se lanzó

“sin la certeza de que los periodistas habían entendido suficientemente bien la idea del **periodismo público** (...). Eso, añadido a la cultura periodística de la región, muy atada a la política tradicional y a las conexiones con la pauta publicitaria, hizo que redobláramos nuestra atención en el proyecto. Varios elementos hicieron más difícil la experiencia: la baja cultura profesional del medio periodístico, la casi nula tradición investigativa, la pobre cultura de la información y la politización de algunos medios” (2007: 11).

El sondeo se realizó sobre una muestra de doscientas treinta y cinco personas, e indagó sobre el momento del desastre, la memoria de la ciudad que se derrumbó, y la ciudad reconstruida. Luego, durante un mes, se receptaron las llamadas a las líneas telefónicas,

en función de las preguntas formuladas en los medios participantes: *La Tarde*, *La Crónica*, *El Espectador*, *Calarcá Stereo*, *Montenegro Stereo*, *RCN*, *Alfa Stereo* y *Circasia Stereo*.

Posteriormente se organizaron siete Conversaciones Ciudadanas, en siete grupos de discusión configurados a partir de lo que en las instancias anteriores –sondeo y preguntas- se habían planteado como las principales preocupaciones y propuestas. La autora plantea que las Conversaciones Ciudadanas

“permitieron observar a qué grado había llegado la exclusión del ciudadano en el proceso y la mala calidad del periodismo informativo que, en la zona, en lugar de darle información útil al ciudadano para ubicarse en medio del proceso, se dedicó a hacer politiquería con el tema, a hacer de altavoz de rumores y de informaciones tendenciosas. Los ciudadanos que tuvieron la oportunidad de participar en las conversaciones de Voces, incluyendo las de un albergue auto construido después del desastre -San Cristóbal-, mostraron capacidad de iniciativa y ganas de participar” (Ibid.: 12).

La Agenda fue presentada el 18 de noviembre de 1999 ante las autoridades de la ciudad de Armenia y el Director Ejecutivo del Fondo para la Reconstrucción.

Según Miralles, aunque la propuesta del **periodismo público** es desarrollar una “producción periodística centrada en darle al ciudadano insumos para el debate”, en la que no se trata de la “noticia normal”, sino de lo que se “necesita saber como ciudadano para poder participar en un debate público sobre ese tema” (Ibid.: 15), la realización de esta experiencia implicó numerosas dificultades porque algunos periodistas involucrados no se mostraron interesados en aprender sobre esta perspectiva y cometieron muchos errores (Miralles, 2000: 185-186). Miralles sostiene que hubo una “baja cantidad y calidad de producción periodística relacionados con la poca comprensión del trabajo profesional en general y en particular para el caso del **periodismo público**” (Ibid.: 185).

A pesar de ello, según la autora, sorprendió “que el ciudadano pudiera pensar más allá de las principales necesidades y desplegara una mirada crítica sobre el modelo de desarrollo basado en la economía del café y su aspiración de aprovechar el desastre para convertir a Armenia realmente en una ciudad, en algo más cosmopolita” (Ibid: 124-125).

2.5. Voces Ciudadanas ¡Usted Decide!⁸²

Este fue el primer proyecto realizado con el objetivo de transformar las pautas de cobertura periodística durante un proceso electoral. Se llevó a cabo simultáneamente en las ciudades de Medellín y Cali, con una duración de tres meses, entre agosto y noviembre del año 2000. La idea básica de esta propuesta fue tomada de las experiencias norteamericanas, en las que el comicio era presentado como un proceso de selección para un puesto de trabajo que ha quedado vacante:

“el empleador es el ciudadano y el candidato a la Alcaldía es el aspirante al cargo. El empleador debe trazarle un perfil al cargo –esa es la agenda ciudadana de temas que deben discutirse durante el debate electoral-, necesita examinar las hojas de vida – investigación periodística sobre la realización de los candidatos-, y una entrevista de selección –esto es lo que constituye el diálogo entre ciudadanos y candidatos por vía de los medios de comunicación y alrededor de los cinco temas de la agenda ciudadana” (Miralles, 2000: 130).

En este caso, el sondeo inicial se realizó sobre una muestra de seiscientos ciudadanos de Medellín y cuatrocientos de Cali. Luego, entre mediados de agosto y septiembre estuvo abierta la línea telefónica, con cinco preguntas, que no pretendían conocer la intención de voto de las personas, sino indagar acerca de cuál era el principal problema de cada una de las ciudades; acerca de las opiniones de los ciudadanos sobre tres temáticas en particular -inseguridad, empleo y educación-; y sobre las razones y motivaciones en función de las cuales el ciudadano decidiría a quién votar. Se recibieron más de mil doscientas llamadas en un mes.

Una vez que a través del sondeo y la línea telefónica se identificaron los cinco temas de la Agenda Ciudadana, el proceso deliberativo se dio en los medios de comunicación:

“los periodistas inician un trabajo periodístico sobre los temas añadiendo a ellos la perspectiva ciudadana y la forma en que la gente del común vive esos problemas. Sólo los periodistas tienen la habilidad de narrar las historias, de mostrar los detalles. Así mismo, los periodistas buscan a los candidatos para preguntarles sus propuestas sobre cada uno de los cinco temas de la agenda ciudadana, investigan sus hojas de vida e intentan ser un puente entre ellos y los ciudadanos. **Ese debate tiene lugar en los medios de comunicación**” (Ibid.: 131. Las negritas son nuestras).

⁸² Se presenta aquí una sistematización parcial de esta experiencia, ya que el único texto (Miralles, 2000) en el que se encontró información sobre ella fue escrito cuando aún no había finalizado el proyecto.

El objetivo, según Miralles, no fue solamente “devolver a los ciudadanos el control de los temas sino pasar de los temas de campaña a los temas de gobierno” (Ibid.).

Luego se realizaron las Conversaciones Ciudadanas, y finalmente la Agenda, que había sido entregada previamente a cada uno de los candidatos, se presentó formalmente en un Foro que se transmitió en directo por televisión.

Los medios participantes fueron en este caso: *El Mundo*, *Hora 13*, *Informativo de Antioquia*, *CQN Noticias*, *Caracol Radio* y *Todelar* en Medellín; *El Tiempo*, *El País*, *Noti Cinco*, *90 minutos*, *Todelar*, *Caracol*, *RCN*, *Noticiero del Pacífico* en Cali.

3. De la democracia deliberativa a la democracia radical

Desde sus inicios, el proyecto **Voces Ciudadanas** implicó la puesta en cuestión de lo que Miralles llama “el modelo filosófico liberal de la información” (2002a: 20). Según la autora, entrado el tercer milenio se hizo evidente el “desfase” entre la construcción teórica contenida en ese modelo y su realización empírica: aunque la prensa liberal resultó útil en el inicio de la modernidad para sacar a la luz pública los asuntos del palacio y abrir ámbitos públicos de debate racional, con el desarrollo alcanzado por el sector de las comunicaciones en las últimas décadas, ese modelo se volvió insuficiente en la construcción de un tipo de ciudadano que supere la condición de “espectador y consumidor pasivo de información” (Ibid.: 10).

En ese sentido, el proyecto **Voces Ciudadanas** estuvo orientado –tomando como base los principios planteados por el **public journalism**- a elaborar una propuesta de periodismo que contribuyera a la formación de “una verdadera esfera pública” que “potencie la capacidad deliberativa de los ciudadanos” (Ibid.: 9).

En la primera, más extendida e intensa etapa de desarrollo de esta perspectiva, la autora se apoya en las reflexiones de Margaret Somers⁸³ para abordar esta crítica al modelo liberal: sostiene que para superar las dicotomías planteadas por la teoría liberal por un lado, y el republicanismo cívico por otro, es necesaria la construcción de un “tercer espacio teórico”, diferente de las esferas del Estado y del mercado, y que Somers denomina “el ámbito de la ciudadanía”.

Desde este espacio teórico sería posible concebir otro tipo de periodismo:

⁸³ Somers, M. (1996/97): “Narrando y naturalizando la sociedad civil y la teoría de la ciudadanía: el lugar de la cultura política y de la esfera pública”. En *Zona Abierta*, Cultura política N° 77, Madrid, pp. 255-337.

“Desmontar los valores liberales de la información a favor de unos que favorezcan otro tipo de relaciones con las audiencias, fomentadas por un periodismo cuya agenda sea participativa, que promueva la deliberación y la acción pública, que admita que el periodismo es un actor y no solamente un relator de la vida social nos llevaría a caminos aún poco explorados” (Ibid.: 10).

El concepto clave a partir del cual se articula la propuesta del **periodismo público** colombiano en este período es el de *opinión pública*.

Según Miralles hay dos lógicas desde las cuales puede comprenderse ese concepto: por un lado, la lógica del control social, donde la opinión pública representa a las tendencias dominantes, y funciona generando conformismo entre los ciudadanos por el miedo al aislamiento (Miralles, 2009: 43). Por otro, la lógica del debate público, comprendido – junto al concepto de deliberación y de participación ciudadana- como pilar de la cultura democrática (Ibid.: 43-44). Es en relación a esta última lógica que el **periodismo público** se articula con el concepto de opinión pública, y por eso se plantea como una decisiva contribución a la cultura democrática.

Ahora bien, ¿cómo se entiende a la democracia en los comienzos de esta perspectiva? En sus textos iniciales Miralles sostiene una concepción de la democracia muy similar a la planteada por los referentes del **public journalism**⁸⁴; esto es, ajustada a un tipo de relación de gobierno, donde es responsabilidad de los funcionarios de turno dar respuesta a aquello que los ciudadanos identifican como problemas comunes: “Lo más cercano de la filosofía política a la idea del periodismo cívico es la construcción de la democracia deliberativa” (Miralles, 2010: 33).

Así como ocurre con la perspectiva norteamericana, el **periodismo público** está orientado básicamente a hacer escuchar la voz de los ciudadanos, a apartarlos del lugar de “sujetos pasivos”, y a promover su participación en contextos electorales y no electorales. Como afirma la autora:

“la democracia entendida mucho más allá de la reivindicación por el sufragio, requiere de una concepción diferente de la información, que conduzca al periodismo a prácticas de corte comunicativo, porque ahora la reivindicación es la del debate público que constituye la parte sustantiva del proceso (el sufragio es ahora un asunto procedimental). Para ello se necesita, más allá de las garantías procesales para el voto y para la información, un amplio

⁸⁴ Ver Capítulo II de este trabajo.

proceso de educación cívica que involucre al poder estatal, a la sociedad política y de manera particular al ciudadano” (1998: 63).

Como se advierte, Miralles concibe la democracia como sistema institucional que, para funcionar correctamente, requiere una activa participación de lo que llama “ciudadanos del común” (Miralles, 1998, 2002a, 2006, 2009), ya que son éstos quienes pueden expresar lo que se entiende como el interés común, de modo que los distintos niveles del Estado respondan a ése y no a otros intereses. En ese sentido, la democracia se constituye en “la opción de orden social y político más compatible con la convivencia civilizada y ciudadanizante” (Maya Salazar, 2000: 40).

En este modo de entender la democracia, donde el concepto de *deliberación pública* resulta central, es que los medios de comunicación se vuelven fundamentales como escenario y herramienta para esa deliberación. Si el **periodismo público** es “el ejercicio del debate público convocado por los medios de comunicación, con el fin de que la participación de los ciudadanos del común permita la construcción de las agendas ciudadanas que buscarán ganar influencia en la agenda pública” (Miralles, 2009: 43), entonces el **periodismo público** se articula necesariamente con una filosofía política que sostiene “un modelo de democracia, un proyecto político neutral en lo partidista, defensor del interés público y de los procedimientos de la deliberación pública” (Miralles, 2002a: 57).

En ese sentido, según Miralles esta propuesta se caracteriza por replantear las relaciones entre periodismo y democracia, respecto al modo en que esos vínculos se concibieron en el modelo liberal:

“Por un lado, la redefinición de sus relaciones con la democracia pasa por ponerle contenidos concretos, entendiendo que la democracia no es un dato sino una construcción que transcurre en buena parte por los medios de comunicación. En el discurso del periodismo liberal, la democracia es una abstracción que se da por sentada. En el **periodismo público** es algo por construir de forma permanente” (Miralles, 2009: 45).

Pero también propone una redefinición de las relaciones entre periodismo y ciudadanía, ya que “el que está del otro lado del proceso informativo es un ciudadano y no simplemente un consumidor de información. Esto tiene hondas implicaciones en la forma en que se conciben tanto las informaciones periodísticas como los procesos de debate” (Ibid.: 45).

En una segunda etapa de desarrollo del **periodismo público**⁸⁵, Miralles va más lejos en sus críticas al modelo liberal, para posicionarse en una *concepción radical de la democracia*, en los términos planteados por Chantal Mouffe⁸⁶. La autora afirma que, si bien desde los inicios de **Voces Ciudadanas** se planteó la importancia del principio de la *polifonía de voces* en el **periodismo público**, como un modo de visibilizar distintos puntos de vista sobre una misma temática, en el intento de

“desprendernos de la visión norteamericana del **periodismo público** activista que coloca a los periodistas y a los ciudadanos no pocas veces en el rol de llegar a acuerdos y de ponerlos en escena, no hemos hecho un esfuerzo equivalente en demostrar que la verdadera función de la opinión pública no son los consensos sino la construcción y mostrar los disensos” (Miralles, 2011: 17).

En sus reflexiones más recientes, Miralles coincide con Mouffe al sostener que la concepción liberal de la democracia niega el papel constitutivo que en ella tiene el antagonismo, mientras que lo propio de la cultura democrática consiste en la “articulación agonística” (Ibid.: 44) de las diferencias, en virtud de la cual ningún actor puede asumir la representación de la totalidad social, ya que la sociedad se caracteriza por su conflictiva naturaleza. Frente a esa conflictividad, no hay posibilidad de reconciliación, sino solamente “formas contingentes de estabilización de los conflictos” (Ibid.: 146).

En ese sentido, en la interpretación que realiza Miralles de la propuesta teórica de Mouffe, resulta fundamental establecer una distinción analítica: en el nivel institucional de la democracia, el consenso es necesario en tanto es lo que permite instaurar esas formas de estabilización del conflicto; pero en el nivel de la “cultura”, lo necesario es el desacuerdo, ya que es la vía de expresión de las diferencias y las contradicciones que nunca dejan de existir. Miralles sitúa a los medios de comunicación en el plano de la cultura, y sostiene que “si bien en la arena política suele ser necesario identificar algunos consensos temporales, en el ámbito de la comunicación –y específicamente en el discurso periodístico- es necesario radicalizar la visibilidad de los disensos y la diversidad sin que ello se entienda como un elemento de disolución de un orden”; y

⁸⁵ La identificación de estas primera y segunda etapas de desarrollo del **periodismo público** colombiano es producto del análisis que se presenta en este trabajo, y está vinculado precisamente a la presencia de dos modos distintos de entender el concepto de democracia.

⁸⁶ Básicamente, los siguientes textos: *La paradoja democrática*, Gedisa, Barcelona (2003); *El retorno de lo político. Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical*, Paidós, Barcelona (1999); *Liberalismo, pluralismo y ciudadanía democrática*, Ensayos IFE, México (1997).

agrega que resulta productivo “retomar de los demócratas radicales su noción de conflicto para incorporarlo a la mirada periodística sobre la realidad” (Ibid.: 167).

3.1. Consensos, disensos y el lugar de los medios de comunicación

La riqueza que Miralles encuentra en los planteos de Mouffe ejerce una decisiva incidencia en sus modos de entender el lugar de los medios y del periodismo en relación a la construcción de consensos y la visibilización de los disensos en las sociedades contemporáneas.

Si bien en los primeros desarrollos del **periodismo público** en Colombia, fue fundamental la idea de que los medios mostrasen la polifonía de voces que existen entre la ciudadanía en torno a temáticas de interés público, el proceso de debate que esos mismos medios debían impulsar y llevar adelante tenía que conducir a la elaboración de ciertos *consensos* que pudiesen incluso ser presentados a las autoridades políticas pertinentes al final del proceso. En efecto, en las distintas experiencias desarrolladas en el marco de **Voces Ciudadanas** se lograron construir, según describe la autora, dos tipos de consensos: en primer lugar, de las operaciones de sondeo y recepción de comentarios a través de las líneas telefónicas surgen las corrientes de opinión que “preestablecen” (Miralles, 2002a: 129) los consensos. Éstos, luego de su ratificación en el proceso de deliberación de las “Conversaciones Ciudadanas”, son presentados en un acto público, donde un “Panel de Ciudadanos” asume la “representación de los puntos de vista de los ciudadanos” (Ibid.: 134). Ese Panel se conforma a partir de la elección del equipo de periodistas, quienes -atendiendo a los niveles de “compromiso” con el proyecto y con el tema, a la “capacidad de argumentar”, y al interés por continuar con esa problemática- eligen a los ciudadanos que integrarán el Panel, entre los participantes de esas “Conversaciones Ciudadanas” (Ibid.).

La “Agenda Ciudadana” representaba entonces los consensos a los que había arribado la ciudadanía luego de un intenso proceso de deliberación. Como afirma Miralles, “en el modelo de Voces Ciudadanas se parte del reconocimiento de las diferencias y en segundo lugar se intenta identificar los consensos. Para dejarlo más claro: el consenso no es punto de partida sino punto de llegada y siempre habrá excepciones” (2009: 50).

Así, el **periodismo público** propuesto por Miralles al inicio de **Voces Ciudadanas** se asienta en una idea de opinión pública que se construye a partir de procesos *deliberativos*, y cuya protagonista es la sociedad civil no organizada. Y lo que se intenta

hacer visible en ese proceso de deliberación es la diversidad cultural de que está constituida la sociedad civil, de sus “identidades urbanas variadas y múltiples” (Miralles, 2002a: 94), por lo que no importa que esa opinión pública sea representativa del conjunto (estadísticamente, como en los sondeos), sino más bien que represente las opiniones de los ciudadanos interesados en los asuntos comunes.

En ese sentido, la deliberación se alimenta de los saberes de la vida cotidiana, los intereses, y las percepciones afectivas de los ciudadanos que participan en ella. Lo que importa en esta etapa es

“cómo la deliberación contribuye a construir la visión pública de los asuntos entre los ciudadanos del común. (...) si hay alguna búsqueda de consenso, está relacionada con la construcción de la agenda ciudadana que será visibilizada en los medios de comunicación y puesta en interlocución con el poder” (Ibid.: 91).

Y el debate público se entiende entonces como

“una figura moderna que acude a la noción de espacio o esfera pública como un ‘lugar’ de intercambio de **argumentos** en los que participan actores muy diversos. Contrario al simple **diálogo** o a la **discusión**, la particularidad del **debate** consiste en que se da el intercambio razonado de argumentos a la vista de todos y por lo tanto una pieza clave son los medios de comunicación y, por supuesto, la construcción de la capacidad discursiva por parte de los actores” (Miralles, 2009: 44. Las negritas son nuestras).

En reflexiones posteriores, en cambio, ciertos conceptos como el de deliberación y diálogo no tienen la misma importancia. En sus textos más recientes, Miralles sostiene la “tesis de que el periodismo debe mostrar y ayudar a construir esas diferencias que existen pero que han sido acalladas”; es decir, mientras “el problema del consenso pertenece al campo de la política”, lo propio “de la comunicación y de un periodismo que merezcan autoerigirse al servicio de la democracia, es mostrar los disensos públicamente” (2011: 15).

Para la autora se ha desarrollado una “tradicción de consenso” en el periodismo (Ibid.: 85), en función de la cual los periodistas entienden que su función en los regímenes democráticos pasa por la “integración social”, y no por la visibilización de la pluralidad que efectivamente caracteriza a la sociedad:

“las investigaciones empíricas sobre las **rutinas profesionales** me permiten pensar que esas prácticas constituyen un factor estructural de consenso. Desde la determinación de lo que es noticia, pasando por las fuentes y por la redacción de la noticia, configuran la

‘normalización’ de la información en una condición paradójica: lo que es noticia es lo que se sale de lo normal, de la rutina, pero se estandariza en el discurso periodístico” (Ibid.: 54. Las negritas son nuestras).

De este modo, lo que se genera es una suerte de “efecto de consenso” (Ibid.: 98) donde éste no es un producto de un proceso de debate público a partir del cual las posiciones de los actores involucrados se han acercado hasta llegar a un acuerdo, sino que la construcción de la realidad que los medios de comunicación producen está atravesada por un conjunto de operaciones que tienden a reducir la complejidad.

La autora intentará poner en evidencia las múltiples formas a través de las cuales, en sus rutinas de producción, los periodistas tienden a excluir ciertos puntos de vista en torno a cada temática, reduciendo significativamente el pluralismo. Lo cual no significa que el conflicto no tenga lugar en la agenda mediática. Al contrario, como hacen los referentes del **public journalism**⁸⁷, Miralles sostiene que los medios habitualmente presentan los temas como parte de una disputa entre dos posiciones extremas, que deja fuera de la luz pública numerosos matices en cuanto al modo de ver la cuestión y en cuanto a los actores involucrados en ella: “El conflicto representa un ángulo noticioso de uso común en el periodismo, mientras que las diferencias de naturaleza política, económica y cultural escapan de un modo u otro a esa mirada periodística” (Ibid.: 99).

Así, Miralles asume el conflicto como constitutivo de la democracia, y no como una amenaza, que es lo que ocurre en la tradición del periodismo, según la autora. En virtud de ello, propone desarrollar un “periodismo democrático radical”, que

“descargado de la necesidad de la arena política de buscar el consenso, (...) se convertiría en un interminable foro de voces diferentes, derrotaría el concepto medieval de la verdad y la entendería como una construcción social y, al exhibir las diferentes voces, nunca tendría la pretensión de buscar acuerdos entre ellas ni invocar una idea de orden basado en un supuesto fundamento de la sociedad” (Ibid.: 197).

3.2. El modelo bipolar vs. polifonía y pluralismo

Esa caracterización del conflicto le lleva a Miralles a cuestionar el precepto de las “dos campanas” o, como ella llama, “el modelo bipolar de la información” (2002a: 26), propio del periodismo tradicional. Según éste, consultar y mostrar dos fuentes que

⁸⁷ Ver Capítulo II.

expresan opiniones o posiciones opuestas sobre un tema es el modo adecuado de equilibrar la información para no tomar partido, y sostener el criterio de objetividad.

Al igual que los referentes del **public journalism**⁸⁸, Miralles cuestiona seriamente la idea de que los procesos sociales puedan representarse y comprenderse en esa clave: al limitarse “a trabajar con las oposiciones de tipo binario en las que se basa el concepto de objetividad”, los periodistas tienden a legitimar “el conflicto expresado en dos posiciones contradictorias” (Miralles, 2011: 99). Pero, más grave aún es que este modo de producir y presentar la información deja afuera a la mayoría de los ciudadanos que no han tomado partido por ninguna de las posiciones extremas:

“La ley de los contrarios le pide al periodista que entreviste a la parte y a la contraparte, y entonces la objetividad resultaría -¡cosa extraña!- de la bipolaridad y no de la proximidad a la realidad con todos sus matices. Por este juego de los dos extremos, la ciudadanía no encuentra sus propias interpretaciones reflejadas allí” (Miralles, 2002a: 26).

El modelo bipolar también habla de los significativos recortes que los periodistas hacen en relación a quienes pueden ser considerados actores de los acontecimientos y de la información. Por eso, frente a ese modelo, el **periodismo público** propone reconocer nuevos y diversos actores como participantes en el proceso de construcción de sentido de la vida de una ciudad. Ello permite comprender más acabadamente la dinámica social y atender a la **polifonía** de voces que existen en relación a esos sentidos y a las problemáticas que atraviesan la vida urbana (Miralles, 2009: 81).

El concepto de polifonía resulta fundamental en las primeras reflexiones de Miralles -y en las primeras experiencias de **periodismo público** impulsadas desde **Voces Ciudadanas-**, y posibilita el reconocimiento no sólo de la diversidad de actores, sino también de la diversidad de códigos y lenguajes con los cuales la ciudadanía se expresa (Miralles, 2002a: 109). El proyecto “¡Vive el centro!”, realizado en 1998, es un ejemplo de cómo se entiende a la polifonía: el primer paso fue identificar a los actores que podían tener una opinión -y estar interesados en expresarla públicamente- acerca de cómo recuperar y replantear el uso del espacio público en el centro de la ciudad; luego, la tarea fue encontrar los matices dentro de cada grupo. Así fue como, entre los ciudadanos que trabajaban en el centro se destacaron miradas distintas: la del profesional, la del chofer de colectivo, la del “mendigo”, etc.

⁸⁸ Ver Capítulo II.

Así, lo que se propone básicamente desde esta perspectiva es constituir a los actores involucrados más o menos directamente en una temática en fuentes periodísticas, atendiendo al punto de vista específico que cada uno tiene, a veces en confrontación y otras en acuerdo con otros actores; es decir, se intenta destacar y partir de la mirada de todos los ciudadanos comprometidos con el tema (Miralles, 2009: 87).

Con el desplazamiento del modelo bipolar a la polifonía, Miralles afirma que necesariamente cambian también los enfoques, el estilo y la estructura periodísticos (Miralles, 2002a: 102-103). Se reemplaza el estilo expositivo e impersonal de la noticia por un estilo menos distanciado y más interpelativo:

“La interlocución marca una nueva forma de narrativa periodística, puesto que la forma tradicional es unidireccional y normalmente le cuenta a los ciudadanos lo que ya pasó, es decir, es una invitación a que no hagan nada porque los hechos ya sucedieron. A lo sumo pueden tener alguna reacción, pero el tiempo predominante es el pasado. El tiempo de la interlocución es el presente” (Miralles, 2009: 87).

Además, se procura destacar la “dimensión pública”, es decir, vinculada al interés común, de los problemas o temas que se abordan desde los medios (Miralles, 2002a: 96).

En textos más recientes, la autora lleva más lejos este planteo y propone trabajar desde la idea de *pluralismo*, visibilizando los disensos. Ya no se trata sólo de mostrar distintas voces –como con el concepto de polifonía-, sino de afirmar la disputa política como articuladora del escenario social; ya no se trata sólo de diferencias, sino de profundos disensos que deben poder “tramitarse” democráticamente. De esta manera, sostiene Miralles, se restituye “el sentido de la política y de lo político en el periodismo” (2011: 175).

4. Públicos, ciudadanos, audiencias

Como hemos visto en apartados anteriores, el pluralismo del que los medios de comunicación deben dar cuenta está anclado en la idea -compartida con el **public journalism**- de que los periodistas deben *visibilizar los puntos de vista de la ciudadanía*.

En términos de sus críticas al periodismo tradicional, Miralles señala dos cuestiones que resultan significativas. Por un lado, los medios de comunicación conciben al ciudadano como un mero consumidor de información y “no como un interlocutor” (Miralles, 2009: 46). Por otro, los ciudadanos nunca aparecen en las representaciones mediáticas como sujetos portadores de una mirada y discurso propios sobre los acontecimientos, sino que en general son contruidos como víctimas: “Ese testigo de excepción que es el ciudadano hace su aparición en los medios de comunicación como un ser impotente, desvalido que lo ha perdido todo incluso la capacidad de tener un discurso sobre el tema” (Ibid.: 26)

Según Miralles, el periodismo tradicional construye su discurso a partir de los hechos que ocurren en la realidad social, y en la medida en que los ciudadanos no producen hechos sino que generalmente los padecen, no se constituyen en actores. Para la autora, los “efectos de esta práctica son mucho más profundos que simplemente un acto de exclusión del espacio mediático. Constituye, en el fondo, un acto de exclusión política. (...) Para el sector político es más fácil manejar a la **masa** que a la ciudadanía, porque lo propio de la **ciudadanía** es pensar y expresarse” (Ibid.: 36. Las negritas son nuestras).

Así, más allá de que los periodistas sostengan que su trabajo está al servicio de los ciudadanos, en la práctica contribuyen a una desactivación que resulta funcional a diferentes intereses políticos y económicos. Lo más grave es que los ciudadanos terminan por incorporar esa mirada de sujetos impotentes sobre sí mismos, asumiéndola finalmente como una suerte de autopercepción (Ibid.).

En contra de esta práctica el **periodismo público** se propone “empoderar” al ciudadano, visibilizándolo, posicionándolo como actor, y recuperando su mirada específica, para garantizar así la polifonía de voces sobre los temas de agenda (Ibid.: 77). La elaboración de una “Agenda Ciudadana” como resultado del proceso deliberativo es la expresión de este modo de concebir al periodismo en relación a la ciudadanía. En las experiencias realizadas en el marco de **Voces Ciudadanas** este empoderamiento implica desplazar a los ciudadanos del lugar de víctimas en el que han sido posicionados por el Estado y por los medios de comunicación, como ocurrió con “Por la reconstrucción de Armenia”; pero también implica que puedan hacer escuchar sus voces en los momentos en los que se pretende invisibilizarlas porque incomodan o entorpecen los planes de actores con mayor poder, como ocurrió en el caso del proyecto “Parquímetros”.

El **periodismo público** intenta romper con los mitos a partir de los cuales se ha concebido históricamente al ciudadano, tanto en la política como en el periodismo: por

una parte, la concepción del ciudadano como un sujeto apático, desinteresado, ignorante; por otra, la concepción moderna del ciudadano como un individuo racional, bien informado, involucrado en los asuntos públicos (Miralles, 2002a: 25). En esta perspectiva, se intenta entender al ciudadano “tal como es”, atendiendo a lo que piensa y siente por sí mismo (Ibid.: 25).

La ciudadanía alude aquí a la sociedad civil no organizada, es decir al “ciudadano del común” o “ciudadano de a pie” que, según Miralles (2002a, 2009) es el más invisibilizado en la esfera mediática. Si tradicionalmente la opinión pública era en realidad la opinión de una elite ilustrada, a partir del siglo XX “se diluyó como una **masa espectadora y consumidora de información**” (Miralles, 2009: 44. Las negritas son nuestras). Por lo tanto, en el **periodismo público** se propone la “inclusión, por primera vez en la historia de la opinión pública, del ciudadano del común como protagonista de los debates”; es decir, el propósito “central de la deliberación y del debate público es incluir al ciudadano del común como un actor fundamental de la construcción de lo público democrático” (Ibid.). Es en este sentido que, como ya ha sido señalado, Miralles evalúa negativamente la experiencia “Voces Ciudadanas por la Seguridad y la Convivencia”, en la que las ONGs que participaban del proyecto organizaron los “foros deliberativos” convocando a líderes y dirigentes sociales, lo que generó que las miradas y posiciones expresadas en el debate resultaran –en la mirada de la autora- poco productivas por defender ciertos intereses “particulares” o no ser innovadoras.

Al igual que la perspectiva norteamericana⁸⁹, el **periodismo público** colombiano plantea que la sola provisión de información no es suficiente para que los ciudadanos actúen como tales, sino que los medios deben promover su involucramiento. Pero además, para Miralles, se trata de “hacer más viable la democracia en las sociedades masivas, al poner los medios a disposición del diálogo público manejando una compleja relación entre tres agendas: la de los políticos, la de los medios y la de la ciudadanía” (1998: 65).

Lo que articula todo el planteo es un concepto de *opinión pública* que, según la autora, se caracteriza por su elaboración a partir de las reglas del sistema democrático, y con la participación activa y creativa de los ciudadanos, lo cual marca la diferencia en relación al modo en que pretende construir opinión pública el periodismo tradicional:

⁸⁹ Ver Capítulo II.

“La formación de opinión pública como un proyecto político dinámico y no como un resultado contingente de la información, es una de las ideas centrales del periodismo cívico en su intento por establecer conexiones reales entre periodismo y democracia. Esto, que no es otra cosa que fortalecer el sentido de lo público, lo hace con un ingrediente particular: el ciudadano” (Ibid.: 62).

Ahora bien, ¿cómo se entiende la participación de la ciudadanía? Esta perspectiva propone su participación “directa”. Como se ha ido indicando, los ciudadanos son consultados mediante sondeos de preguntas abiertas; a través de la apertura de líneas telefónicas a las que pueden llamar para formular comentarios; a través de la integración a las Conversaciones y Paneles Ciudadanos (Miralles, 2002a: 120-134). Se trata de “dar voz pública a la ciudadanía”, abrir un espacio en los medios que permita que esa voz pueda expresarse ante el poder (Miralles, 1998: 63).

Pero, a la vez, como ocurre con la perspectiva norteamericana, el **periodismo público** colombiano plantea la necesidad de transformar la estrategia de cobertura de los medios, para que *los ciudadanos sean narrados* en ellos de otra manera: “Narrar desde el punto de vista de la ciudadanía implica un cambio incluso en la estrategia de la noticia, en la cual ahora el ciudadano es el que produce el hecho y no los políticos en el poder o en la empresa privada” (Miralles, 2009: 86). *Starting where the citizens starts* es la expresión utilizada en el **public journalism** (Rosen, 1996, 1997, 1999) para plantear esta misma idea.

Así, el periodismo se plantea para Miralles como una “mediación” de “interlocución” (Miralles, 2002a: 101), en función de la cual se parte de la mirada de la ciudadanía, pero también los ciudadanos se constituyen en un actor con voz propia que entra en debate con los discursos de otros actores presentes en lo público.

La ciudadanía remite, entonces, a la participación en procesos deliberativos, no a otro tipo de acciones políticas. El **periodismo público** no se propone avanzar en una “indebida” promoción del activismo ciudadano:

“la diferencia mayor con el **periodismo público** de los Estados Unidos -del cual empezó Voces siendo una copia- [es que] no llega a convertir a los ciudadanos en activistas ni a eximir al Estado de sus obligaciones en la gestión pública de los bienes colectivos. El ciudadano participativo lo es en su calidad de **sujeto deliberante**” (Ibid.: 129. Las negritas son nuestras).

Lo que se destaca del modo en que se concibe a la ciudadanía en esta perspectiva es precisamente es que se focaliza en sujetos individuales, no colectivos: “la verdad es que uno de los asuntos que me ha resultado más apasionante en la práctica del **periodismo público** es el reto de pensar la sociedad civil desde los ciudadanos de a pie” (Ibid.: 14). Y Miralles afirma que, aunque ha recibido muchas críticas de quienes “consideran que la sociedad civil es el lugar de las organizaciones y que nada puede quedar de una participación ciudadana que no esté articulada institucionalmente”, el involucramiento en procesos de deliberación pública es ya una forma de participación ciudadana significativa, y las experiencias de **Voces Ciudadanas** en Colombia son una evidencia de ello (Ibid.).

4.1. En torno al concepto de lo público y los públicos

Aunque la noción de opinión pública resulta central en el planteo de Miralles, el concepto de lo *público* es utilizado con diferentes acepciones, no sólo de una obra a otra, sino también dentro de una misma obra, sea un libro o un artículo.

En principio la autora recupera el trabajo de Nora Rabotnikof⁹⁰ para afirmar que lo público remite a lo visible, lo accesible y lo colectivo. Estas tres dimensiones son planteadas por Miralles en virtud de conceptualizaciones tradicionales, pero añadiendo ciertas consideraciones que resultan productivas para la propuesta del **periodismo público**: en primer lugar, lo visible alude a la visibilización tanto de las decisiones del poder, como de nuevas voces en el debate público; en segundo lugar, la idea de acceso refiere a los contenidos que difunden los medios, pero también a la posibilidad de que nuevos actores accedan a los procesos de debate público; finalmente, lo público remite a lo colectivo, constituido por lo que resulta de interés común (Miralles, 2000: 46-47).

Estas tres dimensiones contribuyen a construir una mirada sobre la esfera pública basada en la posibilidad de promover la amplia participación de la ciudadanía en los debates de agenda. Como señala Miralles, se plantea “una esfera pública concebida como el espacio de lo común, de lo compartido y los medios de comunicación como escenarios para el debate de los asuntos de interés colectivo” (2002a: 54).

En ese sentido, lo público alude fundamentalmente a grupos reunidos en procesos deliberativos en torno a asuntos de interés común:

⁹⁰ Rabotnikof, N. (1993): “Lo público y sus problemas: notas para una reconsideración”. En Revista Internacional de Filosofía Política, N° 2, Madrid.

“Los ciudadanos interesados en el debate se ponen en contacto con el proyecto a partir de las preguntas que aparecen en los medios de comunicación y una vez conectados se inicia el proceso de su **conversión de audiencias en públicos**. La característica de los públicos consiste en que son grupos interesados en la discusión de un asunto y están dispuestos al debate mediante argumentos” (Miralles, 2009: 49. Las negritas son nuestras).

En este caso, el concepto de públicos se asienta –según la propia Miralles explicita- en la noción de ***públicos en competencia***, desarrollada por Nancy Fraser⁹¹ a partir de su crítica al modelo de publicidad burguesa habermasiano. La noción de públicos que trabaja Fraser remite predominantemente a la cuestión de los actores que participan del debate y a sus posiciones en las relaciones de subordinación cultural, económica y política en una sociedad determinada. Una de sus críticas al modelo habermasiano se vincula a la definición de un único ámbito público como espacio para la racionalización y deliberación de los asuntos comunes. Para la autora norteamericana,

“(…) los miembros de grupos sociales subordinados –mujeres, trabajadores, personas de color, gays y lesbianas- han encontrado ventajoso constituir públicos alternativos. Propongo llamarlos contra-públicos subalternos para así poder señalar que son terrenos discursivos paralelos en donde los miembros de los grupos sociales subordinados inventan y hacen circular contradiscursos que, al mismo tiempo, les permiten formular interpretaciones de oposición acerca de sus identidades, intereses y necesidades” (Fraser, 1993: 40-41).

La conceptualización de Fraser reelaborada en la perspectiva de Miralles permite plantear la constitución de públicos en términos de un proceso de involucramiento de las audiencias –cada consumidor en particular, para ser más precisos- en deliberaciones sobre asuntos que resulten de su interés. Como Miralles señala, “crear **ciudadanos que en calidad de públicos** asuman un más significativo perfil en la vida pública, es justamente lo que el periodismo cívico pretende hacer”, y aclara que los públicos son “entendidos no como audiencias, espectadores o cifras estadísticas de consumo de

⁹¹ Ver: “Repensar el ámbito público: una contribución a la crítica de la democracia realmente existente”. En *Debate Feminista* Año 4, Vol. 7, México (1993); “Pensando de nuevo la esfera pública”. En Fraser, Nancy: *Iustitia Interrupta. Reflexiones críticas desde la posición postsocialista*, Siglo del Hombre Editores, Bogotá (1997).

medios, sino como grupos de personas que comparten temas y deliberan sobre ellos”⁹² (1998: 63. Las negritas son nuestras).

Pero la autora colombiana también establece una diferencia con el concepto de Fraser: la identidad no es el criterio único ni central en la constitución de los públicos; más bien éstos se organizan a partir de las posiciones asumidas por los sujetos frente a un tema: “el criterio que marca la configuración de los públicos es el de las posiciones argumentativas asumidas con respecto a los asuntos de discusión” (2000: 172). De alguna manera, se identifica así el concepto de *contra-públicos* de Fraser con las denominadas “Conversaciones Ciudadanas” en los proyectos de **periodismo público** colombiano. Por lo tanto, en esta perspectiva, la opinión pública se construye precisamente como resultado del proceso de constitución de *públicos*, a partir de la participación ciudadana en espacios comunes de debate.

En cuanto a su relación con los medios de comunicación, aunque no trabaja la cuestión en profundidad, Miralles distingue tres “capas” de la “opinión pública”: “el público general, el público atento (que sigue los debates) y el público activo (que toma parte en los debates)” (2009: 55). A su vez, dentro del público activo distingue dos tipos de sujetos: “el ciudadano del común que se involucra por la convocatoria amplia y los afectados-interesados, que son las personas o grupos interesados o afectados por los temas en discusión” (Ibid.: 55). Estos “públicos activos” constituyen precisamente el tipo de público que esta propuesta aspira construir: grupos de personas comprometidas en espacios específicos de debate en torno a asuntos de interés común.

Lo que corresponde al periodismo, en ese marco, es aportar a la capacidad de expresión y de interlocución de esos públicos:

“El papel del periodismo debe ser activo para estimular las interpretaciones de diversos sectores. Es necesario enfatizar que no se trata de un trabajo regular de ‘cobertura’ sino de desarrollar unas prácticas periodísticas que permitan a los públicos y contra-públicos forjar sus discursos y ponerlos en circulación en los medios de comunicación. Esto tiene que ver con la habilidad de los medios para contribuir a forjar las capacidades discursivas de los diferentes actores” (Miralles, 2011: 200).

Así, el ejercicio de la condición ciudadana depende en buena medida de la constitución de *públicos deliberativos*, y a la vez se agota allí. Es decir, si bien la categoría de

⁹² Cabe destacar que esta última aclaración es planteada por la autora en una nota al pie, y no en el cuerpo del texto del artículo citado.

ciudadanía con la que trabaja esta perspectiva focaliza en los sujetos individuales, vale aclarar que como tal la ciudadanía se desarrolla en la participación en espacios deliberativos, por lo que depende de procesos colectivos en ese punto. Sostiene Miralles: “la condición de ciudadanía se logra haciendo algo mucho más allá que reconociéndose como sujetos de deberes y derechos, haciéndose partícipes de los debates sobre los grandes temas que definen el perfil de nuestras sociedades” (2009: 45). Por otro lado, la condición ciudadana no implica más que este tipo de involucramiento. Como se desprende de las experiencias relatadas por la autora, muchas veces las propuestas elaboradas por los ciudadanos participantes no han sido aplicadas por los funcionarios estatales correspondientes; sin embargo, el éxito de estos proyectos se define simplemente en la realización de las Conversaciones Ciudadanas y en la elaboración de la Agenda Ciudadana, tal como indica Miralles en relación por ejemplo a “Voces Ciudadanas por la Seguridad y la Convivencia”.

5. Periodismo y derechos: libertad de expresión vs. libertad de empresa

Como es posible observar a partir del análisis ya realizado, en esta propuesta la noción de ciudadanía no es una categoría que, en términos generales, se asocia al discurso de los *derechos*. Solamente en uno de sus textos, la autora plantea que el **periodismo público** debe incluir entre sus objetivos la realización plena de los derechos de los ciudadanos (2009: 98). Y sostiene que las agendas y representaciones que construyen los medios deben ser respetuosos de y promover los derechos ciudadanos; y a la vez, que los medios deben facilitar el ejercicio de ciertos derechos como el acceso a información relevante y a la visibilización de la mirada de la ciudadanía en torno a los problemas que la afectan, de manera que las autoridades se vean interpeladas por esa mirada (Ibid.: 97-99).

En ese sentido, Miralles ha afirmado a lo largo de todo su trabajo –y esto ha sido también el origen de las experiencias de **Voces Ciudadanas**- el valor fundamental de la información para la democracia, una idea que constituye a la vez el pilar de la doctrina liberal de la prensa y que la autora tanto cuestiona.

Es que si bien el modelo del periodismo liberal permitió originalmente dar respuesta a las demandas vinculadas a la libertad de pensamiento y de opinión –sacando los asuntos públicos de los palacios para constituir ámbitos de uso público de la razón-, a partir de

la segunda mitad del siglo XX el panorama es completamente distinto, y las amenazas a esas libertades provienen no tanto del poder de los gobernantes, sino más bien “del poder económico y de los propios compromisos ideológicos de los medios” (Miralles, 2010: 6). En ese marco, para Miralles hoy es precisamente el modelo liberal el que “podría estar obstaculizando la existencia de una verdadera esfera pública a partir de unos modelos informativos que no contribuyen a potenciar la capacidad deliberativa de los ciudadanos” (Ibid.: 25).

La dicotomía fundamental se presenta, según la autora, entre el sistema de propiedad de los medios –privado y altamente concentrado- y el servicio público que se supone que deben prestar. Como resultado, se produce una situación de

“monopolio de la palabra que el liberalismo informativo pretendía evitar, hasta llegar incluso a cuestionar si aún es posible hablar de pluralismo y a la necesidad de establecer qué voces están excluidas del circuito informativo en un panorama general de homogeneización de los contenidos” (Miralles, 2000: 34).

Es decir, lo que se produce en el contexto actual es una suerte de contradicción entre la *libertad de prensa* y la *libertad de empresa*, en la medida en que tienden a confundirse, y a que ésta última ha tomado supremacía sobre la primera. Según Miralles, en el corazón de la propia doctrina liberal se encuentra ya presente esta contradicción, aunque las transformaciones en el contexto constituyen un elemento central para comprender las enormes limitaciones que esos principios tienen para las sociedades actuales (2011: 95).

En sus desarrollos iniciales la prensa se convirtió en una condición clave del régimen democrático, en función de que facilitaba el funcionamiento de tres aspectos: el sufragio, la publicidad y la vigilancia del poder público (Ibid.: 87). En su enfrentamiento con la sociedad “tradicional”, la prensa afirmó su libertad a partir de la articulación de, por un lado la libertad de publicación, y por otro la libertad de empresa. En ese sentido, de algún modo se confió al mercado –y a la idea de la libre competencia- la capacidad de garantizar la búsqueda de la verdad y el acceso de los ciudadanos a información relevante y veraz (Ibid.: 95).

Con las transformaciones estructurales que tuvieron lugar en relación al sistema de medios, lo que se produjo fue un “crecimiento imparable” del protagonismo social y cultural de los medios de comunicación masivos, y una reconfiguración de su papel en relación al ámbito político, ya que la “industria mediática ocupa un lugar destacado en

el campo del ocio” (Ibid.: 87). En ese sentido, la “marcada despolitización (aunque no desideologización) ha sido uno de los rasgos centrales del desarrollo de los medios en el siglo XX” (Ibid.).

Pero además de los cambios vinculados al contexto social, político, económico y tecnológico (Miralles, 2008b: 62), la autora reconoce dos problemas adicionales en la doctrina liberal: por una parte, la concepción de los medios como “inocentes” transmisores de información “entre la sociedad y el poder político” (Miralles, 2011: 94).; por otra, la diversas maneras en las que el propio mercado puede restringir la libertad de prensa, y las tensiones que se producen entre “la libertad de los propietarios e inversores y la libertad de los ciudadanos para recibir y enviar información” (Ibid.: 95).

Es entonces la misma doctrina liberal de la prensa la que ha permitido –bajo el principio de que cualquier intervención estatal implicaba censura- el proceso de enorme concentración de la propiedad y los *abusos* de los medios de comunicación. En virtud de ello, para la autora, cabría preguntarse desde la perspectiva de la ciudadanía, “no como se hacía antes, quién defiende a los medios del poder político que ejerce censura, sino quién defiende a los ciudadanos del poder de los medios” (Ibid.: 88).

En la experiencia de **periodismo público** realizada en 1999 en la ciudad de Armenia – “Voces Ciudadanas por la Reconstrucción”- Miralles da cuenta de las dificultades encontradas para el desarrollo del proyecto en el marco de un sistema local de medios y una cultura profesional altamente condicionada por la “política tradicional” y la pauta publicitaria (2007: 11).

5.1. Libertad de prensa y los sujetos del derecho

La discusión que Miralles plantea en relación al modo en que deben entenderse la libertad de prensa y la libertad de empresa abre una reflexión, muy acotada en sus textos, respecto a quiénes deben considerarse entonces los titulares de los derechos en el ámbito de los medios y la palabra pública. En ese sentido, desde el punto de vista de la autora, la libertad de prensa confundida con la libertad de empresa ha favorecido históricamente a los propietarios de los medios de comunicación, y se ha vuelto contra la democracia “por la vía” de los monopolios (Miralles, 2011: 97).

Pero ¿de qué modo se vincula la libertad de prensa con los periodistas por un lado, y con los ciudadanos por el otro? ¿a qué actores corresponde la libertad que se pretende promover y proteger?

Al respecto, Miralles sostiene que la autonomía en el trabajo profesional de los periodistas y editores sigue siendo un principio valioso a defender, aunque los mecanismos de *autorregulación* se han mostrado muy insuficientes “a la hora de pensar los problemas generados por las omisiones, los mecanismos de selección de las informaciones y por la subrepresentación de diversos sectores excluidos del discurso de los medios” (Ibid.: 97).

En cuanto a la ciudadanía, la autora propone pensar esa libertad en clave de derecho a la comunicación, y afirma que “en las sociedades contemporáneas es el ciudadano, más allá de los medios de comunicación, el que debe constituirse en el eje fundamental de la libertad de expresión” (Miralles, 2008b: 64). En términos concretos, esto implica:

“La atención a la diversidad de concepciones de la vida buena, a las diferentes identidades que aparecen como formas de posicionarse en el espacio público los grupos subalternos, las diversas esferas públicas, parecerían ser las bases de un modelo de información que sea capaz de permitir la representación mediática de esas diferencias y de esas contradicciones” (Miralles, 2011: 97).

Un modelo de este tipo podría entenderse como “más democrático que uno que se base en los intereses de los propietarios o en la defensa de la profesión” (Ibid.: 97).

Por otro lado, la información debe ser pensada para promover la participación ciudadana, en tanto pueda convertirse en un verdadero insumo para los procesos deliberativos. Para que ello sea posible, lo que hace falta repensar son los criterios con los cuales se selecciona y presenta la información, ya que la abundancia de ésta no implica por sí misma un fortalecimiento de la vida democrática: “Es paradójico que en la época en que hay más información disponible, esté más en cuestión el tipo de calidad de vida pública y de ciudadano que tenemos” (Miralles, 1998: 62). Planteada de este modo, “la información cambia desde sus objetivos, sus protagonistas y sus formas narrativas” (Miralles, 2002a: 34). Es en esa clave que debe comprenderse a los medios de comunicación como un servicio público.

Sin embargo, en las sociedades actuales se presentan numerosas amenazas a la libertad de expresión y al acceso a información relevante, que es preciso identificar y analizar. Según la autora, esas amenazas son:

- Las estrategias de comunicación-propaganda de los gobiernos, que implican la adopción de lógicas de la comunicación empresarial aplicadas al sector público. A lo que éstas tienden no es al establecimiento de una comunicación pública democrática entre gobernantes y gobernados, sino a la cooptación (Miralles, 2008b: 65-66).
- La manipulación de las agendas, que hace que los intereses sectoriales se asuman como interés público, en función de la acción de grupos dedicados al *lobbying* y los portavoces de los gobiernos (Ibid.: 67).
- El fuerte oficialismo de los medios, que se expresa en la consulta habitual y casi exclusiva a las fuentes oficiales (Ibid.: 66-67).
- La autocensura de los periodistas, en función de adecuarse a los intereses que defiende la empresa en la que trabajan y que, por lo tanto, consideran sus propios intereses (Ibid.: 66).
- La censura empresarial, vinculada a la alianza estructural entre los medios y ciertos intereses económicos muy poderosos (Ibid.: 67-68).
- El asesinato y las agresiones físicas a periodistas en el marco del ejercicio de su profesión, cometidas por agentes del Estado o actores al margen de la ley (Ibid.: 68).
- La acción de empresarios y políticos corruptos que impiden la publicación de investigaciones e informaciones periodísticas a partir de recursos legales interpuestos ante la Justicia (Ibid.: 68-69).

Todas estas amenazas dan cuenta de los enormes desafíos que se mantienen en relación a la posibilidad de un pleno ejercicio de los derechos vinculados a la libertad de prensa y de expresión.

6. Medios y periodistas: una crítica al objetivismo

El proceso a través del cual el periodismo fue tomando paulatinamente la forma de una profesión autónoma, con sus pautas culturales propias, está asociado al proceso a partir del cual se fue configurando un nuevo modelo de producción en la prensa, constituyéndose en un novedoso producto comercial:

“se armaron esquemas que presumiblemente organizaban la cadena productiva para que respondiera a las exigencias de eficiencia y eficacia propias de la economía de mercado.

Con ello no solamente apareció la figura del reportero sino que se configuraron las salas de redacción, como hoy las conocemos, lugares en los que se realiza el trabajo periodístico” (Tobón Vallejo, 2000: 147).

Ese proceso de institucionalización profesional del periodismo fue estableciendo ciertos principios en la práctica profesional que se mantienen hasta hoy, y que han generado una “brecha” entre el mundo de los periodistas y el de los ciudadanos (Miralles, 2002a: 12). Unos principios en cuyas críticas se sustenta precisamente la propuesta del **periodismo público** en su desarrollo colombiano.

Para Miralles el lugar de los medios de comunicación es central en dos sentidos: por una parte, por el nivel de penetración en términos del consumo; por otra, por el modo en que inciden en la construcción de representaciones sobre la realidad social. Según ella afirma,

“la mayor parte de los eventos que relatan los medios de comunicación están fuera del alcance de la experiencia social directa de lectores, televidentes, oyentes e internautas; lo cual hace que los medios tengan una influencia tan marcada a la hora de configurar sus imaginarios acerca de esas realidades que no pueden presenciar de forma directa” (Miralles, 2009: 17).

Los medios *construyen* la realidad a partir de una serie de operaciones que incluyen la definición de agenda (selección de los temas que son considerados *noticiales*); la publicación de ciertos “datos” y de los “enfoques” para su interpretación; la selección de determinadas fuentes en el proceso de producción de la noticia. De este modo, se generan marcos interpretativos a partir de los cuales, las “audiencias” comprenden lo que ocurre:

“Llámesse enfoque, encuadre, punto de vista, lo cierto es que las **rutinas periodísticas** marcan un ángulo de visión para narrar la realidad y nombrarla de determinada manera. (...) al contrario de lo que comúnmente se cree, esto es, que la incidencia de las noticias se refiere a los datos que transmiten a sus audiencias, lo que realmente se transfiere es un modo de lectura de la realidad” (Ibid.: 20. Las negritas son nuestras).

En ese marco, se cuestiona del periodismo tradicional la utilización de géneros que tienden a simplificar, reducir y uniformizar la información; la ausencia de prospectiva en el tratamiento de ésta; la repetición de fuentes y la preferencia por las fuentes oficiales; los relatos predominantemente sensacionalistas de los temas; la representación

de los ciudadanos como víctimas y no como protagonistas de los acontecimientos en la mayoría de los casos, etc. (Ibid.).

La práctica periodística no consiste en una actividad atravesada centralmente por la espontaneidad y lo inesperado, sino que se trata de un trabajo fuertemente institucionalizado. En ese sentido, el sólido arraigo que las rutinas periodísticas tienen en las salas de redacción hace que la práctica habitual consista en encajar los acontecimientos en esquemas y formatos preexistentes. De lo que se trata, entonces, no es de reflejar la realidad sino de “domesticarla” (Ibid.: 19).

Según Miralles, las operaciones que los periodistas llevan a cabo cada día en su trabajo implican una suerte de estandarización de los hechos y acontecimientos de la realidad: “desde la determinación de lo que es noticia, pasando por las fuentes y por la redacción de la noticia configuran la ‘**normalización de la información**’ en una condición paradójica: lo que es noticia es lo que se sale de lo normal, de la rutina, pero se estandariza en el discurso periodístico” (2011: 54. Las negritas son nuestras).

Estas operaciones, que representan una absoluta reducción de la complejidad de la realidad social, una “simplificación estructural” (Ibid.: 100), son básicamente el resultado de la *objetividad* periodística, un valor que se ha consagrado en la cultura profesional y aún hoy muchos periodistas sostienen.

Desde el **periodismo público** se cuestiona, entonces, que mientras los periodistas suponen que pasar la información por el tamiz de sus controles y esquemas de procesamiento permite ofrecer a los lectores y audiencias información objetiva y veraz, ello no hace más que encorsetar y homogeneizar el devenir de lo real en función de reglas y dinámicas que son propias del campo periodístico profesional, y que por lo tanto pueden considerarse arbitrarios.

Para Miralles, distintas investigaciones⁹³ muestran que hay varias razones para poner seriamente en cuestión el concepto de objetividad. Algunas de ellas son: “las rutinas para seleccionar, recoger y procesar la información, las actitudes de los periodistas y sus procesos de socialización, las presiones institucionales y sociales y las estrategias del poder para mantener la hegemonía ideológica” (Ibid.: 103).

El esquema de la *pirámide invertida* y de las “**seis w**” se han constituido en un ritual que representa la “columna dorsal de la doctrina liberal de la información” (Santana Rodríguez, 2000: 12), y la principal herramienta de la supuesta objetividad, es decir, el

⁹³ Entre los estudios más citados por Ana María Miralles (2009, 2011) se encuentran: McQuail, D. (1998); Martín Serrano, M. (1986); Charaudeau, P. (2003); Champagne, P. (1998).

escudo detrás del cual los periodistas siguen afirmando que su labor es buscar la “verdad” (Miralles, 2011: 37).

Un buen ejemplo de lo que propone el periodismo público frente a estas operaciones de estandarización lo constituye la experiencia “Voces Ciudadanas ¡Usted Decide!”, realizada en relación a procesos electorales en las ciudades de Medellín y Cali en el año 2000. Este proyecto, muy similar a varios de los desarrollados en los Estados Unidos, pretendió justamente romper con la lógica tradicional de cobertura periodística de procesos electorales, para centrarse en las necesidades y problemáticas de la ciudadanía, es decir, en la agenda que los ciudadanos.

6.1. En torno a la construcción de la agenda

Desde el **periodismo público** se entiende que la misma reducción que el periodismo tradicional realiza en el reconocimiento de la diversidad de actores que efectivamente son alcanzados por una problemática o tienen una mirada sobre ella que merece expresarse en el espacio público, se lleva a cabo también en el proceso de construcción de la *agenda* mediática.

Tomando las reflexiones de Dominique Wolton⁹⁴, Miralles plantea que el repertorio y la jerarquización de los temas que constituyen la esfera pública es el resultado de una suerte de negociación entre las agendas de tres actores: los políticos, los periodistas y el público. Cada uno de estos actores cuenta con distintos niveles de legitimidad, y por esa razón en la negociación tienden a prevalecer los periodistas y los políticos –que según la autora son quienes manejan la “agenda pública”⁹⁵-. La verdadera disputa respecto a la agenda es la que se produce entre ellos (Miralles, 2009: 104).

En el caso de los políticos, los criterios de construcción de la agenda están fuertemente atravesados por sus intereses sectoriales o electorales (Ibid.: 104). En el caso de los periodistas, los *criterios de noticiabilidad* tienen un carácter seriamente restrictivo en relación a la multiplicidad de acontecimientos que se producen en la vida social. Miralles identifica dos características propias de la agenda mediática: por un lado, un sistema autorreferencial que, como ya ha sido señalado, tiende a normalizar y estandarizar la información en virtud de pautas establecidas en la cultura profesional. Por otro lado, esas pautas tienden a compartirse en el sistema de medios en general, por

⁹⁴ Wolton, D. (1992): “Los medios, eslabón débil de la política”. En Ferry, Jean Marc; Wolton, Dominique, y otros.: *El nuevo espacio público*, Gedisa, Barcelona.

⁹⁵ Es decir, en este caso **público** coincide con *estatal*.

lo cual “hay coincidencias en los grandes temas y en los cotidianos y existen márgenes bajos para la producción de agendas propias” (Miralles, 2011: 109).

El carácter restringido de la agenda se vincula también a la concentración en las *fuentes* consideradas oficiales desde el campo periodístico, esto es, los funcionarios del Estado, los expertos y académicos, y las agencias de noticias. La preferencia de los periodistas por este tipo de fuentes está motivada, según Miralles, en que provienen de instituciones con una alta credibilidad y legitimidad (Ibid.: 133). De esta manera, se produce una

“confirmación de los actores destacados, de los acontecimientos que producen y de las visiones que reproducen a través del discurso periodístico, mediante la atención especial y reiterada a los actores que permiten a los periodistas construir marcos interpretativos en los cuales las elites son los actores dominantes y se activa la reproducción del status quo” (Ibid.: 134-135).

Frente a este complejo panorama, tanto la Agenda Ciudadana que se propone elaborar en cada experiencia de **periodismo público**, como el Panel Ciudadano en la que ésta se presenta públicamente representan, según Miralles, la apertura de

“un espacio de comunicación para que los ciudadanos puedan encontrarse en un plano diferente con las autoridades, con el objetivo de tener un debate abierto y cara a cara sobre el tema de turno. Pero el diálogo es convocado por los medios y por los ciudadanos, y no es, por lo tanto, una dádiva del poder ni una estrategia que le va a hacer bien a su figura de gobernante” (Ibid.: 133-134).

A partir de allí, queda en mano de las autoridades la decisión de atender o no a las cuestiones planteadas por los ciudadanos y a los periodistas dar seguimiento a esa decisión sin abandonar el tema. Los resultados no han sido siempre los esperados, como ya se ha indicado. Sin embargo, Miralles reivindica la participación deliberativa lograda entre muchos ciudadanos a partir de los proyectos (Miralles, 2000: 239).

7. Democracia, ciudadanía y medios: una lectura crítica del periodismo público colombiano

A partir del análisis realizado es posible observar la riqueza de la propuesta del **periodismo público** en su desarrollo colombiano, no sólo en relación a la producción conceptual plasmada en los textos de su principal referente, Ana María Miralles, sino

también en las numerosas experiencias realizadas a lo largo de más de quince años, y con una importante participación de los medios de comunicación de la ciudad de Medellín, principalmente.

La inspiración en la perspectiva norteamericana resultó clave, pero el **periodismo público** de Miralles logró articular una propuesta novedosa a partir de lo que su propulsora entiende como particularidades de la realidad colombiana, incorporando conceptos y categorías que no estaban presentes en los autores estadounidenses y que le dieron mucha riqueza al planteo.

Un ejemplo de ello son las numerosas reflexiones de la autora en torno al sistema de propiedad de los medios de comunicación, cuestión que prácticamente no es problematizada desde el **public journalism**. Miralles advierte el impacto fundamental que el sistema privado hegemónico tiene en la práctica del periodismo y en la configuración de los medios como un poder corporativo en nuestros países.

Otro ejemplo son los diálogos que la autora propone con distintos intelectuales del campo latinoamericano y europeo, a partir de los cuales los medios no son pensados desde una perspectiva exclusivamente periodística, sino desde un enfoque interdisciplinario que toma aportes de la filosofía política, la sociología, y la comunicación.

Sin embargo, realizando una lectura crítica de los materiales incluidos en el corpus, se ponen en evidencia algunos problemas de la propuesta.

Por una parte, en las reflexiones en torno a la cuestión de la democracia, se produce un desplazamiento teórico, de una concepción *deliberativa* a una concepción *radical*, sin solución de continuidad. Ese pasaje de una noción a la otra, y las decisivas consecuencias que implica en otras categorías -que también son fundamentales en esta perspectiva, como la de públicos o la de ciudadanos-, no son explicitados ni puestos en debate en ningún momento por Miralles.

En ese sentido, no queda claro si el desplazamiento, con las continuidades y rupturas que representa en el planteo del **periodismo público** colombiano, nos ponen en presencia de dos perspectivas distintas o de una misma propuesta que ha sufrido transformaciones.

Esta objeción no pretende indicar que no puedan producirse mutaciones o redefiniciones en una perspectiva teórico-pragmática, sino más bien que ellas y los fundamentos que las explican deben ser tematizados si se pretende conservar su potencial de comprensión de la realidad y de intervención en ella.

Así, si el proceso de deliberación y la construcción de consensos constituían un elemento clave en la elaboración de la Agenda Ciudadana en las formulaciones iniciales del **periodismo público**, ¿qué ocurre con esa Agenda cuando se produce el desplazamiento hacia una concepción radical de la democracia, donde “lo propio” de los medios y el periodismo es visibilizar los disensos? Si, como se afirma en los textos más recientes de Miralles, la construcción de esa Agenda está orientada a dar cuenta de los disensos, ¿qué tipo de participación ciudadana se plantea para la etapa posterior a la presentación pública de la Agenda? ¿qué tipo de diálogo se propone entre la ciudadanía y los gobernantes luego de esa presentación? ¿qué rol les cabe a los medios de comunicación entonces?

En ese sentido, en los textos donde se configura el desplazamiento del concepto de democracia deliberativa al concepto de democracia radical prácticamente no se aborda la cuestión de las rutinas y prácticas periodísticas, al menos no del mismo modo en que se trabajan en la bibliografía anterior.

No es sólo que el texto de 2011 -donde la autora retoma las reflexiones de Chantal Mouffe en torno a la idea de una democracia radical- tiene un registro de discusión más teórica que los textos previos, sino que no queda claro en qué medida y en qué aspectos el cambio en el modo en que se entiende a la democracia transforma también la propuesta y la práctica del **periodismo público**⁹⁶.

Por otra parte, en una propuesta donde lo fundamental es contribuir al fortalecimiento de la democracia y la participación de los ciudadanos, se sostiene una noción de ciudadanía que resulta restrictiva, tanto en su dimensión teórica como en la de su ejercicio: en el **periodismo público** colombiano la condición ciudadana se reduce exclusivamente al momento de la deliberación. Más aún, pareciera que no se reconocen otras modalidades de participación ciudadana que no sean las planteadas propiamente por el **periodismo público** a través de las Conversaciones Ciudadanas en las distintas experiencias de **Voces**.

En efecto, en el planteo de Miralles, la participación es entendida como el proceso a través del cual los ciudadanos o audiencias se constituyen en **públicos**, es decir, se involucran en espacios deliberativos para construir opiniones, lecturas y propuestas compartidas. En ese sentido, no sólo se excluyen otras formas de participación

⁹⁶ No se encontró bibliografía disponible que sistematice la última experiencia realizada –“Voces Ciudadanas por la Seguridad y la Convivencia Medellín-Valle de Aburrá”, entre enero y mayo de 2014-, de modo que sea posible rastrear allí los cambios, si los hubiera.

ciudadana que están presentes en nuestras sociedades, articuladas en torno a las luchas por derechos que han encabezado los movimientos sociales en particular en las últimas décadas, sino que ignora el aspecto reivindicativo de la ciudadanía, *despolitizándola*.

Al respecto, resulta significativo que Miralles recupere la noción de públicos en competencia, elaborada por Nancy Fraser, pero no retome de dicha categoría las dimensiones que refieren a las condiciones de subordinación económica y cultural que, de hecho, constituyen fundamento de la propia noción. Es decir, mientras en el planteo de Fraser (1993, 1997), los contra-públicos o públicos contra-hegemónicos están orientados a, no sólo expresar la palabra de los sectores subalternos, sino precisamente a visibilizar y disputar las condiciones de subalternidad; en el planteo de Miralles la misma noción se orienta exclusivamente a dar cuenta del modo en que el involucramiento de diferentes voces en procesos deliberativos implica ejercicio de ciudadanía.

Sumado a ello, aunque la autora colombiana sostiene que en las sociedades contemporáneas son los ciudadanos quienes se constituyen en el “eje” fundamental de los derechos a la comunicación, y en especial de la libertad de expresión (2008b: 64), no queda demasiado claro cuál es la instancia política e institucional que debe garantizar el reconocimiento y ejercicio de esos derechos, y cuando se refiere a las amenazas concretas que hoy los desafían, ellas parecen remitir solamente a los derechos y libertades de los periodistas, no de los ciudadanos.

A propósito de esas amenazas, si bien como señalábamos arriba Miralles reflexiona acerca de la incidencia que el sistema de propiedad de los medios de comunicación tiene en las posibilidades de que los periodistas desarrollen su actividad con libertad, tampoco está claro de qué modo esa dificultad puede superarse, ya que la autora no hace ninguna mención a la necesidad de ciertas regulaciones y políticas de comunicación que tiendan a democratizar el régimen de propiedad de los medios.

Nos preguntamos entonces, ¿es que para Miralles la incorporación de los principios del **periodismo público** en las salas de redacción puede por sí misma resolver los condicionamientos y tensiones que la organización empresarial de los medios impone al trabajo cotidiano de los periodistas?

Lo que resulta problemático es que ese afán de transformación del periodismo en que supuestamente se sustenta la propuesta del **periodismo público** colombiano no es lo suficientemente coherente con las reflexiones teóricas y metodológicas que se presentan esta perspectiva. Es decir, la lectura crítica sobre el sistema de medios y las prácticas del

periodismo tradicional no se articulan adecuadamente con el planteo del **periodismo público**, en el sentido de que el momento propositivo se vuelve insuficiente en relación al momento del diagnóstico de los problemas y dificultades.

En virtud de ello, *no* llama la atención que en todos los textos analizados, incluidas las sistematizaciones de experiencias, no se recojan testimonios de los periodistas involucrados en los proyectos de **Voces Ciudadanas**, que en los relatos de esos proyectos no se describan detalladamente las actividades realizadas por periodistas, y que al momento de evaluar el impacto de la propuesta, no se mencionen como resultados cambios concretos en los medios de comunicación de la ciudad de Medellín, sino sólo la participación –en términos cuantitativos- lograda de parte de los ciudadanos.

Pero también se ponen en evidencia los enormes desafíos que implica proponer transformaciones que logren una incidencia significativa en el ámbito periodístico profesional.

Capítulo IV

Periodismo social

1. Neoliberalismo, medios y participación social: el surgimiento del periodismo social

La propuesta del **periodismo social**, desarrollada en Argentina desde principios de la década de 2000 tiene origen en el trabajo realizado por Alicia Cytrynblum como directora de la revista *Tercer Sector*, editora del suplemento “Testimonios solidarios” del diario *La Nación* y de la sección “Desfile de Modelos” de la revista *Veintitrés*, responsable de contenidos del portal *Risolidaria* y de un espacio diario en *Canal 7*⁹⁷ (Cytrynblum, 2009, 2007a).

El surgimiento de esta propuesta no está en absoluto vinculado a las perspectivas teórico-pragmáticas que ya hemos analizado en el desarrollo de este trabajo. De hecho, Cytrynblum no hace referencia en ningún momento al **public journalism**, al **periodismo público** colombiano, ni a ninguna otra perspectiva de transformación del periodismo profesional que haya aparecido en otro período histórico o en algún otro país⁹⁸. Su surgimiento se asocia, en cambio, a un contexto internacional y nacional de fuertes transformaciones y un ámbito profesional poco permeable a esos cambios.

En el nivel nacional, Cytrynblum refiere a la crisis económica, social y política que atravesaba la Argentina en los primeros años de la década de 2000, como consecuencia de la implementación de políticas de corte neoliberal; pero se trata, a la vez, de un contexto de crecimiento y expansión del llamado *tercer sector*. Precisamente, las organizaciones que integran este sector nacieron y se desarrollaron, según la autora, al calor del proceso que desde principios de los años 90 desmanteló al Estado y dejó a una buena parte de la población completamente desprotegida:

“las organizaciones no gubernamentales (ONGs) nacieron para contener las enormes necesidades sociales que –cual huracán– el ‘modelo’ dejaba tras de sí. Comenzó en los barrios con ollas populares y centros comunitarios para ir sofisticándose en su propuesta

⁹⁷ No se encontraron otros datos precisos en relación a la trayectoria brevemente mencionada aquí.

⁹⁸ Por esta razón, a diferencia de lo realizado con las dos perspectivas ya analizadas hasta aquí, en el desarrollo de este Capítulo no estableceremos comparaciones ni marcaremos puntos de convergencia / divergencia entre el periodismo social y dichas perspectivas, sino que ese tipo de análisis será presentado en el próximo y último Capítulo de esta Tesis.

para veinte años después convertirse en fuertes referentes de institucionalidad” (Cytrynblum, 2009: 36).

A continuación describimos la lectura que realiza Cytrynblum del contexto de las últimas décadas en la Argentina, ya que allí cobra sentido el desarrollo de la propuesta del **periodismo social**.

Sostiene la autora que las políticas neoliberales y represivas implementadas desde la última dictadura militar constituyeron un factor fundamental para la “descomposición” de las relaciones sociales, poniendo en crisis la legitimidad de los espacios tradicionales de participación y representación. Ese proceso recién comenzó a revertirse a partir del desarrollo del tercer sector como “nueva alternativa de participación social” (Ibid.: 36).

Los medios no fueron ajenos a ese desarrollo; fueron, de hecho activos agentes de la instauración y legitimación del sistema neoliberal y del Consenso de Washington: “La prensa no estuvo ausente de este proceso de pauperización. Por el contrario, tuvo una fuerte responsabilidad en la instalación del modelo del Estado mínimo. Durante dos décadas la prensa se convirtió en propagandista del sistema que desembocó en la profunda crisis del 2001/2002” (Ibid.: 37).

Pero el fenómeno de crecimiento y expansión del tercer sector no fue exclusivo de la Argentina –donde las entidades de este tipo pasaron de ser cincuenta mil en 1995 a ciento quince mil en 2008, según los datos aportados por Cytrynblum-, sino que ocurrió en todo el mundo: “Según Voice of the People 2005, un estudio de Gallup Internacional, casi 3 de cada 10 ciudadanos del mundo realizaron trabajo voluntario en el último año” (Ibid.: 45-46).

La autora argentina afirma que, durante esos años, a pesar de la importancia que tenían estas organizaciones y que se expresaba en los datos presentados, tanto los ciudadanos que participaban en ellas como las acciones que se llevaban a cabo se encontraban prácticamente ausentes de los medios de comunicación, en la medida en que éstos “se ocupan en forma casi excluyente de los actores de la política y de la economía” (Ibid.: 51).

Esta afirmación se sustenta en un monitoreo realizado por la *Asociación Civil Periodismo social* durante tres meses de los años 2005 y 2006 sobre diez diarios que se editan en la Ciudad de Buenos Aires. Los resultados del monitoreo muestran que las noticias vinculadas al tercer sector no superaron en ese período el 10% del total de noticias en ningún diario, y que el tipo de cobertura que se hace presenta algunos

“problemas”, tales como una focalización casi total sobre los aspectos emocionales, la individualización de la acción ciudadana –cuando la lógica de estas organizaciones es comunitaria-, un tratamiento ingenuo y de poco rigor periodístico (Ibid.: 54-55). Según Cytrynblum, “las redacciones lejos de aprovechar el potencial oculto en las organizaciones sociales las utilizan para ‘alivianar’ o contrarrestar los contenidos ‘mala onda’ o ‘densos’ que abundan en la edición de cualquier medio en la actualidad y por lo tanto no son valoradas por sus posibilidades periodísticas” (Ibid.: 55).

Pero, además, esta ausencia de un sector tan importante de la sociedad en los medios da cuenta de un recorte sumamente arbitrario de lo que éstos muestran como realidad social, negando de este modo su cometido: “Los medios como escenario donde se dirime lo público tienen una responsabilidad en los destinos nacionales que no termina de ser asumida” (Ibid.: 60). Ello contribuye decisivamente a que los medios de comunicación hayan reducido su credibilidad, y se encuentren -junto a otros actores tradicionales de lo público, como los partidos políticos, los sindicatos, la justicia, etc.- entre las instituciones de menor legitimidad social (Ibid.: 63).

En respuesta a este complejo panorama, Cytrynblum propone al **periodismo social** como una nueva disciplina dentro del campo periodístico profesional. El objetivo de esta perspectiva “es que la comunicación sirva para generar un mejor diálogo entre los distintos actores de la sociedad. La estrategia para conseguirlo es jerarquizar el eje social en los medios de comunicación y explotar su articulación en la agenda diaria con los temas económicos y políticos (Ibid.: 73).

Las principales herramientas que el **periodismo social** propone, como veremos en detalle a lo largo de este Capítulo, son: la ampliación de la agenda, poniendo en pie de igualdad el eje social respecto a la política y la economía; incorporar nuevas y más fuentes; investigar “soluciones”; trabajar desde un enfoque de los derechos.

Según Cytrynblum, esto es “dar un paso más” en el periodismo, “sumar más periodismo al periodismo” (Ibid.: 66).

2. Democracia, periodismo y las cuatro patas de la mesa

Según Cytrynblum, la importancia que los medios de comunicación tienen en la construcción de representaciones sobre la realidad es lo que determina su centralidad en relación a la democracia. Por ello sostiene que, a diferencia de lo que ocurría en el

pasado, hoy se acepta comúnmente el postulado de que los medios no reflejan la realidad de manera inocente, sino que ella es en sí inabarcable y su representación es necesariamente el producto de un recorte:

“la influencia de la prensa en el escenario social tiene un impacto más profundo que apenas mostrar lo que sucede. Su intervención recrea la realidad y, por lo tanto, sedimenta ‘ideología’, al mismo tiempo que construye cultura popular. (...) De ese modo, con el tiempo, el mensaje de los medios se convierte en la realidad” (Cytrynblum, 2009: 75).

La autora propone pensar metafóricamente a la sociedad como una mesa de, en principio, tres patas. La economía, que desde este punto de vista se identifica con el mercado, sería una de ellas; la política, que se corresponde aquí con el Estado, es otra; y finalmente los actores sociales –el tercer sector- constituyen la tercera pata de la mesa (Ibid.: 42).

Ahora bien, si se piensa a la sociedad de este modo, los *medios de comunicación* pueden entenderse, no como el cuarto poder -al estilo en que lo hizo la teoría liberal-, sino como la “cuarta pata”. El equilibrio entre las cuatro patas de la mesa representa a la *democracia* en esta perspectiva (Ibid.: 67). En ese sentido, sostiene Cytrynblum, existe un modo de practicar el periodismo que tiende al fortalecimiento de la democracia, y otro que genera autoritarismo.

Según la autora, uno de los procesos vinculados a los medios que afecta de manera más decisiva al sistema democrático es la concentración monopólica de la propiedad: “cuando la democracia es débil y vulnerable a los intereses del mercado se ve perjudicada la libertad de prensa y la vida profesional de los periodistas” (Ibid.: 67). Y a su vez, perjudica a la propia democracia, en tanto la prensa constituye un actor fundamental en su custodia. Ella afirma que fue justamente “la necesidad de sistematizar las herramientas que permitan a los periodistas y a los medios servir a la democracia (y defender la profesión) [lo] que motivó el desarrollo de esta nueva especialidad periodística” (Ibid.: 69).

En ese sentido, el **periodismo social** no es neutral, sino que tiene una clara “ideología”: aquella que lo compromete con el fortalecimiento de la democracia, esto es, “la búsqueda de una sociedad más igualitaria y el desarrollo sostenible” (Ibid.: 105). Es por eso que el **periodismo social** se caracteriza por:

- Promover la acción en la comunidad: “Pone al servicio del público todos los elementos que permitan la participación comunitaria en función de la defensa de la democracia” (Ibid.: 105-106).
- Asumir una activa responsabilidad en el uso del lenguaje: a veces la prensa refuerza “pautas culturales que son contrarias a la convivencia social y democrática, y que se contraponen a la más elemental responsabilidad social” (Ibid.: 111).
- Difundir derechos: en tanto se postula que, en democracia, el periodismo tiene un *rol formativo* (Ibid.: 106).
- Respetar a las minorías (Ibid.).
- Respetar a la persona: se define a los sujetos en función de sus potencialidades como personas, y no en función de sus dificultades (Ibid.).

Para Cytrynblum éstos son los valores que definen a la democracia, y por eso mismo es necesario que los medios de comunicación los adopten como criterios transversales de la producción informativa. Y eso es precisamente lo que propone el **periodismo social**, ya que un encuadre de ese tipo permite que todos los actores sociales –el Estado, el mercado y la ciudadanía- estén involucrados en los procesos de toma de decisiones que implican los regímenes democráticos. De ahí que los medios constituyan el lugar por excelencia del “**diálogo social**” (Ibid.: 74).

3. Medios, ciudadanía y participación desde el tercer sector

Cytrynblum plantea que la invisibilización que los medios tienden a hacer de uno de los ejes de la sociedad, los actores sociales -la tercera pata de la mesa-, es un rasgo que ha caracterizado al periodismo históricamente:

“La prensa **seria**, desde siempre, privilegió la política y la economía por encima de todos los otros temas. (...) Para poder atender la enorme demanda que generan estas secciones, los medios destinan una gran cantidad de recursos económicos y de periodistas que, sin ninguna duda alguna, gozan del mayor reconocimiento y prestigio dentro de la redacción” (Cytrynblum, 2009: 44. Las negritas son nuestras).

Según la autora, en las últimas décadas, en particular en la Argentina, ello contribuyó de manera significativa a legitimar el modelo neoliberal, acallando las voces que

pretendían expresarse en disidencia. Como consecuencia, los miles de personas que tienen alguna participación social en el tercer sector, no se ven reflejados en los medios de comunicación (Ibid.: 55).

Ahora bien, ¿en qué consiste esta nueva modalidad de participación social que se desarrolló en nuestro país en los años recientes?

Cytrynblum afirma que, más allá de las distintas denominaciones que se ha dado a estos actores sociales –Tercer Sector, Organizaciones de la Sociedad Civil, Organizaciones No Gubernamentales, u Organizaciones Privadas Sin Fines de Lucro-, de lo que se trata en todos los casos es de “**ciudadanos organizados**” que ejercen la función de *contralor* de y *mediador* entre el Estado y el mercado (Ibid.: 43-44). Este tipo de organizaciones – que incluye ONGs, asociaciones civiles, fundaciones, mutuales, cooperativas, asambleas vecinales, organizaciones de piqueteros, centros comunitarios, organizaciones voluntarias y otras- se caracterizan por no tener fines lucrativos, ser voluntarias y tratar temas de interés público (Ibid.: 45).

A partir de su análisis de los datos difundidos en *Voice of The People 2005*, Cytrynblum indica que no hay mayores diferencias entre varones y mujeres en relación al trabajo voluntario, que las personas que hacen este tipo de actividades son de todas las edades, y que esta práctica aumenta entre las personas cuanto más altos son el nivel educativo y los ingresos familiares. En el caso de la Argentina en particular, hay unos cinco millones y medio de adultos que realizan actividades en organizaciones del tercer sector, y cuando esos datos se comparan con los de otras indagaciones, se evidencia que la crisis de 2001 generó un incremento del trabajo voluntario, lo cual da cuenta de un interesante aspecto de la “solidaridad ciudadana” (Ibid.: 49).

Ello no indica, advierte la autora, que antes de las últimas dos décadas no hubieran existido instituciones sin fines de lucro. Ocurre que, por un lado, a partir de los años 80 se produjo una explosión en la cantidad de organizaciones que surgieron; por otro, hay diferencias significativas en el modo en que se entiende la participación: las instituciones más antiguas⁹⁹ “estaban imbuidas por la ideología de la caridad tradicional y el asistencialismo, un concepto que reproduce y perpetúa la asimetría social (siempre alguien superior ‘ayuda’ a alguien inferior en la emergencia)”, mientras que las nuevas organizaciones del tercer sector “tienen como meta el desarrollo social, es decir, la ayuda intenta que el beneficiario desarrolle sus propias estrategias que le permitan ser

⁹⁹ Como ejemplos de estas instituciones “antiguas”, Cytrynblum menciona a Caritas, Cruz Roja y Fundación Evita (2009: 41).

sostenible en el futuro” (Ibid.: 42). Se trata de organizaciones que trabajan con un fuerte sentido de comunidad, donde no hay “ángeles” ni “modelos” que actúen individualmente en base a un deseo altruista de hacer el bien, sino “ciudadanos responsables que, organizados, asumen un rol social en la resolución de conflictos” (Ibid.: 55).

Según Cytrynblum, los medios han tenido una actitud que podría considerarse ambivalente –pero casi siempre negativa-, en relación a este tipo de organizaciones e instituciones: por un lado, se las invisibiliza, en el sentido de no prestarles la atención que merecen, en función de la magnitud y el valor de las acciones que llevan a cabo, así como la cantidad de personas involucradas en ellas. Por otro lado, muchas veces se informa sobre estos temas con un abordaje en el que sobresale una “maniqueización de lo social” (Ibid.: 58-59). Afirma al respecto:

“Con cierto cinismo podemos decir que la famosa **objetividad** periodística desaparece cuando el jefe de sección quedó varado en un piquete. (...) si una persona está desocupada se la presenta como víctima (inofensiva) pero, si se organiza junto a otras para reclamar con acciones por su derecho constitucional al trabajo, es decir, cuando genera un pequeño espacio de poder, los medios toman partido” (Ibid.: 58-59. Las negritas son nuestras).

Así, afirma Cytrynblum, los periodistas muchas veces pretenden actuar como jueces de lo social, y el grupo “termina satanizado en la hoguera mediática” (Ibid.: 59). Y concluye entonces que “el periodismo ha sido y es, salvo honrosísimas excepciones, **cronista del poder establecido**” (Ibid.: 58. Las negritas son nuestras).

El **periodismo social** propone, a cambio, encontrar el punto medio, *equidistante entre el poder y la ciudadanía*:

“un periodismo que salga de las entrañas del poder y se convierta en puente ubicado en un lugar equidistante entre el poder y el pueblo. Que conozca las dos partes y que se esfuerce en señalar lo que es invisible para el poder. Es decir, la propuesta es consolidar un periodismo del vínculo entre el poder y la gente. Un periodismo que se convierta en el guardián de ese vínculo. (...) Un periodismo que abogue porque el actor social esté integrado en las decisiones, y que si así no fuera que lo señale en sus coberturas” (Ibid.: 71).

La autora plantea que la visibilización de la actividad del tercer sector debiera asumirse como una necesidad fundamental entre los periodistas, no únicamente porque ello

construiría una representación más acabada de la sociedad, contribuiría al fortalecimiento de la democracia, y daría mayor legitimidad a medios y periodistas, sino también porque hay allí una cantidad significativa de potenciales consumidores:

“hay un dato principal que debiera interesar a todos los periodistas y comunicadores: Existen cinco millones y medio de personas, que representan casi un 21% de los adultos argentinos, que están muy interesados en el tema social, hasta el punto de que tanto semanalmente como al menos una vez al año se acercan a una entidad de bien público a realizar tareas voluntarias. (...) No atender –o hacerlo en forma deficiente- el interés de cinco millones y medio de potenciales lectores (en el caso de prensa gráfica) no parece una buena estrategia para crecer en ventas” (Ibid.: 51).

Ignorar el capital social que existe en estas instituciones y organizaciones del tercer sector implica dejar fuera de los medios a su propio “público” (Ibid.: 51).

Cytrynblum afirma que un enfoque que atienda a la participación social de la ciudadanía implica que los periodistas no se conciben a sí mismos como testigos “objetivos de la realidad”, sino que se reconozcan como ciudadanos, como actores sociales de peso, y asuman una actitud proactiva en su trabajo (Ibid.: 81).

De esta manera, la cobertura periodística no se agota en el reporte de los temas o problemas, sino que, en la medida en que el periodista tiene una visión más global y completa de la realidad social, se compromete en la “búsqueda de soluciones”. Según la autora, el “sano espíritu denunciante” que ha caracterizado históricamente al periodismo termina por generar en los propios periodistas “y en el público una sensación de profunda frustración, y a la larga, una cierta parálisis (nada puede cambiar porque nada cambia a pesar de que las situaciones salgan a la luz)” (Ibid.: 101).

Por eso, en la perspectiva de Cytrynblum, resulta fundamental que en su tarea cotidiana, los profesionales de los medios intenten diagnosticar con la mayor exactitud posible el problema a tratar; escuchen las voces de los directamente afectados, recogiendo información, sentimientos e ideas; analicen e informen experiencias exitosas y no exitosas de abordaje de esas problemáticas en orden a proponer alguna alternativa; supervisen las responsabilidades de los distintos actores –políticos, económicos, sociales-; y finalmente den seguimiento a los temas, “disminuyendo la distancia entre la memoria corta del periodismo y el proceso lento y continuo de las reformas sociales” (Ibid.: 102-103).

Por otra parte, si el núcleo central de esta propuesta tiene que ver con incorporar al tercer sector como eje de toda cobertura, Cytrynblum afirma la necesidad de que todas las problemáticas sean abordadas desde la perspectiva de los derechos humanos, entendidos éstos en sentido amplio -y no sólo como se hace habitualmente, según ella, en relación a los delitos de lesa humanidad cometidos por el Estado- (Ibid.: 122).

Esta propuesta de encuadre se diferencia, advierte la autora, de aquél que se utiliza más tradicionalmente en los medios, basado en las necesidades, en el cual las personas no son consideradas sujetos portadores de derechos de distinto orden, sino sujetos de necesidades insatisfechas o bien objetos de caridad (Ibid.: 124-125).

Algunos componentes de un abordaje basado en los derechos humanos son:

- Se intenta “vincular muchos de los temas que afectan a los y las ciudadanos con la posibilidad de ejercer los derechos” (Ibid.: 124). Es decir, distintas problemáticas se abordan como derechos vulnerados antes que como necesidades insatisfechas (Ibid.: 125).
- El Estado se concibe como garante de esos derechos (Ibid.).
- Se identifican los orígenes o causas de los problemas, lo cual contribuye a no naturalizarlos (Ibid.: 125-126).
- “Si el enfoque basado en las necesidades se conforma con metas parciales, el enfoque basado en los derechos humanos las cuestiona y exige metas totales porque entiende que todas las personas tienen iguales derechos” (Ibid.: 126).
- No se establecen jerarquías entre distintos derechos, todos son igual de importantes (Ibid.).
- Una situación de exclusión nunca puede concebirse como responsabilidad de la persona afectada (Ibid.: 127).
- Se promueve la “toma de conciencia” de toda la sociedad, no sólo del poder público (Ibid.).
- La cobertura se basa en una ética que requiere “cuidar la ideología. El fortalecimiento democrático necesita de una prensa vital, independiente y dinámica” (Ibid.).

De esta manera, el **periodismo social** pretende promover la participación ciudadana y la defensa de los derechos (Ibid.: 127-128).

Según la autora, un producto periodístico trabajado de este modo

“cambia el tono, las fuentes, las preguntas e impacta de otra manera en los lectores, además de que tanto el medio como el periodista se comprometen de una forma más

profunda con el tema y con la sociedad. Ya no mira desde fuera, es parte del problema y de esa manera incluye al lector... y lo atrapa” (Ibid.: 123).

Para desarrollar este enfoque resulta entonces fundamental el trabajo en distintos sentidos con las organizaciones del tercer sector. Según la autora, ello permite a medios y periodistas aumentar la confiabilidad y credibilidad de la información que se ofrece; ampliar los tipos de datos e informaciones que se difunden respecto a cada temática, y además estas organizaciones e instituciones suelen ser productoras de nuevos temas y metodologías de abordaje, lo que facilita darle creatividad e innovación a la labor periodística (Ibid.: 112-113).

Cytrynblum sostiene que, para consolidar esta alianza estratégica entre organizaciones del tercer sector y periodistas, éstos deben conocer la “terminología y las herramientas de participación ciudadana”, tales como la audiencia pública, la iniciativa popular, los “pactos de integridad”, las iniciativas ciudadanas, las acciones de amparo, el presupuesto participativo, etc. (Ibid.: 216-217).

4. Derechos a la comunicación: “dar voz a los que no tienen voz”

Como ya ha sido señalado, desde el **periodismo social** se afirma que un sistema de medios de comunicación en el cual la propiedad está concentrada en pocas manos constituye un problema para la democracia y para la libertad de prensa.

Ello se debe a que la configuración monopólica u oligopólica del sistema de medios supone un esquema de desarrollo profesional fuertemente atravesado por los “intereses extraperiodísticos” de las empresas mediáticas (Cytrynblum, 2009: 69). En ese sentido, la tensión existente entre periodismo y medios de comunicación puede definirse como una “tensión estructural de la profesión” (Ibid.).

Para Cytrynblum, se trata de “un hecho irresoluble” que, al mismo tiempo, “muchas veces enmascara las responsabilidades individuales de los periodistas” (Ibid.). Es decir, existen condicionamientos impuestos por las empresas, pero es precisamente por esa razón que los periodistas deben aprovechar y ampliar al máximo los pequeños espacios de autonomía con los que también cuentan (Ibid.: 23). En la medida en que ello ocurre, afirma la autora, no sólo contribuyen al ejercicio de su propia libertad de prensa, sino también al reconocimiento y ejercicio de otros derechos humanos fundamentales.

Desde el **periodismo social** se entiende que en el derecho a la información pueden reconocerse tres dimensiones distintas: “el derecho a obtener información, el derecho a informar y expresarse libremente, y el derecho a ser informado”. Para Cytrynblum, constituyen “libertades fundamentales que, a su vez, son condiciones necesarias para el ejercicio de otros derechos, e indispensables para la vigencia de sociedades libres y democráticas” (Ibid.: 123-124).

Entender el derecho a la información de esta manera tiene profundas implicancias respecto al modo en que los periodistas realizan su trabajo cotidiano, según la autora: si se considera que los derechos humanos son “indivisibles” es necesario asumir que el derecho de los periodistas a informar se constituye en inseparable del “derecho de todos los ciudadanos a recibir información que no difame, que no altere la realidad, que no confunda ni distraiga, que no avasalle otros derechos y que pueda convertirse en una herramienta para que las personas conozcan sus derechos y puedan, en consecuencia, exigirlos” (Ibid.: 124). Así, el ejercicio de la libertad de prensa conlleva una importante responsabilidad, en tanto ella repercute directamente sobre las posibilidades de otras personas de practicar también sus derechos a la información, e incluso de verse reflejadas en las representaciones que los medios construyen acerca de la realidad social. Desde el **periodismo social** esto significa, fundamentalmente, “**dar voz a los que no tienen voz**”:

“Quien no está en los medios hará lo posible por aparecer, por hacer valer su **derecho a la expresión**, por formar parte de una sociedad que lo ignora, por sentirse incluido. Si no encuentra un espacio legítimo, lo hará por vías violentas: cortes de rutas, quemas, tomas de edificios, lo que sea preciso para que su reclamo forme parte del todo. Los medios pueden hacer mucho para dar voz a los que no tienen voz, para fortalecer la democracia, para que la gobernabilidad sea posible, dar visibilidad a las organizaciones de la misma gente, al mismo tiempo que se cumple con la premisa de informar” (Ibid.: 74. Las negritas son nuestras).

Así, cuando en esta perspectiva se alude a derechos vinculados a la información, se apunta a libertades específicas cuyos titulares son, en ciertos aspectos los periodistas, en otros los ciudadanos, pero en todos los casos se trata de derechos que se caracterizan por una suerte de **co-dependencia**: con el ejercicio del derecho de investigar, analizar y difundir información vinculada a la vida de otras personas o de la sociedad en su

conjunto –“tarea periodística esencial”, según Cytrynblum- deviene una responsabilidad insoslayable respecto al fortalecimiento de la ciudadanía y la democracia (Ibid.: 124).

En muchos casos, la efectividad de la acción ciudadana depende de los grados de visibilización pública que logran las demandas. Por eso, el **periodismo social** sostiene que dar voz a los que no tienen voz implica que los periodistas colaboren en la actividad de las organizaciones del tercer sector: “Si el tema está en los medios se genera una presión suficiente para que los actores del poder político y económico accedan a analizar el tema en cuestión” (Ibid.: 212).

La autora menciona algunos ejemplos de “alianzas” entre periodistas y organizaciones del tercer sector que “demuestran que ese tipo de iniciativas conjuntas constituyen una “clave para el éxito de la propuesta” (Ibid.: 212). Uno de esos ejemplos es la implementación del programa “El hambre más urgente”, impulsado en 2002 por la **Fundación Poder Ciudadano** y el **Grupo Sophia**, y que contó con el apoyo decisivo del diario *La Nación* y del periodista Luis Majul. En la mirada de Cytrynblum, esa

“presión consiguió comprometer a los ciudadanos que firmaron la propuesta en forma masiva, más tarde a los legisladores que convirtieron esa iniciativa en ley y, más tarde, el esfuerzo se tradujo en la implementación del programa en varias localidades de todo el país con la promesa gubernamental de extenderlo a todo el territorio” (Ibid.: 212).

Otro ejemplo es la campaña “Jubilemos los privilegios”, también impulsada por la **Fundación Poder Ciudadano**, con el objetivo de eliminar los regímenes previsionales especiales. Los medios aliados fueron en este caso el programa de televisión *La Cornisa*, conducido por Majul, y *RadioShow*. La propuesta tomó la forma de iniciativa legislativa popular y el “resultado fue contundente: se logró la cantidad de firmas requeridas, poner en marcha el proceso en la justicia electoral, presentar la iniciativa en el Congreso y darle curso parlamentario. Fue la primera vez que una instancia de participación directa de los ciudadanos pudo generar una ley” (Ibid.: 213).

La importancia de este tipo de coberturas, en las que la participación social ciudadana adquiere visibilidad, está vinculada a la centralidad de los medios de comunicación en las sociedades contemporáneas para la construcción de lazos de comunidad: para Cytrynblum, si “en la antigüedad la escala humana facilitaba el poner en práctica la sensación de pertenencia a un grupo”, en las “ciudades superpobladas y los países multiétnicos” actuales, los medios de comunicación se plantean como “los protagonistas

excluyentes, como el único escenario posible donde puede generarse la sensación de formar parte de una sociedad a tan vastas poblaciones” (Ibid.: 220-221).

De ahí su relevancia para la vigencia y el fortalecimiento de la democracia.

5. Prácticas profesionales: darle más periodismo al periodismo

El **periodismo social** parte de la premisa de que el mundo contemporáneo está atravesado por un proceso de cambios profundos y que, atento a ello, al interior del periodismo se deben producir también algunas transformaciones: “es hora de ampliar el ejercicio de la profesión e incorporar nuevas pautas y nuevos actores para enfrentar los nuevos escenarios” (Cytrynblum, 2009: 24).

Si durante muchos años, el periodismo ha sido un “cronista” del poder, y el periodista se ha convertido en “corresponsal del pueblo en el poder”, la perspectiva de Cytrynblum plantea un cambio rotundo en esa dinámica: en lugar de transmitir la información que “baja” del poder, el **periodismo social** pretende constituirse en el “guardián” del vínculo entre el poder y la “gente” (Ibid.: 70-71).

En términos concretos, ello implica transformar la agenda periodística y ampliar significativamente las fuentes con las que se trabaja en la cobertura de distintas temáticas.

En relación a la construcción de la **agenda**, como ya ha sido señalado, la autora cuestiona el “paradigma dominante” (Ibid.: 75) en los medios, según el cual toda la oferta informativa está centrada en dos secciones tradicionales: política y economía. El **periodismo social** propone, en cambio, “la articulación del actor social en todos los niveles de la cobertura ya que de hecho está presente en todos los niveles de la actualidad” (Ibid.: 91).

Por otro lado, la tendencia predominante en los medios es la de elegir de manera casi exclusiva a las **fuentes** institucionales: “Es fácil comprobar hoy en día que en la edición de un diario casi el ochenta por ciento de las fuentes tienen origen en el poder: políticos, empresarios, policía y jueces” (Ibid.: 70). Frente a ello, el **periodismo social** propone ampliar el repertorio de fuentes que son consultadas, asumiendo que las organizaciones del tercer sector

“pueden ser fuentes en la construcción de las noticias en una gran variedad de temas además de los vinculados a la atención de la pobreza tal como es la visión socialmente

más arraigada. Calidad institucional, seguridad, control de la gestión pública, educación, derechos, salud y cultura son, entre muchos otros, algunos de los temas en los que trabajan las Organizaciones de la sociedad civil” (Ibid.: 91).

Pero, además de producir información, conocimientos y opiniones sobre distintas problemáticas, el tercer sector es protagonista de sus propias iniciativas ciudadanas, y por eso –afirma Cytrynblum- debe tomar mayor centralidad dentro de la agenda periodística (Ibid.: 44).

Por otra parte, desde el **periodismo social** se reconoce que los medios de comunicación son el lugar desde donde el *lenguaje* impacta de manera más decisiva sobre lo social: los medios “cumplen la doble función de informar y de mediar entre los actores sobre los que se informa” (Ibid.: 106). Por eso resulta fundamental poner atención a las palabras que se manejan, y utilizar un lenguaje lo más inclusivo posible. Como afirma la autora,

“cada palabra es importante en el edificio cultural al que damos forma todos los comunicadores. Como a su vez somos personas, que también hemos recibido educación en hogares y en escuelas donde aprendimos una escala de valores que incluyen prejuicios, debemos aprender a ‘limpiarnos’ de esa carga cultural negativa para poder asegurarnos que en nuestra profesión podemos ser **imparciales** y que no propagamos conceptos **arbitrarios**” (Ibid.: 107. Las negritas son nuestras).

Esto implica reconocer también que el recorte de la realidad que se hace desde el periodismo es siempre subjetivo, y la necesidad de “reducir el margen de subjetividad” a través del *pluralismo informativo* (Ibid.: 81).

En ese sentido, sostiene Cytrynblum, en la medida en que “la objetividad periodística es un concepto que pertenece al mundo de las ideas” (Ibid.: 81), los periodistas deben vigilar de manera sistemática sus propios valores y prejuicios, con los que muchas veces se tiñe la cobertura que se realiza de distintas temáticas. Para garantizar la *imparcialidad*, es imprescindible no dar a “entender la posición, pensamiento, prejuicios o temores de quien escribe”, ofreciendo “datos concretos que permitan al lector una ilustración seria de los hechos” (Ibid.: 204-205).

A estas pautas deben sumarse otras que también resultan fundamentales para transformar el periodismo, volviéndolo más adecuado a la representación del mundo actual. Cytrynblum afirma, por un lado, la necesidad de contextualizar los

acontecimientos, describir todo el problema: “devolverle a la sociedad una imagen más completa de sí misma y responsabilizar a toda la sociedad por la situación que vivimos ‘todos’” (Ibid.: 96). Por otro lado, se trata de mostrar acciones alternativas, “abrir la posibilidad de solución y salir de la parálisis que provocan las situaciones límites” (Ibid.: 96).

El esfuerzo que la incorporación de todas estas pautas a la labor cotidiana de cada periodista representa es precisamente a lo que alude la autora cuando se refiere a “sumar más periodismo al periodismo” (Ibid.: 66).

Así, según Cytrynblum, el **periodismo social** suma:

- “Problema + Solución”: “la investigación de soluciones genera un impacto mayor que la mera denuncia”, en tanto “mueve a la acción” y demuestra que “la falta de respuesta se debe al desinterés o ineficiencia e insta a encontrar una solución” (Ibid.: 103).
- “Información + Educación/Capacitación”: las permanentes transformaciones en el mundo actual hacen que el periodismo deba ser didáctico, de modo que los lectores puedan comprender las temáticas que se abordan. Los periodistas deben actualizarse constantemente; deben ampliarse los horizontes de los lectores hacia nuevos términos y temáticas (Ibid.: 103-104).
- “Información + Servicio”: se estimula la participación de la comunidad, y la información se entiende como un bien público del cual ni el medio ni el periodista son los propietarios (Ibid.: 104-105).

En la medida en que los periodistas avanzan en un esquema de trabajo que incorpora estas pautas, ganan en credibilidad y legitimidad: cuando colaboran con las actividades de las organizaciones del tercer sector, los medios y periodistas “son percibidos como aliados por la sociedad y como consecuencia consiguen fidelizar y, en algunos casos, aumentar su audiencia” (Ibid.: 214). Es decir, el **periodismo social** “contempla la necesidad comercial de los medios”, pero a la vez ofrece un “servicio a los lectores” (Ibid.: 100).

En la perspectiva de Cytrynblum, la clave del futuro de la profesión se encuentra en la posibilidad de generar estas transformaciones: “En la época de los blogs y de la proliferación de la comunicación a medida, donde todos pueden parecer periodistas, lo único que nos diferencia a quienes trabajamos en los medios es asumir nuestro trabajo con ética y la responsabilidad del ejercicio profesional” (Ibid.: 118).

6. La propuesta de la Red de Diarios en Periodismo social

En el año 2005 la *Asociación Civil Periodismo social*, que dirigía¹⁰⁰ Cytrynblum, impulsó la creación de la “Red de Diarios en Periodismo social”, una iniciativa que “estimula la integración y el intercambio entre medios gráficos a través de la producción y circulación de noticias con el objetivo de hacer de los asuntos sociales una prioridad de la agenda mediática y, por consiguiente, de la agenda pública provincial y nacional” (Cytrynblum, 2009: 85).

Para el año 2009¹⁰¹ integraban la Red catorce diarios de distintas provincias: *La Voz del Interior* (Córdoba), *Los Andes* (Mendoza), *Río Negro* (Río Negro), *La Gaceta* (Tucumán), *El Litoral* (Santa Fe), *La Capital* (Santa Fe), *El Ancasti* (Catamarca), *Nueva Rioja* (La Rioja), *El Diario* (Entre Ríos), *El Territorio* (Misiones), *Diario de Cuyo* (San Juan), *El Tribuno* (Salta), *El Liberal* (Santiago del Estero) y *La Opinión Austral* (Santa Cruz) (Ibid.: 85).

Esta iniciativa contó¹⁰² con el apoyo de la *Fundación Avina*, de la *Fundación C&A*, y en sus inicios también con el aporte de la Embajada Británica (Ibid.: 86).

Algunos de los objetivos de la Red, de la que participaron los jefes de redacción y editores de los diarios integrantes, fueron:

- “Aumentar la cantidad y calidad de las noticias vinculadas con la temática social.
- Permitir el acceso a noticias que pueden generarse en otras regiones y de ese modo sumar riqueza informativa en los diarios asociados.

¹⁰⁰ No se encontró información relativa a la actual vigencia de esa Asociación, por lo que no está claro si continúa existiendo.

¹⁰¹ Tampoco se encontró mayor información acerca de esta experiencia, como fecha de inicio o de finalización (por lo que no está claro si continúa vigente), y de qué modo se implementó la propuesta efectivamente. Como ejemplo del trabajo realizado en el marco de esta Red de Diarios en **Periodismo social**, Cytrynblum incluye en su texto de 2009 imágenes de las tapas de cuatro diarios, en cuyas ediciones se abordó, según la autora, de manera “conjunta” el tema de la vivienda (Ibid.: 87). Sin embargo, en esos medios no hay prácticamente referencias a la Red, solamente se encontraron algunas notas individuales y documentos institucionales de algunos de ellos (ver por ejemplo http://archivo.lavoz.com.ar/institucional/RSE-Balance_La_Voz_del_Interior_2007.pdf, http://archivo.lavoz.com.ar/institucional/RSE-Balance_La_Voz_del_Interior_2012.pdf), en los que se menciona la pertenencia a ese espacio (también algunas de esas notas se replican en otros diarios que integran la Red, ver por ejemplo: <http://www1.rionegro.com.ar/diario/tools/imprimir.php?id=4286>). Es decir, no hay datos que indiquen que esa Red ha funcionado efectivamente de modo sistemático como un ámbito de articulación y desarrollo de políticas editoriales conjuntas.

¹⁰² En realidad, como ya ha sido señalado, no queda claro si continúa existiendo y, por lo tanto, si continúa recibiendo ese apoyo, aunque la escasa información disponible pareciera indicar que no.

- Nacionalizar temas regionales de impacto social.
- Capacitar a editores y redactores en los nuevos temas de la agenda social.
- Estimular el debate e intercambio sobre el estado de la profesión, fundamentalmente en lo que hace a la cobertura de temas sociales y en el control de la gestión pública” (Ibid.: 85).

Según Cytrynblum, desde la Red se desarrolló periódicamente la producción conjunta y simultánea de informes periodísticos sobre alguna problemática particular. Algunos de los temas abordados fueron: explotación laboral de inmigrantes (2006); niños, niñas y adolescentes privados de su libertad (2006); vivienda (2007); adultos presos sin condena (2007); infraestructura escolar (2008); violencia de género (2008); entre otros.

Afirma la autora que, hasta 2008, más del 60% de las notas producidas en el marco del trabajo de la Red se publicaron en tapa, un porcentaje similar consultaron como fuentes a organizaciones sociales, y alrededor de un 50% de los medios participantes publicaron noticias producidas por otros diarios¹⁰³ (Ibid.: 86).

7. Medios, periodistas y participación ciudadana: los límites de la propuesta del periodismo social

La propuesta del **periodismo social** constituye una iniciativa novedosa, surgida al calor del convulsionado contexto político, económico y social que se vivía en nuestro país, luego de los críticos acontecimientos de diciembre de 2001.

Cytrynblum reconoce, en el marco de las “vertiginosas” transformaciones que tuvieron lugar en todo el mundo en las últimas décadas del siglo XX, la necesidad de transformar también al periodismo: “Si en los últimos veinte años el mundo ha cambiado tanto... ¿cambió suficientemente la forma de contarlo?, ¿la forma de hacer periodismo?” (2009: 27). Y algunos periodistas, de larga trayectoria en el ámbito profesional, como Carlos Ulanovsky y Alfredo Leuco¹⁰⁴, parecen haberse hecho eco de esta proclama.

¹⁰³ Como ya ha sido indicado, no se encontraron materiales disponibles que describieran experiencias concretas desarrolladas en torno a alguna de las temáticas mencionadas, ni un reservorio digital de las piezas periodísticas producidas por los medios involucrados, ni testimonios de periodistas que hayan participado de la elaboración de informes conjuntos o hayan incorporado a su práctica cotidiana algunas de las pautas planteadas por el **periodismo social**.

¹⁰⁴ Quienes prologan, respectivamente, la primera edición (2004) y la segunda edición ampliada (2009) del texto de Cytrynblum.

Sin embargo, la autora no logra articular acabadamente un planteo de transformación integral de las prácticas periodísticas, en orden a cumplir con su objetivo de incorporar lo social en la agenda informativa, como un modo de contribuir al alumbramiento de una sociedad más justa (Ibid.: 25).

A pesar de las numerosas páginas dedicadas a dar consistencia a la propuesta, todo el programa del **periodismo social** pareciera poder reducirse a la incorporación de fuentes provenientes de las organizaciones del tercer sector, y a la visibilización de algunas iniciativas que éstas llevan adelante, sin expresar concretamente de qué modo se propone modificar la producción periodística en relación a los dos tópicos que la propia Cytrynblum identifica como “tradicionales” y centrales en los medios: política y economía. Si, como la autora plantea, las organizaciones de la sociedad civil constituyen la “tercera pata de la mesa”, y como actor social fundamental han sido ignoradas por los medios de comunicación de manera sistemática –al punto de confinarlas a secciones específicas, con el sólo fin de “alivianar” la información realmente importante, incluida en las secciones principales-, entonces la reversión de ese esquema de producción informativa requiere de cambios estructurales que no son suficientemente desarrollados desde la propuesta del **periodismo social**: ¿cómo se traduce a la rutina de producción periodística la idea de trabajar con un enfoque centrado en los derechos humanos? ¿qué implicaría concretamente “sumar” soluciones en la cobertura informativa?

En los pasajes de su texto que Cytrynblum dedica a realizar “sugerencias para la cobertura” en relación a distintas temáticas, las recomendaciones incluyen cuestiones tan generales como conocer las normativas nacionales e internacionales vigentes sobre el tema, brindar información estadística acerca de esa problemática, evitar el uso de ciertas imágenes y términos “estigmatizantes”, “buscar soluciones”, entre otras¹⁰⁵.

¹⁰⁵ Algunos ejemplos de sugerencias planteadas por Cytrynblum a lo largo del texto: “Considerar una prioridad la protección de las niñas y los niños. Actuar como vigilantes responsables de todos los compromisos públicos que se hacen a favor de la infancia. En cada cobertura señalar el cumplimiento o incumplimiento de los derechos de los niños por parte de funcionarios o empresas y en lo posible incluir la búsqueda de soluciones” (2009: 155); “Muchas veces las personas en situación de pobreza son desconfiadas y en principio remisas a hablar con un desconocido. El periodista debe acercarse con respeto, explicar los motivos de la entrevista. Debe intentar sentir profundamente que detrás de las ropas remendadas, una casa desvencijada o un lenguaje reducido, hay un ser humano cuya voz ha sido arrebatada. Nuestra misión es hacer llegar su mensaje a la sociedad” (Ibid.: 169); “Es conveniente evitar la explicitación de la elección sexual de la persona si esta característica privada no tiene relación con el tema en cuestión. Si lo tiene, un buen ejercicio para saber qué tratamiento es el más correcto, sería pensar qué relevancia tendría esta información en el caso de que se tratase de una persona heterosexual” (Ibid.: 188).

Por otro lado, bajo la denominación “tercer sector” se engloban instituciones, organizaciones y movimientos sociales de muy diverso tipo, que difícilmente pueden ponerse en pie de igualdad, no sólo por sus diversos niveles y modalidades de institucionalización, sino también por los distintos vínculos que ellos establecen con otros actores de poder: el Estado, los partidos políticos, los agentes de la economía. Es decir, ¿cuáles son las características en común entre una organización de piqueteros, una mutual y una Organización No Gubernamental, más allá de entenderlos como espacios de “participación social”? ¿acaso no tiene mayores implicancias el hecho de que una de ellas trabaje en articulación con el Estado para atender situaciones de emergencia social y otra identifique al Estado como el principal objeto de sus reclamos? ¿es acaso lo mismo contar con financiamiento de organismos internacionales que no contar en absoluto con recursos económicos? ¿acaso estas diferencias no generan condiciones particulares para el ejercicio de la práctica ciudadana y, por lo tanto, distintos modos de entender también a la ciudadanía?

La propia Cytrynblum critica la “enorme maniqueización” con la que habitualmente los periodistas se aproximan a este sector, ya que “en los medios se presenta a la clase política y empresarial como corrupta mientras que las organizaciones sociales son, en cambio ‘santas’, y además, inofensivas” (Ibid.: 57).

Sin embargo, la autora no sólo no da cuenta de los necesarios matices en la caracterización de este heterogéneo universo, sino que no reconoce las múltiples articulaciones que muchos de los actores comprendidos bajo estas categorías generales –como “tercer sector”, organizaciones de “la sociedad civil” o “sin fines de lucro”- establecen con otros actores de la política y la economía muy poderosos.

La falta de atención a estas diferencias y matices, y la propia utilización de estas categorías generales, representa una significativa limitación en la propuesta del **periodismo social** respecto a uno de sus principios fundamentales: el de “dar voz a los que no tienen voz”. En efecto, no es posible sostener que todas las organizaciones e instituciones que la autora incluye bajo la denominación “tercer sector” tienen las mismas dificultades para lograr visibilidad pública, y sufren los mismos procesos de estigmatización.

Sumado a ello, al detallar la “terminología” y las “herramientas” de participación ciudadana¹⁰⁶, la autora tiende a excluir del análisis ciertos modos específicos y menos

¹⁰⁶ Una descripción detallada, para la cual cita como fuente a la ONG Poder Ciudadano.

institucionalizados de entender y practicar la ciudadanía, tales como las manifestaciones callejeras y la protesta social.

Esto se pone en evidencia en uno de los ejemplos que se mencionan de “alianza” entre periodistas y organizaciones del tercer sector: nos referimos a la campaña “Jubilemos los privilegios” que, según Cytrynblum, “fue la primera vez que una instancia de participación directa de los ciudadanos pudo generar una ley” (Ibid.: 213). Si bien la Ley 25.668 de Regímenes Jubilatorios que se aprobó en octubre de 2002 fue la primera normativa impulsada formalmente bajo la figura de iniciativa legislativa popular – incorporada a la Constitución argentina con la reforma del año 1994-, la autora desconoce absolutamente otras formas de participación ciudadana que impulsaron la presentación de proyectos de Ley en el Congreso, su posterior sanción, y numerosas políticas de Estado¹⁰⁷.

En ese sentido, las reflexiones planteadas por la autora sugieren que la acción ciudadana sería completamente impotente sin el acompañamiento de los medios de comunicación. Y a la vez, aunque reconoce que ha habido casos en los que los medios han tendido a invisibilizar o dar una cobertura “despectiva” a ciertas iniciativas provenientes del sector social (Ibid.: 213-214), Cytrynblum no tematiza –ni siquiera se pregunta- las razones por las que ello ocurre, ignorando una cuestión que podría constituirse –incluso- en una limitante para la misma apropiación de la propuesta del **periodismo social** en los medios de comunicación.

En vinculación con eso, si bien se plantea que los periodistas deben desarrollar su tarea en un marco de condicionamientos impuestos por las empresas en las que trabajan, la autora elige no abordar en profundidad ese aspecto de la práctica periodística, afirmando que se trata de una “tensión estructural” de la profesión y de un “hecho irresoluble”.

Por otra parte, en cuanto a la experiencia de la “Red de Diarios en Periodismo social” -y más allá de que en la búsqueda realizada en el marco de este trabajo, no se encontró información detallada al respecto- cabe indicar que los principios planteados por el **periodismo social** no han tenido prácticamente impacto en los medios que la integran,

¹⁰⁷ Basta mencionar algunos ejemplos paradigmáticos de la última década, como la anulación en el año 2003 de las Leyes de Obediencia Debida y Punto Final, por la que lucharon durante casi veinte años los organismos de derechos humanos; el Programa Nacional de Educación Sexual Integral, aprobado a través de la Ley 26.150 de 2006 y promovida por organizaciones vinculadas a la problemática de género y los derechos de las mujeres; la Ley de Prevención y Sanción de la Trata de Personas y Asistencia a sus Víctimas, cuya sanción en el año 2008 fue el resultado de la incansable lucha de Susana Trimarco y la Fundación María de los Ángeles; e incluso la sanción de las llamadas “Leyes Blumberg”, aprobadas tras las multitudinarias manifestaciones a las que convocó en 2004 Juan Carlos Bulmberg.

al menos ése el caso del diario *La Voz del Interior*. En efecto, si bien en la información relativa a sus aspectos institucionales, el diario menciona esta Red y se plantea como “miembro fundador”¹⁰⁸, no explicita qué principios de esta perspectiva aplica en su producción informativa, ni cita piezas periodísticas realizadas bajo esta modalidad¹⁰⁹.

Una de las evidencias más patentes de que no se han incorporado las “recomendaciones” del **periodismo social**, se manifiesta precisamente en la creación de la sección “Ciudadanos”: a fines de 2009 el diario impulsó un conjunto de transformaciones en su estructura, reemplazando las clásicas secciones de política, economía, sociedad, policiales, por una nueva organización, “con prioridad [de] la información local”¹¹⁰. En este rediseño, la creación de la sección “Ciudadanos”, tenía como fin concentrar las noticias, con interpretación y opinión, “sobre los temas que impactan en nosotros”¹¹¹.

Sin embargo, la sección -lejos de “vincular muchos de los temas que afectan a los y las ciudadanos con la posibilidad de ejercer los derechos” (Ibid.: 124), disminuir “la distancia entre la memoria corta del periodismo y el proceso lento y continuo de las reformas sociales” (Ibid.: 102-103), mover “a la acción” (Ibid.: 103), etc., como propone Cytrynblum-, pareciera constituir el espacio del diario que no responde a ningún criterio o recorte temático o de cobertura específico y claro¹¹², a diferencia de lo que ocurre con otras secciones de *La Voz del Interior*, como “Negocios”, “Sucesos”, “Política”. Por otro lado, se ubican en “Ciudadanos” las noticias más livianas y menos relevantes, las historias de vida, etc.

Así, no sólo no se transforman en absoluto las operaciones de cobertura periodística cotidianas, sino que se sostiene la lógica –“tradicional”, según Cytrynblum- de incluir las notas de color, en secciones específicas destinadas a ello¹¹³. En ese sentido, tampoco contribuye esta sección a ampliar la agenda del medio, ni a incluir fuentes no oficiales.

¹⁰⁸ http://archivo.lavoz.com.ar/institucional/RSE-Balance_La_Voz_del_Interior_2013.pdf

¹⁰⁹ Ibid.

¹¹⁰ http://archivo.lavoz.com.ar/institucional/pdf/Historia_La_Voz_del_Interior.pdf

¹¹¹ Ibid.

¹¹² Por supuesto, la decisión respecto a la sección del diario donde una pieza periodística será presentada es en sí misma una decisión sobre la agenda informativa del medio y sobre el enfoque con el que un acontecimiento será abordado en términos periodísticos.

¹¹³ Para dar cuenta de estas afirmaciones, incluimos a modo de ilustración algunos de los titulares de la sección ciudadanos en distintas ediciones de *La Voz del Interior*: “No quisiera que su hijo se apasione con el tenis”, “Carla ya ganó su partido más difícil”, “El viernes anunció que la iba a matar”, “Un feticida, dos familias que quedan sin consuelo”, “Más evacuados por las inundaciones” (edición del lunes 7 de julio de 2014); “La falta de gas por la explosión frena la producción en varias industrias”, “Un bacilo o un mal plan económico”, “Si hay denuncias, interviene el tribunal de conducta” (edición del lunes 4 de agosto de 2014); “Agosto tuvo 38 muertos en el tránsito por rutas y calles”, “Organizan desfile de ‘talles reales’

Aunque el **periodismo social** se presenta como “una nueva disciplina”, y la “Red de Diarios en Periodismo social” pretende constituir un “excelente” ejemplo (Ibid.: 85) de la necesidad de los periodistas de repensar su práctica, resulta significativo que la autora no evalúe la real incidencia de esta propuesta en las rutinas de producción periodística de los medios que integran dicha Red.

Las cuestiones señaladas dan cuenta de las serias limitaciones de esta perspectiva para ofrecer una lectura más acabada de las condiciones en las que el trabajo periodístico se despliega y de la complejidad de la realidad que los periodistas deben relatar cotidianamente. ¿Cómo es que estos profesionales podrían sostener una mirada “imparcial” y ofrecer a la sociedad una “imagen más completa de sí misma”? No parece que esto sea posible en el contexto de las herramientas ofrecidas por la propia propuesta del **periodismo social**.

para impulsar una ley”, “La maldición del ‘control-C, control-V’” (edición del lunes 1 de septiembre de 2014). Como se observa, se toman para el ejemplo los títulos principales de la edición del primer lunes de los meses de julio, agosto y septiembre de 2014.

Capítulo V

A manera de conclusión

1. Tres perspectivas: convergencias, divergencias y matices

El campo de los estudios de comunicación en América Latina se constituyó como tal con el horizonte de develar y romper el proceso de dominación ideológica y cultural al que se encontraban sometidos los países de la región por la vía de la comunicación masiva. Como afirma Barbero, uno de los presupuestos fundamentales en el momento del surgimiento del campo indicaba que si la comunicación era “escenario privilegiado de la dominación ideológica”, no se trataba por lo tanto de simplemente “comprender el funcionamiento discursivo de la ideología”, sino de “hacer frente a las implicancias prácticas de su tramposa neutralidad” (2004: 46).

En ese marco, el periodismo –y sus múltiples articulaciones con la literatura, el cine, el humor gráfico y la historieta- se constituyó como un objeto relevante para dar cuenta de, entre otras cuestiones, las lógicas, valores y contradicciones de la cultura popular. El sensacionalismo, el gusto popular, las articulaciones entre los medios y la política, los vínculos entre la noticia y la publicidad, la calidad periodística, y las políticas comerciales de los medios, son algunas de las cuestiones centrales que han atravesado los debates que se desarrollaron desde entonces en torno al periodismo.

Pero con el proceso de mediatización, que transformó de manera significativa el lugar de los medios y tecnologías de comunicación e información en la cultura y en la economía, se plantearon nuevos desafíos en relación a la problemática de la *democratización* de la sociedad, tanto en las posibilidades de producir una reflexión fecunda que se hiciera cargo de “las dimensiones históricas del pensar” (Mata, 2012: 55), como en la posibilidad de diseñar estrategias de intervención sobre la realidad.

Esos desafíos fueron asumidos de distintos modos en contextos y coyunturas diferentes: en algunos casos, se asumieron con el horizonte de irrumpir en el orden establecido para transformarlo; en otros, en cambio, con la pretensión de reconstruir y restablecer ese orden.

Precisamente, en el corazón de estos desafíos puede inscribirse a las tres perspectivas que hemos analizado en este trabajo, más allá de las diferencias contextuales y coyunturales que pueden claramente plantearse entre ellas.

Así, a pesar de las distancias espaciales y temporales -el **public journalism** surge a fines de los años del 80 en los Estados Unidos, **Voces Ciudadanas** surge una década después en Colombia y el **periodismo social** emerge en el marco de la paulatina recuperación de la Argentina, luego de la crisis económica, política y social que tuvo su estallido en diciembre de 2001-, las tres perspectivas coinciden en diagnosticar una fuerte disociación entre, por un lado, las representaciones de la realidad social construidas desde los medios y las experiencias de la ciudadanía, y por otro, los sentidos construidos por los periodistas en torno a su tarea y su rol social y las expectativas de al menos una parte de los lectores, radioescuchas y televidentes al respecto. Lo que preocupa a los académicos y periodistas que dan origen a estas propuestas son las significativas consecuencias que esta disociación tiene, no sólo sobre la legitimidad y credibilidad de los medios de comunicación, sino especialmente sobre la vida pública y el vigor de la democracia.

En ese sentido, más allá de los matices, las tres perspectivas comparten una mirada general en torno al lugar primordial que los medios tienen en los regímenes democráticos, y a la urgencia de *reposicionar* a estos dispositivos de comunicación masiva como *mediadores* entre la ciudadanía y el poder político, para reconstruir los vínculos sociales.

Sin embargo, ese horizonte que las tres propuestas comparten está basado en un *presupuesto* que resulta, desde nuestro punto de vista, muy discutible a la luz de los procesos históricos de los que se pretende dar cuenta y que sustentan precisamente el afán de transformar el modo de hacer periodismo: el contraste que producen “las sombras del presente proyectadas contra” la imagen abstracta de una democracia y de una cultura cívica que se asume que existieron antes de que los medios abandonaran su “genuino” cometido, como si hasta ese momento “el debate político democrático hubiera sido efectivamente un debate sólo –o sobre todo- argumentativo que efectivamente comprometía a los ciudadanos a una disposición activa, etc.” (Caletti, 2002: 28). Es decir, es como si estas perspectivas tuvieran la aspiración de volver a un *origen* en el que se supone que los medios de comunicación facilitaban el debate racional y argumentado, y el fruto de ese debate era la articulación y evolución hacia formas sociales cada vez más desarrolladas.

En el caso del **public journalism** hay que añadir, además, una mirada según la cual las operaciones mediáticas podrían producir casi automáticamente prácticas sociales específicas, ya que el llamado “distanciamiento” de los ciudadanos respecto a la vida pública democrática se atribuye en esta perspectiva centralmente al accionar –más o menos intencionado- de periodistas y medios de comunicación.

La concepción, que las tres propuestas analizadas comparten, es incapaz de dar cuenta de la “índole de los dispositivos que obran como sustrato de ciertas transformaciones que se producen tanto en nivel político como en nivel de los medios de comunicación y en los vínculos existentes entre ambas instancias de la acción social” (Mata, 2002b: 180). No sólo ignora la complejidad de las múltiples dimensiones y procesos que constituyen una determinada configuración social, sino que también –en el caso del **public journalism**- deja a los ciudadanos reducidos a su condición de *públicos*, ya que su práctica en relación a la vida pública se explica en referencia exclusiva a la acción de los medios de comunicación.

Este diagnóstico –que desconoce la incidencia de distintos fenómenos históricos, culturales y políticos en las transformaciones que han tenido lugar en las últimas décadas del siglo XX- resulta absolutamente coherente con el carácter fuertemente normativo de las tres perspectivas, según el cual el periodismo tiene un papel esencial que cumplir: el de ser el instrumento que contribuya a mejorar el diálogo entre los múltiples actores de la sociedad, facilitar los procesos de deliberación entre ciudadanos, y de ese modo dar sostén a la democracia¹¹⁴.

Así, tal como es planteado en los materiales analizados durante el desarrollo de este trabajo, se presupone que los medios masivos de comunicación constituyen *dispositivos neutrales* que responderán a ciertos fines u otros en virtud del uso que se les de, y es esa neutralidad la condición que garantiza justamente que los nobles objetivos establecidos para los medios puedan llevarse a cabo potencialmente.

Sin embargo, como ya indicamos en el primer Capítulo de este trabajo, sostener esta concepción implica *autonomizar* a la tecnología de las relaciones sociales en las que surgen y en las que se inscribe su desarrollo (Williams, 2011; Caletti, 2000, 2002).

¹¹⁴ Cabe advertir que, en el caso de lo que hemos reconocido como una segunda etapa del **periodismo público** colombiano, Miralles sostiene que lo propio de los medios en democracia es visibilizar los disensos. Sin embargo, como se desprende del análisis, esa visibilización continúa orientada a que las distintas miradas sobre una misma problemática puedan expresarse y atenderse en el momento de toma de decisiones. Es decir, si bien hay un matiz en relación a la primera etapa de esta perspectiva, donde los medios deben facilitar la deliberación y luego visibilizar los consensos, en ambos momentos el objetivo es que, por la acción de los medios, todas las voces hayan tenido posibilidad de plantearse públicamente para el momento de tomar las decisiones institucionales.

Como indica Raymond Williams en sus críticas a los estudios de los efectos, la idea de que como resultado de la influencia de los medios de comunicación la sociedad adopta ciertas representaciones sobre la realidad y desarrolla determinadas prácticas, implica asumir que esas representaciones y prácticas no existían previamente. Pero “en el movimiento del gusto y de la opinión públicos, no puede empezarse una tendencia, sino acentuar una que ya existe” (Williams, 1974: 99). Esto es así, más allá de que en ese proceso de afirmación de determinada tendencia, “puede desequilibrarse la balanza de los intereses y limitarse las dimensiones de la respuesta original en potencia” (Ibid.).

No obstante ello, los medios de comunicación pueden ser parte de un proyecto de democratización social: si las sociedades están atravesadas por contradicciones y contingencias que impiden predecir su evolución, lo mismo ocurre con los medios. Por lo tanto, las posibilidades y obstáculos de ese proyecto “no dependerá de propiedades fijadas del medio ni del carácter necesario de sus instituciones, sino de una acción y una lucha sociales continuamente renovables” (Williams, 2011: 170-171).

2. En torno a la democracia: consenso y conflicto

El análisis que hemos realizado en el marco de esta investigación indica que las tres perspectivas se basan en una concepción de la democracia que focaliza en su expresión institucional: lo fundamental es la instancia de toma de decisiones y el proceso mediante el cual se arriba a ellas. La medida de la democracia es la cabida que da a la expresión de las distintas miradas y los acuerdos que se logran articular en el proceso de debate y resolución de una temática determinada.

A partir de esta observación general, es posible identificar algunos matices entre las tres perspectivas.

En el caso del **public journalism**, los conceptos de *democracia* y *deliberación* provienen de las reflexiones de John Dewey acerca de la constitución de un “genuino público”¹¹⁵, y del “modelo liberal del ámbito público burgués”, presentado por Habermas en su *Historia y crítica de la opinión pública*. Los referentes de esta propuesta se afirman en ese modelo a pesar de las críticas que éste recibió en el marco de los debates académicos acerca de la democracia y la esfera pública de principios de

¹¹⁵ Dewey, J. (2004): *La opinión pública y sus problemas*. Ediciones Morata: Madrid.

la década del 90. En efecto, en los textos analizados se reproducen sin más dos de los supuestos más cuestionados del modelo presentado por el autor alemán: por una parte, aquel según el cual es posible poner entre paréntesis al interior del ámbito público las diferencias y desigualdades económicas, culturales, étnicas, presentes en la sociedad; por otra, el supuesto de que la deliberación en ese ámbito se restringe al bien común, y que la exclusión de asuntos e intereses considerados “privados” es necesaria y posible. Con respecto a la primera cuestión, cabe señalar que los referentes del **periodismo público** norteamericano ni siquiera tematizan la existencia de *diferencias* y *desigualdades* sociales y su impacto en los procesos deliberativos. Al contrario, se asume a esos procesos como “un espacio de grado cero de la cultura” (Fraser, 1993: 36), completamente ajenos a relaciones de poder y jerarquías vinculadas a condiciones económicas, de género, étnicas y culturales.

Nancy Fraser cuestiona del modelo habermasiano esta forma de entender los procesos deliberativos, y afirma que aún cuando no existan impedimentos formales o explícitos para la participación en ellos, las diferencias y desigualdades inciden sobre la interlocución, en tanto hay actores, temáticas, narrativas y modalidades de expresión que se han constituido como legítimas para el debate y la visibilidad públicos, en contraposición a otros:

“Mientras poner entre paréntesis las desigualdades sociales dentro de la deliberación quiera decir proceder como si no existieran, cuando en realidad sí existen, no habrá manera de fomentar la paridad participativa. Por el contrario, poner entre paréntesis la desigualdad de esta manera usualmente funciona en beneficio de los grupos dominantes de la sociedad y en contra de los subordinados” (Ibid.: 36).

En relación a la segunda cuestión, desde el **public journalism** se entiende que la intervención de intereses o asuntos privados en los procesos deliberativos representa un obstáculo. En esta perspectiva, la deliberación está orientada a la construcción y definición del bien común, del consenso, de la decisión “con la que todos puedan convivir”; pero ello supone dejar de lado intereses o necesidades “particulares”, para participar de la deliberación en función de lo que se entiende como el interés público. Sin embargo, como sostiene Fraser,

“En general, no hay manera de saber con anticipación si el resultado de un proceso deliberativo va a ser el descubrimiento de un bien común en el que los conflictos de

interés se evaporen como meramente aparentes o, más bien, el descubrimiento de que los conflictos de intereses son reales y el bien común es quimérico” (Ibid.: 50).

Cuando las relaciones de poder y subordinación pretenden ponerse entre paréntesis y no pueden ser ellas mismas objeto del debate, hay buenas razones para asumir que cualquier consenso que se postule como representación del “bien común” responderá a los intereses de aquellos que ocupan la posición dominante¹¹⁶.

Algo similar ocurre con la propuesta del **periodismo público** colombiano. Tal como indicamos en el tercer Capítulo de este trabajo, si bien en los planteos de Ana María Miralles se observa inicialmente una concepción de democracia deliberativa que sí reconoce las críticas realizadas al modelo de Habermas, y hace uso de la noción de “públicos en competencia” de Nancy Fraser, se descartan los aspectos vinculados a la visibilización de las condiciones de subordinación contenidos en la formulación original de esa noción por parte de la autora norteamericana.

Incluso en el texto en el que Ana María Miralles opera con el concepto de democracia radical, donde lo central es el *antagonismo*, no se entiende a los contra-públicos como espacios de disputa, sino sólo de expresión de identidades diversas. Según Miralles, los medios de comunicación deben ser capaces de

“estructurar su trabajo a partir de esos públicos y contra-públicos, de sus discursos y prácticas, para que pueda llegar no solamente a ser polifónico sino que sea

¹¹⁶ Cabe señalar que, en un texto publicado en el año 2000, Rosen refiere a los postulados de Habermas y a las críticas que recibió su modelo del ámbito público, en particular aquellas formuladas por Nancy Fraser. Sin embargo, la breve referencia que el autor realiza lejos de orientarse a ampliar sus propias reflexiones sobre el concepto de espacio público, se orienta a sostener que el lenguaje teórico de pensadores como Habermas y Fraser no logra dialogar con los actores que efectivamente participan del debate público. Según Rosen: “El ensayo de Fraser es contundente y útil para otros que desean entrar en el campo del debate académico sobre la esfera pública. Pero también limita la esfera de ese debate –su publicidad, por así decirlo- a aquellos que conocen los términos y son parte de ese ámbito. (...) Este tipo de lenguaje es a la vez exigente en su intento de rigurosidad teórica y exclusivamente dirigido a lectores con conocimientos en teoría crítica, uno de los dominios especializados de la universidad y las asociaciones políticas. Muchas personas saben cómo leer y aprender del detallista y sugestivo ensayo de Fraser, titulado ‘Repensar el ámbito público: una contribución a la crítica de la democracia realmente existente’. Pero muchos otros –incluyendo a personas que desarrollan su labor en la esfera pública- no. (...) hay una contribución que el modo de ‘repensar la esfera pública’ de Fraser no puede hacer. Conozco a cientos de reflexivos periodistas, preocupados por la democracia y la vida pública. Todos ellos operan en la esfera pública norteamericana, tal como es. Difícilmente conozca a uno que esté bien instruido en teoría crítica, haya incorporado siquiera las ideas básicas del trabajo de Habermas, o podría encontrar los puntos en los que sus propios esfuerzos para cultivar un mejor clima para la discusión pública se encuentra con algunas de las ideas de Nancy Fraser” (Rosen, 2000: 34-35).

Más allá de estas críticas de Rosen al debate académico y teórico, lo que nos interesa destacar aquí es ese mismo debate no parece haber incidido, ni siquiera traducción mediante, en las reflexiones del **public journalism**.

estructuralmente pluralista. Un periodismo de este tipo no orbitaría en torno a un centro, sino alrededor de múltiples actores y centros productores de información” (2011: 202).

Y agrega, además, que lo que el periodismo debería hacer es “desarrollar imaginativamente la comunicación para encontrar los puntos de intersección de las demandas y diferencias de esas identidades” (Ibid.: 202-203).

En ese sentido, el **periodismo público** colombiano sostiene una noción de democracia que, en su etapa inicial, se ajusta a la propuesta de Habermas y el **public journalism**, afirmándose en la idea de procesos deliberativos y construcción de consensos; y en su segunda etapa, a pesar de trabajar con los conceptos de antagonismo y disensos, parece orientarse también a la elaboración de ciertos acuerdos -al menos provisorios- acerca de las temáticas que se debaten en el espacio público. Es decir, más allá de la posición de Mouffe, para Miralles en la “arena política” es necesario encontrar “consensos temporales”, pero el modo más democrático de alcanzarlos es por la vía de “radicalizar la visibilidad de los disensos y la diversidad sin que ello se entienda como la disolución de un orden” (Ibid.: 167).

En el caso del **periodismo social**, la democracia se identifica con una idea de articulación equilibrada entre los tres sectores que existen en la sociedad: política, economía y sector social. Los medios de comunicación son los que deben contribuir, precisamente, a lograr y sostener esa articulación, ya que lo que ocurre habitualmente es que dos de esos sectores -política y economía- obtienen preponderancia por sobre los otros, y allí radica la principal debilidad de la democracia. Así, aunque no se explicita en qué consistiría esa articulación equilibrada, se observa que la medida a partir de la cual se define a la democracia proviene de una suerte de concordancia y armonía entre los que Cytrynblum considera los tres actores sociales fundamentales.

Lo que nos interesa destacar respecto a las tres perspectivas -y que hemos intentado poner de manifiesto también a través de la explicitación de ciertos matices- es que éstas sostienen una conceptualización de la democracia que tiende a negar la conflictividad social como su fundamento. De esta manera, se postula como horizonte a alcanzar el ideal de una **comunidad** que, a pesar de la diferencia y la diversidad, pueda reunificarse y articularse armónicamente como un todo.

Una postura que, como hemos tratado de explicitar, no permite dar cuenta del modo en que efectivamente se desarrollan los procesos de estructuración, reproducción y transformación de las sociedades en el marco de regímenes democráticos. Contra las

concepciones “intercambistas, contractuales o comunicacionales de la comunidad política”, Jacques Rancière postula que la democracia es litigio y desacuerdo:

“En toda discusión social donde hay efectivamente algo que discutir, está implicada esta estructura, esta estructura en la que el lugar, el objeto y los sujetos mismos de la discusión están en litigio y en primer lugar tienen que ser probados. Antes de toda confrontación de intereses y valores, antes de todo sometimiento de afirmaciones a peticiones de validez entre interlocutores constituidos, está el litigio sobre el objeto del litigio, el litigio acerca de la existencia del litigio y de las partes que se enfrentan en él” (2007: 75).

María Cristina Mata, por su parte, ha señalado los riesgos que conlleva plantear la posibilidad de una comunicación transparente y de un diálogo pleno como realización de una sociedad inclusiva, sin conflictos ni desigualdades: lo que esta ilusión produce, en definitiva, es un borramiento del propio obrar democrático. Frente a ella,

“la expresión del conflicto equivale a desmontar la regulación técnica de las interacciones reponiendo una reflexión moral como fundamento de una acción política y comunicativa; una reflexión que habilite la presencia del otro no en términos de diferencia categorizable sino en términos de equidad” (Mata, 2002b: 195).

3. Ciudadanos, públicos, consumidores: subjetividad y medios de comunicación

La idea de que los medios pueden contribuir al desarrollo de una comunicación abierta, transparente y horizontal está presente de algún modo en las perspectivas que hemos analizado. En los tres casos se afirma el postulado de que los periodistas deben poner en el centro a la ciudadanía, y que su tarea es facilitar el diálogo entre ciudadanos y, fundamentalmente, operar una suerte de *mediación* entre éstos y el poder político. Pero en ese postulado se presupone que esa mediación puede desarrollarse como un proceso transparente y libre de tensiones e intereses, y a la vez que la ciudadanía es como una condición que los sujetos tienen a priori y que simplemente deben asumir para que su palabra sea escuchada por quienes tienen la responsabilidad de tomar las decisiones. En ese sentido, la ciudadanía antecede a los mismos individuos, y éstos eligen practicarla o no.

Por otra parte, como ya ha sido señalado en los Capítulos II, III y IV, las tres perspectivas restringen la condición ciudadana a una esfera de acciones y discursos que se define siempre en referencia al Estado.

Ello resulta discutible en la medida en que las transformaciones que tuvieron lugar en las últimas décadas del siglo XX, en el contexto de la globalización, han complejizado los ámbitos en los que se desarrolla la vida social y las articulaciones que se producen entre ellos, planteando novedosos desafíos -tanto en los países emergentes como en los desarrollados- para los procesos de identificación y en los entornos para la acción política, social y cultural. El propio resurgimiento del discurso de la sociedad civil y la renovada atención que obtuvo la noción de ciudadanía desde distintas disciplinas de las ciencias sociales dan cuenta de ese proceso. Al respecto, indica Manuel Garretón:

“La ciudadanía es la reivindicación y reconocimiento de derechos y deberes de un sujeto frente a un poder. Si los ámbitos o esferas de la sociedad no se corresponden, si se separan y se autonomizan, si a su vez la política se restringe en su ámbito de acciones sin perder su función integrativa, si aparecen múltiples dimensiones para ser sujeto y si, a su vez, los instrumentos que permiten que esos sujetos se realicen son controlados desde diversos focos de poder; lo que estamos diciendo es que estamos en presencia de una redefinición de la ciudadanía en términos de múltiples campos para su ejercicio” (1995: 102-103).

Así, en las tres perspectivas, la visibilización de la palabra de los ciudadanos –“*starting where the citizen starts*”, “empoderar al ciudadano” o “dar voz a quienes no tiene voz”- tiene como principal destinatario al Estado, y no a otros poderes económicos y políticos que existen en las sociedades contemporáneas.

Pero, ¿de qué modo es que se activa la ciudadanía? En relación a este punto, podemos encontrar algunas diferencias.

En el caso del **public journalism** y del **periodismo público** colombiano, la condición ciudadana se activa en la medida en que los sujetos se involucran en procesos de debate y deliberación. En ese sentido, la ciudadanía es de carácter fundamentalmente individual, aunque su realización implique la interacción con otros, en virtud de la cual se constituyen *públicos deliberativos*.

Los referentes del **periodismo público** norteamericano entienden que la ciudadanía también se corporiza en la participación en iniciativas que, de manera colectiva, los sujetos emprenden para intentar dar respuesta a problemáticas puntuales. Sin embargo, en lo que respecta a la promoción de la participación que corresponde llevar adelante a los medios -con el fin de que los ciudadanos se involucren en la vida pública- basta con promover la constitución de públicos.

Miralles, por su parte, deja bien claro que el activismo más allá de los procesos deliberativos, no corresponde a la esfera de acción y al tipo de ciudadanía que el **periodismo público** se propone estimular.

Para estas dos perspectivas, en la medida en que los individuos no se involucran en procesos deliberativos sobre asuntos de interés público, mantienen una posición que los reduce a “meros” *consumidores pasivos de información*.

En el **periodismo social**, en cambio, si bien la condición ciudadana preexiste a los sujetos, la participación social que se pretende reconocer y destacar en los medios para fortalecer la democracia es aquella que proviene de las instituciones y organizaciones del tercer sector, es decir, la de los “ciudadanos organizados”. Son estos espacios de organización y “solidaridad”, de trabajo voluntario, donde Alicia Cytrynblum encuentra un actor social de importancia, que debe ponerse a la misma altura que los actores de la economía y la política. Por lo tanto, en este caso, se trata de un activismo que ya está presente en la sociedad y que por su relevancia debe encontrar un lugar en los medios. En esta perspectiva no aparece la idea de públicos deliberativos, porque no es la deliberación, sino el trabajo voluntario y solidario el que define a la ciudadanía; y el público se constituye, en cambio, en el acto de consumo de un medio o producto mediático. El pasaje de la condición de *públicos consumidores* a *ciudadanos* en los medios de comunicación tiene que ver, en la propuesta del **periodismo social**, con la posibilidad de estos individuos de ser representados y consultados como fuentes, en su calidad de activistas del tercer sector.

Como es posible observar, en las tres perspectivas analizadas hay una utilización de los conceptos de ciudadanía, de público y de consumidores que puede ser discutida.

En primer lugar, se trata de nociones que, como bien ha planteado María Cristina Mata, es necesario distinguir claramente, en tanto remiten a dimensiones y prácticas diferentes de la vida social y en relación con los medios de comunicación (2003: 23).

En segundo lugar, hablar de “consumidores pasivos de información” es problemático, ya que, a partir de las investigaciones sobre recepción, el campo de estudios de comunicación mostró acabadamente que los procesos de decodificación de los mensajes de los medios no sólo constituyen una actividad compleja, sino que están atravesados por operaciones de deformación, réplica, complicidad y resistencia de parte de los receptores (Barbero, 2004: 133-134). Frente a la concepción que había prevalecido tanto en las escuelas funcionalistas como en la teoría crítica, a la hora de explicar el funcionamiento de los medios de comunicación, basada en el estereotipo de masa

(Mattelart y Mattelart, 2000: 103), los estudios de recepción inauguraron una nueva matriz teórica que se negaba a entender a la comunicación como un “amasijo de meras técnicas para considerarlo como un conjunto de prácticas sociales” (Ibid.: 106). Lo que se repuso, de este modo, fue una reflexión sobre el sujeto en el análisis de la producción mediática.

En tercer lugar, los conceptos de ciudadanos, públicos y consumidores refieren, desde nuestro punto de vista, a distintas modalidades de vinculación de los sujetos con los medios de comunicación.

Como indica Mata, los *públicos* son entidades colectivas,

“grupos que se reconocen como tales en función de comportamientos del orden de la adhesión, del vínculo estable (...). Ser público de un medio, de un programa, de un tipo de espectáculo, no es sólo comprar un diario, mirar un informativo o asistir a tal o cual recital. Es, además de ello, reconocerse como parte de un conjunto mayor que realiza las mismas acciones y, en ese sentido, compartir códigos, saberes, percepciones, gustos, valoraciones, actitudes que permiten comunicarse con otros, identificarse, distinguirse, acordar, polemizar” (2003a: 23).

Hablar de *consumidores*, en cambio, es referirse a la acción empírica del consumo, es hablar de los individuos reales que adquieren o usan (leen, miran, escuchan) habitualmente un producto o bien cultural. Finalmente, la *ciudadanía*, no sólo remite a la condición jurídica según la cual los individuos se constituyen en titulares de derechos y obligaciones frente al Estado, sino que refiere al “ejercicio del derecho a tener derechos”, es decir, “la posibilidad y capacidad de constitución de sujetos en el espacio público a través de prácticas articuladas en torno a las demandas y propuestas por derechos” (Mata, Córdoba y otros, 2009: 185.).

Así, no sólo estas nociones remiten a distintas condiciones desde las cuales los sujetos actuamos en las sociedades contemporáneas, sino que, en virtud de la centralidad que los medios y tecnologías de información y comunicación han tomado en las últimas décadas, entre la condición de públicos y la de ciudadanos se establecen diversas *tensiones* y *convergencias*. En relación a ello, Mata se pregunta

“hasta qué punto el haber sido constituidos como públicos de los medios masivos limita la posibilidad de reivindicar los derechos a la libre expresión y a la información sin los cuales se dificulta la aparición en el espacio público mediatizado –propio de las actuales sociedades–, de sujetos capaces de disputar desde la perspectiva de esos derechos el sentido del orden establecido” (Ibid.: 187).

En las tres perspectivas analizadas, estos conceptos se utilizan de manera superpuesta, reduciendo así la posible comprensión de las complejas modalidades a partir de las cuales los individuos nos vinculamos con los medios, y su incidencia en la forma en que nos pensamos como *sujetos de comunicación*.

4. Derechos a la comunicación: límites y posibilidades en relación al periodismo

Tanto en los relatos en torno a los orígenes de los medios de comunicación, como en el ámbito profesional en la actualidad, las libertades y los derechos vinculados a la prensa son planteados como constitutivos del periodismo. En ese marco, las tres perspectivas que hemos analizado en esta investigación tematizan la cuestión de esos derechos y libertades.

En todos los casos se postula la centralidad de la libertad de prensa en los regímenes democráticos, en virtud de entender a los periodistas como agentes ineludibles a través de los cuales los ciudadanos pueden ejercer ciertos derechos, especialmente el acceso a la información. En ese marco, las tres propuestas cuestionan lo que interpretan como una suerte de tergiversación de las ideas, protecciones, y prerrogativas establecidas en lo que históricamente se concibió como libertad de prensa: frente a la apropiación que ha realizado el periodismo profesional, se sugiere que los verdaderos titulares de esos derechos son los ciudadanos, y los periodistas deben constituirse en un instrumento que facilite su ejercicio, y así cumplir el rol que les cabe a los medios en regímenes democráticos.

Esta *problematización* de lo que, según estas perspectivas, se ha entendido tradicionalmente como libertad de prensa, está motivada –además– por el reconocimiento de la significativa incidencia de los medios de comunicación en la elaboración de representaciones sobre la realidad social, en el marco de las transformaciones que han tenido lugar en las últimas décadas, particularmente el crecimiento exponencial del sistema de medios.

A la vez, es ese crecimiento el que, en los tres casos, plantea nuevos desafíos para el trabajo periodístico: las numerosas tensiones a las que están sometidos los periodistas en sus contextos laborales, en función del modo en que las presiones económicas de la empresa mediática atraviesan la actividad propiamente periodística.

Tanto el **public journalism** como el **periodismo social** reconocen estas tensiones como condicionamientos que pueden afectar seriamente la calidad periodística, con las consecuencias que ello tiene sobre las posibilidades de acceso a la información de parte de los ciudadanos. Ambas perspectivas proponen, en tal sentido, la transformación de las prácticas y rutinas periodísticas como una iniciativa que, además de mejorar el producto del trabajo de los periodistas, constituye una estrategia comercial conveniente, en la medida en que potencialmente facilitaría aumentar el caudal de lectores/radioescuchas /televidentes, en cuanto fortalece la valoración que éstos tienen del medio en cuestión.

El **periodismo público** colombiano, en cambio, plantea que existe una contradicción irresoluble entre el principio de libertad de prensa y el de libertad de empresa. Una contradicción que ya estaba presente en la formulación inicial de la teoría liberal, y que con las transformaciones sociales recientes y el crecimiento de las empresas mediáticas no hizo más que agudizarse. Así, se concibe a los medios de comunicación como un poder que, en ciertas condiciones, se presenta como una amenaza potencial a la democracia. En ese marco, la propuesta que se plantea desde esta perspectiva tiene un carácter fundamentalmente normativo: la necesidad de cambiar el modo de hacer periodismo se argumenta principalmente en relación al rol de los medios de comunicación para la vigencia y fortalecimiento de la democracia, cumplir con la promesa que está presente en el propio nacimiento de estos dispositivos¹¹⁷.

Ahora bien, aunque se reconoce el lugar central que los medios tienen en la construcción de aquello que cada día se asume de manera compartida como realidad social, las tres perspectivas parecen no advertir suficientemente su *capacidad performativa y modeladora*.

Como ha indicado Mata,

“cotidianamente, los medios y redes de información nos dicen lo que somos y nos ocurre, en un decir que nos interpela y nos constituye desde la adhesión o el rechazo que, en variados grados y modos, ellos suscitan. La información sobre nosotros mismos y la realidad que hacemos y vivimos y que los medios nos proveen a través de miles de

¹¹⁷ Como hemos indicado en las primeras páginas de este Capítulo, las tres perspectivas analizadas tienen un carácter fuertemente normativo. Sin embargo, lo que nos interesa poner de relieve en este punto es que tanto el **public journalism** como el **periodismo social** se presentaron como propuestas que, no sólo facilitarían el cumplimiento de la *verdadera misión* del periodismo –sostener la democracia y facilitar el ejercicio de los derechos vinculados a la comunicación por parte de ciudadanos-, sino también como una *opción estratégica*, que resultaba atractiva para fortalecer a los medios en su condición de empresas con fines de lucro. El **periodismo público** colombiano, en cambio, no se muestra como una alternativa rentable y provechosa en términos comerciales.

palabras e imágenes no es el único alimento para pensarnos y actuar. Sin embargo, la magnitud que adquieren en nuestras sociedades mediatizadas esas palabras e imágenes, la fuerza que alcanzan en tanto no podemos pensarnos sin ellas -sobre todo sin la relación con ellas que se ha vuelto un modo dominante de relacionarnos con los demás- les confiere un estatuto particular: podemos reconocerlas como **regulaciones discursivas** que expresan, instauran y reproducen **regulaciones sociales**” (Mata, 2006: 8. Las negritas son nuestras).

Los medios no sólo instituyen un sentido de la “actualidad” como reflejo pretendidamente objetivo de la realidad, sino también una representación de sí mismos “como espacios de saber y colectivización de saber vinculados con la condición ciudadana, como lugares insustituibles para la vida en común” (Ibid.: 10); es decir, como instrumentos que permiten satisfacer las necesidades de información y análisis que los ciudadanos tienen para participar de la vida social. En ese sentido, esa capacidad performativa y modeladora incide también –como ya hemos señalado- en los modos en que los individuos nos pensamos como *sujetos de comunicación*, esto es, sujetos con derecho a reivindicar el “poder decir y el poder expresarse”. Es decir que, en el marco de sociedades mediatizadas, lo que los medios configuran en definitiva son los alcances mismos de la noción de información (Mata y Córdoba, 2009: 4), las lógicas argumentativas desde las cuales ponemos en debate a los propios medios, lo que entendemos como opinión pública, como agenda pública, etc.

En ese contexto, la *mediación* que los periodistas llevan a cabo, a través de la cual la ciudadanía puede acceder a ciertos derechos vinculados a la comunicación pública, plantea enormes desafíos para el reconocimiento y ejercicio de esos derechos, por dos razones. En primer lugar, porque quienes se presentan como sus garantes constituyen en sí mismos fuente de las regulaciones sociales y discursivas a las que nos hemos referido, y están sometidos ellos mismos a su vez a un conjunto de restricciones a su libertad de expresión, derivadas de la condición empresarial de los medios de comunicación hegemónicos.

Al respecto, aunque las tres perspectivas analizadas reconocen las presiones a las que son expuestos los periodistas en función de las políticas comerciales de los medios de comunicación, ninguna de ellas advierte que los condicionamientos que estos profesionales muchas veces encuentran en sus lugares de trabajo se vinculan más a los intereses políticos y económicos propios y ajenos a los que responden los medios, que a

los altos niveles de rentabilidad que las empresas mediáticas pretenden lograr, con frecuencia en detrimento de la calidad de la producción periodística. Como afirman Stella Martini y Lila Luchessi,

“La presión empresarial, que se deriva de la mercantilización de la noticia, se verifica en efectos referidos al diseño y la modalidades discursivas, a los modos de producción y a **las negociaciones con las diferentes formas del poder**. (...) los medios siempre han sido un negocio, el problema está cuando el negocio sobredetermina la información de interés ciudadano” (2004: 69-70. Las negritas son nuestras).

Es decir, no se trata simplemente de las “tensiones entre los intereses comerciales y la independencia informativa”, y la influencia que de manera creciente las decisiones gerenciales tienen sobre el oficio periodístico (Rey, 2007: 46), sino de la constitución de los medios de comunicación en un *poder* que, en sus articulaciones con otros poderes fácticos presentes en las sociedades contemporáneas, representan una fuerte amenaza para la vigencia y profundización de la democracia.

En ese sentido, no parece adecuado afirmar los derechos a la comunicación pública solamente frente al Estado, sino que los propios medios de comunicación se han convertido en un poder que, de distintos modos, puede restringir el reconocimiento y ejercicio de esos derechos.

Por otro lado, en la medida en que -como ya hemos señalado¹¹⁸-, entendemos a la ciudadanía como irrupción en el espacio público y manifestación del derecho a tener derechos, y asumimos en virtud de ello que la comunicación es condición de posibilidad de la ciudadanía, podemos sostener que cuando se limitan el reconocimiento y ejercicio de los derechos a la comunicación pública, lo que se obstaculiza en definitiva es el desarrollo de la propia ciudadanía.

De ahí que los medios en sí mismos puedan ser planteados en las sociedades contemporáneas como objeto de reivindicación de *ciudadanía* (Garretón, 1995; Mata, 2003a, 2003b, 2006, 2008a; Mata y otros, 2009a; Rey, 2007).

5. Democracia, periodismo, profesionalidad

¹¹⁸ Ver Capítulo I.

En las tres perspectivas analizadas se ponen en cuestión algunos de los principios más fuertes, extendidos y naturalizados del ámbito periodístico profesional. El más importante de ellos es el de *objetividad*, según el cual los periodistas simplemente reflejan la realidad e informan -haciendo uso de su “independencia”- sobre aquellos temas que el “poder” pretende mantener fuera de la luz pública.

Hay matices en este punto entre cada una de las propuestas. El **public journalism** cuestiona directamente el concepto de objetividad, pero se reconoce como una suerte de regreso a los verdaderos valores originales del periodismo, según los cuales la clave está en representar los intereses, preocupaciones y necesidades de la ciudadanía para ampliar y fortalecer la democracia; el **periodismo público** colombiano, en cambio, objeta en todos sus términos lo que define como la *teoría liberal de la prensa* -donde encuentra el origen de la idea de objetividad-, y propone cambiar completamente la manera de entender la profesión; el **periodismo social**, por su parte, sostiene que el principio de objetividad se ha desvirtuado, ya que en el afán de hacer periodismo serio y ajustarse a los aspectos importantes de la realidad que merecen ser visibilizados, han tendido a excluir al tercer sector, a pesar de la relevancia que tiene en la vida social.

No obstante esos matices, ninguna de las tres perspectivas critica seriamente las múltiples operaciones de estandarización de la información que los periodistas despliegan para dar “objetividad” a su tratamiento. Nos referimos concretamente al modelo de las “cinco w” y de la “pirámide invertida”, en los que, al contrario, se proponen modificaciones con el fin de hacerlos más adecuados a, por un lado la complejidad de la sociedad contemporánea, por otro el rol que se espera que los medios cumplan en democracia. En efecto, tanto los referentes del **public journalism**, como Miralles en algunos de sus textos, sugieren adaptaciones de esos modelos para ajustarlos a los principios que defiende el **periodismo público**.

Sumado a ello, las tres perspectivas reconocen que en la construcción de la noticia periodística inciden los valores, prejuicios, presupuestos del periodista, y afirman que el mejor modo de mantener la imparcialidad -en el sentido de no involucrarse en soluciones particulares o proyectos partidarios- es realizar un buen ejercicio de escucha pública, donde sean los ciudadanos quienes indiquen las distintas lecturas apropiadas en torno a una problemática y líneas de acción posibles.

Sin embargo, no queda explicitado en ningún caso de qué modo se controlarían esos prejuicios, valores, presupuestos, en el desarrollo de esa escucha: ¿acaso es admisible sostener que en esa actividad no entran en juego tales prejuicios y valores? ¿es que la

invisibilización de la ciudadanía llevada a cabo por el denominado periodismo “tradicional” que las tres propuestas diagnostican no se relaciona con las distorsiones conscientes e inconscientes (Martini, 2000: 76-77) que atraviesan el trabajo cotidiano del periodista y que el concepto de objetividad tiende a negar?

En ese sentido, el “poder formativo” de los medios de comunicación que las tres propuestas identifican supone que los periodistas, a través de sus relatos y de la información que publican, contribuyen a configurar, no sólo la sociedad presente, sino también la sociedad deseada. Nos preguntamos, entonces, qué criterios se proponen desde estas perspectivas, para que los profesionales del periodismo definan qué sectores e iniciativas de la ciudadanía merecen visibilidad y cuáles no. ¿Acaso lo que se plantea es que los periodistas deben elegir qué expresiones de la sociedad civil pueden considerarse genuinas o legítimas?

En vinculación con ello, como ya ha sido indicado, en las complejas operaciones que se despliegan en el proceso de producción periodística –que organizan el trabajo cotidiano– no sólo se ponen en juego los propios valores del periodista, sino también aquellos que se atribuyen a la sociedad, a otras organizaciones periodísticas y que se comparten con los colegas. La “forma de pensar la realidad”, la “visión del mundo” que surge de esta articulación es la que permite tomar decisiones rápidamente y resolver los problemas que generalmente plantea la producción de la noticia (Martini, 2000: 78).

En ese marco, la condición empresarial de las instituciones mediáticas incide decisivamente sobre las rutinas de producción periodística. A diferencia de lo que ocurrió durante buena parte del siglo XX, donde la adopción de un lenguaje menos literario, claro, sencillo, neutral, etc., se constituyó en una estrategia comercial para llegar a públicos más amplios y heterogéneos (Ford, 1985: 241), el comportamiento de las organizaciones mediáticas en las últimas décadas tiende a mimetizar al medio de comunicación con la institucionalidad empresarial (Rey y Barbero, 1997: 22). Rey y Barbero sostienen que

“los sectores empresariales han comprendido mucho mejor que los gobiernos y no pocos sectores de la sociedad civil, la importancia y la complejidad de lo que pasa por los medios, de lo que en el presente y hacia el futuro se está jugando en ellos en materia de reimaginación de la política, de la escenificación de la vida social, de transformación vertiginosa y profunda de las culturas” (Ibid.: 23).

Este proceso repercute sobre los periodistas, no sólo en clave de condicionamientos, restricciones a la libertad de expresión y entornos laborales que dificultan la posibilidad de un trabajo serio y ético, en la medida en que “las relaciones de los medios con el poder cercenan muchos de los temas –que no estuvieron ni están en agenda- que son fundamentales para la convivencia democrática” (Martini y Luchessi, 2004: 51); sino también en clave de complicidad con y funcionalidad en relación al poder: “Acomodados a la nueva situación –que los dota de poder y en algunos casos de los más altos sueldos del país- los periodistas están asumiendo un protagonismo que distorsiona seriamente su oficio de mediadores configurándolos como un ‘grupo de opinión’ que está, en buena medida, sustituyendo a la opinión pública” (Rey y Barbero, 1997:28).

Las perspectivas analizadas en este trabajo no tematizan estas cuestiones: aunque el **public journalism** hace referencia al proceso de elitización de los periodistas y de su actividad, ello no se pone en relación con la constitución de los medios como poder corporativo; el **periodismo público** colombiano, por su parte, sí reconoce a los medios como un poder, pero no plantea de qué modo eso incide sobre las rutinas y lógicas de producción periodística; el **periodismo social**, finalmente, no sólo no identifica a los medios como un poder, sino que sostiene que las tensiones vinculadas a la condición empresarial son “un hecho irresoluble”.

Así, las tres perspectivas presentan limitaciones significativas en relación a los propósitos que definen para sí mismas de contribuir a la salud de la democracia y del periodismo.

Desde nuestro punto de vista, la clave desde donde problematizar la vinculación entre el periodismo y la vigencia y fortalecimiento de la democracia no se encuentra simplemente en el modo en que los medios de comunicación restringen el acceso a la información y a la expresión de la ciudadanía, sino -en términos mucho más generales- en el sistema económico y político injusto y desigual que, resguardados en “la coartada de su exclusiva mediación tecnológica” (Reguillo, 2002: 76), ellos reproducen, legitiman y cristalizan, e incluso tienden a construir.

Al respecto, María Cristina Mata plantea la

“imposibilidad de imaginar un mundo diferente, unas sociedades igualitarias, plurales, inclusivas, cuidadosas de cada persona y del ambiente en que vivimos, sociedades en las que podamos actuar en libertad, sin modificar radicalmente el modo en que quienes integramos esas sociedades participamos en su definición y en su gobierno. Es decir, si entre otras cosas, no modificamos el sistema de catalogación de las personas como actores

públicos legítimos o deslegitimados, si no se transforman los criterios y mecanismos de representación social y política; si no se alteran las prácticas económicas y culturales excluyentes; si no se alteran las prácticas que hacen de la democracia una formalidad electoral; si no construimos la posibilidad cierta de que todas las personas y grupos puedan opinar en igualdad de condiciones y contar y participar a la hora de decidir” (Mata, 2011: 17).

6. Periodismo, ciudadanía y democratización social

Decíamos al inicio de este Capítulo –recuperando a Williams- que, en la medida en que están atravesados por las mismas contradicciones y contingencias del orden social y cultural en el que se inscriben y desarrollan, los medios de comunicación pueden ser parte de un proyecto de democratización de la sociedad. Es necesario aceptar, en tal sentido, que la “batalla por las comunicaciones libres es pues, forzosamente, parte de una lucha social mucho más amplia, pero ésta no es razón para abstenerse de librarla, de hacer propuestas y contrapropuestas para cada una de las cuestiones a medida que surjan” (Williams, 2011: 193).

Asumir ese desafío en relación al rol del periodismo requiere fundamentalmente que los primeros involucrados en esas luchas y en esos debates sean precisamente los *periodistas*, sus espacios de organización y representación gremial y profesional.

En ese marco, a pesar de las limitaciones que hemos señalado hasta aquí, la relevancia de las perspectivas analizadas en este trabajo radica en ciertas ideas, principios y herramientas que las tres ofrecen para pensar y desarrollar un proyecto de transformación del periodismo, de sus prácticas y lógicas rutinizadas de producción.

Lo primero que resulta necesario reconocer –más allá de las divergencias y matices ya examinados- es que tanto el **public journalism**, como el **periodismo público** y el **periodismo social** están motivados en una suerte de *autocrítica*, que parte de asumir que las sociedades se encuentran atravesadas por acelerados y significativos cambios, y que *el periodismo no ha logrado repensarse y replantearse* en consonancia con ellos. En ese sentido, es compartido por las tres perspectivas el presupuesto de que los medios no son –como aún hoy muchos de ellos pretenden sostener desde su propio discurso público- un espejo de la realidad. Al contrario, las dificultades para dar cuenta de los

cambios sociales recientes indican claramente que la lectura de la realidad que los medios ponen en circulación es una *construcción*.

Y en relación a ese diagnóstico, las tres propuestas se articulan en torno a un *actor* que debiera estructurar y protagonizar el relato periodístico, y que sin embargo es invisibilizado, subestimado, victimizado: la *ciudadanía*. Más allá de la denominación con la que es nombrada¹¹⁹, y más allá de que su reconocimiento como actor legítimo se plantee como una estrategia de fortalecimiento comercial o de reconstrucción de la credibilidad y legitimidad de las instituciones mediáticas, se asume que *en la sociedad contemporánea no puede discutirse en torno a los medios y el periodismo si no es en referencia a las necesidades, expectativas y derechos de la ciudadanía*.

Como ha indicado Germán Rey (2007), los clásicos debates acerca de la regulación de los medios de comunicación hoy se reconfiguran por la presencia de los ciudadanos como titulares privilegiados de los derechos a la comunicación pública. Las tres perspectivas trabajadas en esta Tesis abordan en alguna medida ese debate y cuestionan la apropiación que históricamente periodistas y medios de comunicación hicieron de las libertades y prerrogativas instituidas por esos derechos, muchas veces en detrimento de su ejercicio por parte del conjunto de la ciudadanía.

Pero además, con el reconocimiento de que los derechos a la comunicación corresponden al conjunto de la sociedad, se abre un espacio para la reflexión y el debate acerca de las condiciones en las cuales el acceso a ellos puede hacerse efectivo. Y eso contribuye, desde nuestro punto de vista, a entender al conjunto de la ciudadanía como un actor legítimo para evaluar el trabajo periodístico y la capacidad de éste para dar cuenta de la complejidad de la realidad social.

Dos de las perspectivas analizadas -el **public journalism** y del **periodismo público** colombiano- presentan, en términos conceptuales y prácticos, alternativas de transformación de la producción periodística que interesa destacar aquí.

Por un lado, ambas permiten acercar al periodismo a ciertas herramientas y técnicas que han sido elaboradas y son utilizadas en el ámbito científico. Encuestas y grupos focales son dos dispositivos que, como es posible observar, se despliegan en las experiencias relatadas con el fin de que los periodistas puedan acercarse de modo más riguroso y certero a la perspectiva de la ciudadanía, en reemplazo de las intuiciones, ideas e incluso prejuicios que muchas veces tienen acerca de ella.

¹¹⁹ Simplemente “ciudadanos” en el **public journalism**, “ciudadanos de a pie” en el **periodismo público**, “sector social” en el **periodismo social**, como hemos podido observar a lo largo de este trabajo.

Por supuesto, la posibilidad de que los datos arrojados por ese tipo de técnicas sean realmente rigurosos depende básicamente de su rigurosa aplicación. Sin embargo, el sólo hecho de incorporar a las salas de redacción y producción herramientas, lenguajes, conocimientos y formas de producción del saber institucionalizadas y diferentes a las utilizadas generalmente en esos ámbitos, constituye necesariamente un enriquecimiento, ya que complejiza el proceso de construcción de la información, acercándolo – precisamente- a la complejidad de la realidad de la que se intenta dar cuenta.

Por otro lado, tanto en el **public journalism** como en el **periodismo público** se plantea que la tradicional idea de visibilizar las “dos campanas” o las dos versiones de un mismo acontecimiento o problemática se ha mostrado profundamente insuficiente como expresión de las formas de comprensión e interpretación a partir de las cuales el conjunto de la sociedad procesa los acontecimientos que tienen lugar. Es decir, más allá de los modos en que cada una de estas dos perspectivas reconoce/desconoce y da cuenta de la conflictividad social, el presupuesto inicial que comparten es que el mundo no puede ser aprehendido desde sólo dos posiciones, y que hay muchas otras posibles que los periodistas deben identificar, analizar y visibilizar.

Para avanzar en ese sentido, postulan una ampliación de los recursos propios – podríamos decir, clásicos- de la actividad periodística: la multiplicación de las fuentes y la incorporación de fuentes menos institucionalizadas y estandarizadas; un uso diferente del espacio para la estructuración y presentación de la información en el caso de los medios gráficos¹²⁰, y que bien podría pensarse en relación a la televisión y la radiodifusión; la apertura de canales novedosos y sistemáticos de comunicación entre periodistas y públicos, vinculados a temáticas o acontecimientos específicos abordados por los medios de comunicación; la publicación de guías con datos de contacto de instituciones y organizaciones que trabajan sobre una problemática en particular, de modo que los ciudadanos puedan recurrir a ellas si están interesados en profundizar sobre el tema o involucrarse en acciones cívicas; la explicitación de los valores y las preguntas a partir de las cuales los periodistas construyen el marco de interpretación de la información que se publica en torno a un tema o hecho; etc.

¹²⁰ Nos referimos a las estrategias utilizadas en algunas de las experiencias de **public journalism** realizadas durante procesos electorales, en las cuales por ejemplo se destinaba un espacio de la edición dominical –a través del uso de celdas- a la publicación de las propuestas de los candidatos sobre distintas temáticas, y cuando éstos no respondían a la solicitud del diario o repetían lo que ya habían planteado, se dejaba el espacio en blanco. Ver por ejemplo la experiencia *Your vote counts* en el primer Capítulo de este trabajo.

La batería de herramientas, dispositivos, procedimientos que se proponen desde ambas perspectivas se han puesto en práctica en numerosas experiencias que hemos recuperado en este trabajo. Quizá aquellas que se desarrollaron en el marco de coyunturas electorales sean las más significativas, ya que en ellas se logró diseñar e implementar un tipo de cobertura periodística que permitió desplazarse de lo que los candidatos pretendían mostrar a aquello que cada medio entendía que los ciudadanos necesitaban conocer y debatir.

Pero en ese contexto también resulta imprescindible reconocer que las herramientas y recursos propuestos por el **public journalism** y el **periodismo público** colombiano para modificar las lógicas que configuran la actividad profesional no lograron superar los límites de proyectos específicos que se desarrollaron -en todos los casos- de manera paralela al trabajo de cobertura cotidiano y regular; es decir, que el uso de esas herramientas y recursos siempre quedó encapsulado en iniciativas particulares. Ello no eclipsa, sin embargo, su potencial para contribuir a la transformación del periodismo en orden a fortalecer y profundizar la democracia, y a permitir el desarrollo del pluralismo político, social y cultural de nuestra sociedad.

Y así lo entendemos por dos razones: por un lado, por la situación que atraviesa el periodismo en la Argentina hoy; por otro, por los dicotómicos términos en los que se debate públicamente acerca de él en nuestro país.

En relación al primer punto, es preocupante que el modelo aún hegemónico al interior del ámbito periodístico profesional siga derivando en la construcción de una agenda mediática altamente restrictiva y condensada en unos pocos tópicos y actores, y en un escueto repertorio de fuentes consultadas.

Los monitoreos realizados por la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual¹²¹ durante el año 2013 sobre una muestra de todos los noticieros de televisión abierta de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires¹²² revelan que los tópicos “Policiales e inseguridad”, “Información general”, “Política”, “Deportes” y

¹²¹ Se trata de una autoridad creada por la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (artículos 19º y 20º), entre cuyas funciones primordiales se encuentran las de recibir y canalizar consultas, reclamos y denuncias del público de los servicios de comunicación audiovisual; representar los intereses del público y de la colectividad; promover el debate participativo y permanente sobre el desarrollo y funcionamiento de los medios de comunicación, entre otras.

¹²² Durante el año 2014 se ha realizado el primer trabajo de monitoreo sobre los informativos televisivos de las señales de aire de la ciudad de Córdoba, en el marco de un convenio firmado entre la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual y el Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba. Sin embargo, los resultados parciales y globales de dicho monitoreo aún no están disponibles o publicados, por lo que no es posible dar cuenta de ellos aquí.

“Espectáculos” concentran la enorme mayoría de las noticias, tanto si se considera la cantidad (67,1%) como si se considera el tiempo destinado a cada una de ellas (75,4%)¹²³. Con leves variaciones, esta tendencia se confirma en los sucesivos monitoreos, correspondientes a cada uno de los meses analizados (febrero, abril, junio, agosto, octubre y diciembre). Como indica el informe, se destaca la “irrelevancia estadística de la aparición como tópico prevalente de tópicos que hablan de temáticas socialmente relevantes, como son Salud y discapacidad, Ambiente, Derechos Humanos, Educación, Género y Pueblos originarios y migraciones”¹²⁴.

En particular, el tópico “Protesta social y demandas de la sociedad civil”, a partir del cual podría “medirse” la presencia de al menos una parte de la *ciudadanía* en los noticieros televisivos se manifiesta como prácticamente insignificante: 2,3% de la cantidad total de noticias (199 sobre 13029) y 2,5% del tiempo total de las noticias (sobre 555 horas, 58 minutos y 48 segundos de duración)¹²⁵.

Por otro lado, en relación a las fuentes consultadas por los programas informativos –que según indica el informe se entienden como el “conjunto de voces externas al noticiero con las que se busca respaldar, evidenciar y, por ende, legitimar la información presentada en la noticia”¹²⁶–, los datos muestran que entre un 33,5 y un 54,4% de las noticias no citan ninguna fuente¹²⁷. De hecho, en términos globales, los datos según la cantidad total de noticias son preocupantes: de 13029 noticias monitoreadas durante el año 2013, 5411 no presentan ninguna fuente, 4311 presentan sólo una, 1664 citan dos, 704 citan tres, 416 presentan cuatro, 331 presentan cinco y 192 presentan seis fuentes o más¹²⁸. Es decir que el 74, 6% del total de noticias analizadas no citan –de manera directa o indirecta- ninguna fuente o solamente una. Sumado a ello, el informe plantea que las noticias que presentaron seis fuentes o más se concentraron en los “tres

¹²³ “Monitoreo de Programas Noticiosos de Canales de Aire de la Ciudad de Buenos Aires. Resumen Ejecutivo 6 Monitoreos (Febrero / Abril / Junio / Agosto / Octubre / Diciembre 2013)”, elaborado por la Dirección de Análisis, Investigación y Monitoreo de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, pág. 8.

Disponible en

http://www.defensadelpublico.gob.ar/9_Informe_espec%C3%ADfico_sobre_pol%C3%ADtica_y_noticias_2013.pdf (acceso en octubre de 2014).

¹²⁴ Ibid., pág. 8.

¹²⁵ Ibid., pág. 8.

¹²⁶ Ibid., pág. 21.

¹²⁷ Ibid., pág. 22. La variación se produce entre los distintos meses monitoreados.

¹²⁸ Ibid., pág. 24.

monitoreos coincidentes con catástrofes”, debido a “la cantidad de vecinos y testigos que son entrevistados por los noticieros en calidad de fuente ante estos casos”¹²⁹.

Si bien los datos mencionados competen solamente al periodismo televisivo, existen numerosos trabajos¹³⁰ que han puesto en evidencia acabadamente que la convergencia en el sistema mediático y la presencia de grandes grupos multimediales producen una concentración de la palabra, que se traduce en la repetición de formatos, estilos narrativos, líneas editoriales, periodistas, tópicos, fuentes, etc. Pero además, esa reiteración y repetición de noticias, fuentes y enfoques, se han convertido en un criterio extendido y naturalizado de “validación interna” dentro del ámbito periodístico profesional:

“Los periodistas consideran que su labor es acertada si coinciden en su selección de los hechos con la selección realizada por otros medios: si varios medios marcan un hecho como noticia, hay acierto, el hecho tiene la jerarquía noticiosa adjudicada. (...) Y cuanto más coincidan los medios en la selección de la misma información, mayor será su efecto sobre la opinión pública” (Martini, 2000: 99).

De esta manera, es posible sostener que el diagnóstico que arroja el informe de la Defensoría puede -en algunos aspectos al menos- extenderse al sistema de medios de comunicación de nuestro país.

Por otra parte, en relación al debate en torno al periodismo que, como señalábamos en la Introducción de este trabajo, se ha desarrollado en los últimos años en la Argentina, y se intensificó a partir de la discusión pública de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, consideramos que el maniqueísmo del que muchas veces está teñido dificulta las posibilidades de la ciudadanía de participar en él.

¹²⁹ Ibid., pág. 23. No se recuperan aquí datos vinculados al tipo de fuentes consultadas, en tanto esa información no aparece en el informe 2013 publicado por la Defensoría.

¹³⁰ Por ejemplo: Becerra, M. (2003): *La sociedad de la Información: proyecto, convergencia, divergencia*, Norma, Buenos Aires; Mastrini, G. y Mestman, M. (1996): “¿Desregulación o rerregulación? De las derrotas de las políticas a la derrota de las políticas”, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires; Mastrini, G. (ed.) (2005): *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina*, La Crujía, Buenos Aires; Mastrini, G. y Becerra, M. (2006): *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, Prometeo, Buenos Aires; Mastrini, G. y Becerra, M. (2009): *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios de la América Latina del siglo XXI*, Prometeo, Buenos Aires; Bustamante, E. (coord.) (2003): *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación*, Fundación Alternativas, España; Loreti, D. (1995): *El derecho a la información. Relación entre medios, público y periodistas*, Paidós, Buenos Aires; Loreti, D. y Lozano, L. (2014): *El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas*, Siglo Veintiuno, Buenos Aires; Monje, Daniela (2013): *Políticas del audiovisual en el marco de la integración regional mercosureña. Período 1991-2007*. Tesis para optar por el Título de Doctorado en Comunicación, Facultad de Periodismo y Ciencias Sociales. Universidad Nacional de La Plata.

En efecto, la polémica desatada -a pesar de plantear como objeto explícito al “propio deber ser de la actividad” (Stefoni, 2013: 415)- tiene como referencia principal los vínculos que el periodismo establece con el poder político constituido, en este caso el gobierno nacional argentino (Repoll, 2010; Stefoni, 2013; Vincent, 2011; Waisbord, 2013). Es siempre en alusión a él que se discute en el ámbito periodístico profesional acerca de la objetividad, la construcción del encuadre de las noticias, la tarea de contextualización y verificación de los datos, etc. En ese sentido, la disputa queda muchas veces reducida y restringida al posicionamiento respecto a las decisiones de Estado y a las relaciones y los compromisos entre los periodistas y el gobierno, y tanto los periodistas como las figuras políticas que están involucrados en la discusión se acusan mutua y permanentemente de defender de manera obsecuente intereses que no se explicitan¹³¹.

Frente a este difícil panorama, y a diferencia del **public journalism** y el **periodismo público**, el **periodismo social** es una perspectiva que no ofrece ideas y herramientas novedosas, como se desprende de los análisis presentados a lo largo de este trabajo. Ello se debe, desde nuestro punto de vista, a que la perspectiva de Cytrynblum no ha logrado niveles significativos de articulación en la práctica: por un lado, no ha construido instrumentos concretos que puedan ser o hayan sido aplicados efectivamente en coberturas periodísticas; por otro, la enorme mayoría de las recomendaciones que se formulan refieren más a los modos en que el periodismo debería vincularse con el tercer sector, que al desarrollo de estrategias y actividades concretas en las condiciones de producción reales y posibles que caracterizan generalmente a las salas de redacción y producción. En ese sentido, pareciera que lo que se aborda es una cuestión de contenidos y no de lógicas y formas de practicar la profesión. De allí que el **periodismo social** pueda considerarse más un decálogo de principios normativos que una propuesta teórico-pragmática de transformación del periodismo.

¹³¹ En relación a este punto las perspectivas que destacamos aquí también ofrecen algunas ideas significativas: tanto el **public journalism** como el **periodismo público** colombiano proponen focalizar el desarrollo de la tarea periodística diaria en las relaciones, por un lado entre los ciudadanos y el gobierno, por otro, al interior de la propia ciudadanía, es decir, de los ciudadanos entre sí. Autores como Rosen, Merritt, Charity no sólo afirman explícitamente que el rol de “perro guardián” [*watchdog*] del periodismo debe relativizarse a la luz del distanciamiento de la ciudadanía respecto a la vida política y a los medios, sino que sostienen que los procesos de deliberación ciudadanos a los que los medios deben contribuir se orientan justamente a facilitar que los distintos niveles del gobierno tomen decisiones con las que todos *puedan convivir*. Miralles, por su parte, plantea que la elaboración de la Agenda Ciudadana y la organización de los Foros Ciudadanos tienen como objetivo que las autoridades gubernamentales puedan escuchar la voz de la ciudadanía y encontrarse con ella en un debate mediado por unas pautas distintas a las que los medios y los políticos han establecido en función de sus propios intereses y costumbres. Y ambas perspectivas ofrecen herramientas y dispositivos concretos para llevar adelante estas definiciones.

Hasta aquí hemos planteado las observaciones críticas que pueden realizarse a las perspectivas analizadas, y sus principales aportes a los debates y preocupaciones que interesan de nuestra realidad contemporánea.

Imaginar las posibilidades de transformar –en el marco de los entornos laborales realmente existentes en los medios de comunicación contemporáneos, con sus lógicas de la inmediatez, la velocidad, la primicia, el vivo y directo- las lógicas y prácticas de producción periodística en su calidad de actividad profesional rutinizada y estandarizada, es el *desafío* que queda pendiente.

Se trata de un gran desafío, si tenemos en cuenta que en los últimos años algunos de los procesos analizados por los referentes de estas perspectivas se han agudizado, pero también que la escena contemporánea está atravesada por una novedad especialmente significativa: el desarrollo que han tenido las tecnologías de la información y la comunicación. Sin duda, la presencia de los nuevos dispositivos digitales será un elemento fundamental a la hora de considerar las transformaciones necesarias en el periodismo, y quizá constituyan una contribución decisiva a las posibilidades de incorporar algunas de las herramientas y recursos de cobertura periodística propuestos en las perspectivas analizadas en este trabajo.

Sin embargo, para evaluar esa potencialidad, es necesario en primer lugar examinar algunas tendencias y debates que se están produciendo hoy en relación al impacto de las nuevas tecnologías en el periodismo, tal como trataremos de plantear en las últimas páginas de esta Tesis.

Epílogo

Nuevos interrogantes: democracia, periodismo y tecnologías

En los últimos años, un nuevo concepto ha surgido fuertemente de la mano del desarrollo y del uso cada vez más cotidiano y extendido de ciertos medios y tecnologías de información y comunicación, tales como redes sociales, computadoras portátiles, teléfonos móviles inteligentes, entre otros: el concepto de **periodismo ciudadano**. Según los autores que han acuñado y desarrollado esta noción¹³², en el contexto de “una creciente falta de confianza y pérdida de credibilidad en los grandes medios de comunicación o en los canales oficiales” y de un acceso creciente a la tecnología “adecuada” (Espiritusanto, 2001: 6), grandes grupos de personas que fueron configuradas históricamente como *audiencias* se han constituido ellas mismas, a partir del uso de estos dispositivos tecnológicos, en productores de información y noticias. Howard Rheingold afirma:

“Con cinco mil millones de teléfonos móviles (centenares de millones de ellos equipados con cámaras) y dos mil millones de cuentas de Internet, un porcentaje significativo de la raza humana dispone de una rotativa, una estación de radio, un organizador político y un mercado en su ordenador de sobremesa y en su bolsillo” (2011: VII).

Los principios del **periodismo ciudadano**, cuyo desarrollo ha sido posible en el contexto del surgimiento de la denominada “Web 2.0”, incluyen el trabajo colaborativo entre periodistas profesionales y ciudadanos, la ampliación de la agenda informativa y un estilo narrativo más cercano a las emociones y sensaciones con las que las personas viven los acontecimientos (Espiritusanto, 2001).

A pesar de la importancia que han ido ganando las discusiones en torno a esta propuesta y las prácticas con las que se la identifica, la focalización en perspectivas que surgieron

¹³² Dan Gillmor, periodista norteamericano que trabajó en el diario *The San Jose Mercury News* (uno de los periódicos en los que se realizaron experiencias de **public journalism** durante la década del 90) es considerado el fundador del denominado **periodismo ciudadano**. En su libro *We the media*, el autor plantea la necesidad de transformar el rol de las audiencias, convirtiéndose ellas mismas en productoras creativas de las noticias. Ver: Gillmor, D. (2004): *We the media*, O'Reilly Media Inc., California. Otros textos que se consideran como fuentes del origen de este concepto son: Bowman, S. y Willis, C. (2003): *We media. How audiences are shaping the future of news and information*, The Media Center, California; Negroponte, N: *Being digital* (ya referenciado en el Capítulo I de este trabajo).

con la pretensión de impactar centralmente en el ámbito periodístico profesional es la razón fundamental por la que no la hemos incorporado al análisis que realizamos en este trabajo, como ya ha sido explicitado en la Introducción y el primer Capítulo de esta Tesis.

Sin embargo, a modo de cierre de esta investigación, resulta pertinente recoger algunos de los interrogantes y nuevas líneas de indagación que la expansión de este fenómeno plantean respecto a las vinculaciones entre las lógicas y prácticas periodísticas y la vigencia de la democracia. Sobre todo en la medida en que, aunque los defensores del **periodismo ciudadano** insisten en que él no “va a terminar con el periodismo tradicional ni éste ha sido nunca su objetivo” (Espiritusanto, 2001: 1), distintos autores vienen planteando -desde múltiples miradas- los desafíos que implican para el periodismo tradicional, por un lado, el crecimiento exponencial que ha tenido el uso cotidiano de esas tecnologías por parte de sectores cada vez más amplios de la población y las expectativas de estar presente en los medios, de producir y difundir contenidos, que devienen de ese uso; por otro, la emergencia de novedosos formatos y medios de comunicación a partir de los entornos digitales, que representan nuevas modalidades de competencia por las audiencias.

Estos desafíos impactan sobre distintas dimensiones del funcionamiento de los medios y la práctica del periodismo, tal como se desarrolla en sus formas rutinizadas más extendidas y aceptadas dentro del ámbito profesional.

En primer lugar, distintos autores¹³³ afirman que la interacción entre medios de comunicación tradicionales y los nuevos entornos digitales inciden sobre los criterios de noticiabilidad que estructuran el trabajo periodístico. Según Luchessi (2013), la *instantaneidad* se constituye en un valor fundamental para la noticia, en la medida en que los medios digitales permiten la actualización permanente de la información que se publica minuto a minuto. Para Grisel El Jaber, la presencia de estas tecnologías reconfigura los procesos de producción y modifica las “rutinas productivas tradicionales” (2010: 71). Una de las tareas que sufre mayores transformaciones es la de la *edición*, ya que “el achicamiento de los tiempos para el procesamiento de los datos impacta directamente sobre las decisiones de los editores acerca de los procesos de selección y jerarquización” (Luchessi, 2013: 118). Ello facilita un desplazamiento de la “noticia”, definida clásicamente como ruptura o novedad, hacia “contenidos

¹³³ Ver por ejemplo: Luchessi, 2010, 2013; Di Prospero y Maurello, 2010; El Jaber, 2010; Corbière, 2010; Guidobomo, 2013; Zunino, 2013 (citados en la Bibliografía).

informativos”, en los que un acontecimiento puede volverse noticiable aunque no provoque o haya provocado ninguna disrupción (Ibid.: 119).

A la vez, el trabajo periodístico en relación a las *fuentes* se complejiza, ya que la inmediatez e instantaneidad dificultan el chequeo y la contrastación de los datos que, a priori, se constituyen en novedad. En ese sentido, se produce un desplazamiento del valor “verdad” al valor “verosimilitud”, en tanto cada vez con mayor frecuencia una información logra instalarse y difundirse como noticia, a pesar de no ser verdadera (Ibid.: 120). Según afirma Luchessi, el resultado

“más directo de esta situación es la construcción de una realidad monocromática, en la que los issues se dirimen en la fijación de posiciones acerca de ellos, independientemente de sus grados de chequeo, corroboración o descripción, para volverse insumos de posiciones preconcebidas por las líneas editoriales y los contratos de lectura” (Ibid.).

En sintonía con este planteo, Omar Rincón sostiene que “las tecnologías graduaron a los ciudadanos en periodistas, los medios dejaron de ser informadores para convertirse en actores políticos” (2013: 10). Este autor colombiano señala que hoy estamos ante la presencia de una suerte de “posperiodismo”, un periodismo atravesado por múltiples transformaciones vinculadas al negocio mediático, al lugar de los gobiernos en las modalidades de comunicación masiva, a las condiciones laborales de los periodistas y, fundamentalmente, al lugar predominante que las audiencias han tomado en la producción de la información. El periodista contemporáneo es el periodista “curador”¹³⁴, el que “cura” la información que produce la audiencia en red (Rincón, 2013: 17-18); es el “periodista DJ”, que

“se conecta en su contexto cultural mainstream, busca y desea generar una experiencia en la que quepan muchos, intenta una actuación colectiva, le gusta el estar en acción colaborativa, produce ritmo y mensaje según cómo vaya funcionando la sensibilidad de la comunidad en la que está, se debe a la comunidad no a su gusto, celebra lo de todos. (...) El DJ nos recordó que todos podemos tocar, contar, hacer música, comunicar, expresar: el periodista DJ nos recuerda lo mismo: todos podemos ser periodistas en Internet y con celular: posperiodistas” (Ibid.: 27).

Lo que emerge entonces, desde la mirada de estos autores, es un cambio estructural: los contenidos periodísticos “empiezan a ser planificados, diseñados redactados y puestos

¹³⁴ Como se entiende al “curador” de las exposiciones artísticas.

en relación con los recursos audiovisuales e interactivos en función de la economía de una información que –en principio- tiene al lector en la cúspide de la pirámide, priorizándolo” (El Jaber, 2010: 72).

Pero la mutación no ocurre sólo en el lugar que les cabe a los usuarios, sino en los modos de interacción entre éstos y los periodistas, hasta

“el punto de que actualmente puede hablarse de una ‘toma del poder’ del receptor que está modificando las condiciones de producción del sistema mediático.

Uno de los indicadores de esa toma de poder es la irrupción de los bloggers: La aparición del fenómeno de los blogs (páginas web de personas que publican sus propias noticias y comentarios) ha supuesto un cambio fundamental en la interacción entre los diarios y su público. Los ciudadanos se han convertido en productores de noticias y muchos blogs son visitados por millones de personas diariamente. Ahí quien lo desee tiene la posibilidad de opinar libre y gratuitamente sobre cualquier tema, dar a conocer hechos de los que ha sido testigo (y que jamás han aparecido en los medios tradicionales), refutar alguna información periodística o añadir nuevos elementos a noticias ya publicadas” (De Fontcuberta, 2006: 21-22).

Así, para estas lecturas, en la medida en que el uso de los entornos digitales por parte de los ciudadanos disputa la producción de información con los medios tradicionales, las agendas mediáticas se ponen en tensión, y logran visibilidad pública ciertos acontecimientos, iniciativas, y problemáticas que no habían logrado expresarse, ampliándose así la esfera pública.

Desde el punto de vista de la profesión periodística, el análisis de estas transformaciones muchas veces se enlaza con una lectura pesimista que anuncia el fin de la profesión o, al menos, su conversión en una actividad que pierde sentido, no sólo porque no se ajusta a las necesidades y expectativas de los consumidores, sino porque no logra dar cuenta de la complejidad del mundo contemporáneo.

La autora española Nereida Carrillo sostiene que desde la década del 80 el periodismo se ha ido convirtiendo paulatinamente en un “periodismo volátil”, que se caracteriza por sus dificultades para distinguir hechos de opiniones, para construir una narrativa que permita aprehender la realidad actual, para conectarse con la sociedad (2013: 12-13). Y la denominada “era de Internet”, a pesar de abrir paso a una “cultura de mayor transparencia” (Ibid.: 30), no ha hecho más que agudizar este proceso:

“El periodismo digital, el de los canales de televisión y la emisoras de radio 24 horas y el contenido de los medios a través de las redes sociales se está estructurando en torno a este

modelo, el de lo fugaz, el de lo volátil. Los periódicos digitales, alentados por una publicidad que valora más el número de clics que el tiempo medio de permanencia en la página, impulsan un modelo de periodismo enfocado a un usuario que salte de enlace en enlace” (Ibid.: 33).

Ese modelo, que implica una forma de desarrollar la profesión, supone también un modelo de negocio, y un nuevo tipo de usuario,

“más disperso, a quien le cuesta más centrarse en algo y que consume en multipantalla, pero que consume más, un usuario que puede participar en unos contenidos periodísticos que ya no son definitivos sino abiertos –puede comentar, añadir, criticar, recomendar- y que incluso puede crear sus propios contenidos si no le satisfacen aquellos propuestos por los medios” (Ibid.: 41).

Ahora bien, aunque las reflexiones de los autores que hemos citado resultan bien interesantes en tanto están motivadas principalmente por la comprensión de fenómenos y procesos contemporáneos, en ciertos aspectos resultan más basadas en impresiones que en datos rigurosos y están sostenidas en supuestos que es necesario explicitar.

Por un lado, algunas investigaciones recientes sobre consumos y audiencias¹³⁵ dan cuenta de que, a pesar de que el uso habitual de Internet es una práctica que se encuentra en franco crecimiento, el medio más consumido y el preferido para informarse sigue siendo la televisión. Es decir, más allá de la progresiva penetración de los medios digitales vinculados al uso de tecnologías informáticas, los medios “tradicionales” no han perdido el *lugar central* que desde hace varias décadas ocupan en la vida cotidiana en general de la población, y en lo que respecta al acceso a la información en particular. En ese sentido, entre el consumo de esos medios “tradicionales” y el uso de los nuevos entornos digitales se producen diversas articulaciones que es necesario indagar y desentrañar en profundidad.

Por otro lado, el cambio de paradigma que los autores referidos reconocen genera la ilusión de que las operaciones de selección y procesamiento de la información que los periodistas históricamente han llevado a cabo desaparecen. Sin embargo, un análisis

¹³⁵ Nos referimos a la investigación “Consumos y audiencias televisivas. Informe comparativo de estudios locales. Nodos Córdoba, Ríos y Bardas y Jujuy”, desarrollada en el marco del Eje I+D del Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios. Dicha investigación consistió en la realización de una encuesta poblacional que se llevó a cabo entre octubre y diciembre de 2012, sobre cuatrocientos casos en las ciudades de Córdoba y San Salvador de Jujuy, y cuatrocientos doce en las ciudades de Neuquén y General Roca.

superficial de la agenda mediática y de la construcción que se realiza de los acontecimientos permite relativizar esa premisa.

Esteban Zunino, un investigador argentino que en los últimos años ha estudiado estas transformaciones en el periodismo, indica a partir de un análisis comparativo de las ediciones impresas y digitales de los diarios Clarín y Página/12 que, si bien “las versiones on line de los diarios analizados incorporan como criterio de noticiabilidad a la inmediatez y el valor asociado a la última noticia, aquellos issues que finalmente acceden a los portales de los diarios en la web nunca subvierten la agenda informativa que plantea la edición impresa” (2013: 111-112).

Al mismo tiempo, los insumos que los periodistas utilizan en el proceso de elaboración de la noticia –y que incluyen las intervenciones (comentarios, fotos, videos, datos, etc.) de los usuarios a través de Internet- son procesados en función de lógicas, pautas y valores que se han construido y consolidado como rutinas de producción aceptadas en el ámbito profesional.

Nuestra pretensión no es indicar que no se hayan producido en absoluto transformaciones en los últimos años. No obstante, ellas deben comprenderse a la luz de procesos mucho más complejos que el ingreso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la vida cotidiana de grandes sectores de la sociedad y en las propias salas de redacción. Dichas transformaciones deben analizarse e interpretarse en articulación con aquellas que han tenido lugar en las formas de participación y representación colectivas, en los modos de interacción y vinculación entre los sujetos, en las lógicas y dinámicas de las instituciones, en los imaginarios, en las políticas públicas culturales y comunicacionales; y también en articulación con el proceso a partir del cual los propios medios de comunicación, sus intereses y conformación institucional irrumpieron como objetos tematizables en el debate público, socavando legitimidades que estaban en buena medida naturalizadas.

A la vez, es necesario reconocer algunas *continuidades*: la agenda informativa mediática –las temáticas que la constituyen y las operaciones a través de las cuales se conforma- sigue aún concentrada fundamentalmente en los actores más tradicionales de la escena pública, es decir, los actores más poderosos de la política, la economía, la seguridad y la justicia, tal como lo indican los monitoreos realizados por la Defensoría del Público de los Servicios de Comunicación Audiovisual citados en el Capítulo anterior.

La aparición de nuevas secciones, vinculadas a la innovación científica y tecnológica, y otras dedicadas especialmente a la difusión de twitts, videos y fotos caseros, etc., podría valorarse más como una estrategia comercial de identificación con e interpelación de las audiencias, que como una modalidad de constitución del público en informante/periodista/productor de contenidos, como a veces se pretende afirmar. En ese sentido, Raquel San Martín advierte que surge el peligro de la “demagogia periodística”, esto es, la presencia y el crecimiento de un discurso que “busca atraer, satisfacer y asegurar un lugar a los lectores, pero que no va acompañado de un cambio real en la manera de hacer periodismo” (2007: 147).

De ahí que resulte necesario relativizar las premisas que entienden a la democratización del proceso de definición de la información socialmente relevante y el desarrollo de una participación real de la audiencia como fenómenos asociados a los nuevos medios.

Como hemos tratado de señalar a lo largo de todo este trabajo, recuperando diversos autores, la idea de la inmediatez y transparencia que pretendidamente facilita la mediación tecnológica es una ilusión, un artificio construido desde los propios medios y tecnologías. En virtud de ello, antes de asumir que los entornos digitales constituyen por sí mismos una herramienta democratizadora, que desdibuja los límites entre quienes han sido históricamente constituidos como actores legítimos de la palabra y de la información, antes de reemplazar el mito de la objetividad periodística por el nuevo mito de una verdad que se construye colectivamente, donde todos los puntos de vista y la mirada de cada individuo tienen el mismo valor, es fundamental reponer algunos interrogantes y desarrollar una tarea de investigación que, de manera articulada, permita abordar críticamente estas transformaciones.

En primer lugar, volver a estudiar las *rutinas y prácticas de los periodistas*, conocer sus miradas respecto a las mutaciones señaladas, pero no sólo aquellas que se vinculan a la tecnología y sus usos, sino también al hecho de que los mismos periodistas y su trabajo se han convertido en objeto de debate entre amplios sectores de la sociedad.

En segundo lugar, volver a los propios medios de comunicación, analizar las *operaciones discursivas* que cotidianamente despliegan, tendientes a legitimar ciertos tópicos, actores, narrativas de enunciación públicas específicas.

Finalmente, preguntarse por las reconfiguraciones que atraviesan, a partir de los cambios cada vez más acelerados de la sociedad contemporánea, nuestra *condición subjetiva* de públicos, consumidores, usuarios, ciudadanos. Condiciones que interactúan entre sí constituyéndonos complejamente.

En las interacciones entre estos distintos aspectos de la vida social es posible continuar buscando algunas de las claves desde donde pensar, debatir y diseñar las *políticas informativas*¹³⁶ y *comunicativas* que queremos y necesitamos para nuestra sociedad, políticas que faciliten y fortalezcan el reconocimiento y ejercicio de los derechos a la comunicación pública y contribuyan a la vigencia y profundización de la democracia en nuestro país.

¹³⁶ Como las llama Germán Rey (2007: 15).

Bibliografía citada y consultada

AAVV. (2007): *Periodismo de calidad: debates y desafíos*, La Crujía, Buenos Aires.

AA.VV. (2011): *Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación*, Fundación telefónica, Madrid.

Alvarez Teijeiro, Carlos (2000): *Comunicación, democracia y ciudadanía. Fundamentos teóricos del Public Journalism*, La Crujía, Buenos Aires.

Arendt, Hannah (2003): *La condición humana*, Paidós, Buenos Aires.

Balibar, Etienne (2004): *Derecho de ciudad. Cultura y política en democracia*, Nueva Visión, Buenos Aires.

Becerra, Martín (2003): *La sociedad de la Información: proyecto, convergencia, divergencia*, Norma, Buenos Aires.

Caletti, Sergio (1999): “Ocho notas para una reconsideración de la relaciones medios-democracia”, Sala de Prensa, Web para profesionales de Comunicación Iberoamericanos, N° 12, Año II, Vol 2, octubre 1999.

Disponible en <http://www.saladeprensa.org/art76.htm>

Acceso en: junio de 2012.

Caletti, Sergio (2000): “¿Quién dijo República? Notas para un análisis de la escena pública contemporánea, o de cómo el orden ha vuelto a imperar”. En Versión. Estudios de comunicación y política, N° 10, Universidad Autónoma de México.

Caletti, Sergio (2001): “Siete tesis sobre comunicación y política”. En Diálogos de la Comunicación, N° 63, FELAFACS, Lima.

Caletti, Sergio (2002): *Comunicación, política y espacio público. Notas para repensar la democracia en la sociedad contemporánea, Borradores de trabajo*, Buenos Aires, 1998-2002.

Caletti, Sergio (2006): “Decir, autorrepresentación, sujetos. Tres notas para un debate sobre política y comunicación”, Revista Versión, N° 17, Universidad Autónoma de México.

Caletti, Sergio (2007): “Repensar el espacio de lo público. Un esbozo histórico para situar las relaciones entre medios, política y cultura”. En Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación, N° 123, Buenos Aires.

Carrillo, Nereida (2013): *El periodismo volátil. ¿Cómo atrapar la información política que se nos escapa?*, UOC, Barcelona.

Casas Brega, Marina y Sallietti, María Luz (2009): “Periodismo Cívico en La Voz del Interior. Posibilidades y limitaciones de un intento de respuesta a la crisis de representación”. Trabajo final de grado para optar por el título de Licenciatura en Comunicación Social, Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba.

Cheresky, Isidoro (1999): “¿Una nueva ciudadanía?”. En Quiroga, Hugo; Villavicencio, Susana y Vermeren, Patrice (comps.): *Filosofías de la ciudadanía. Sujeto político y democracia*, Homo Sapiens, Rosario.

Corbière, Federico (2010): “Megabuscaadores: implicancias del cambio tecnológico en el orden periodístico”. En Luchessi, Lila (comp.): *Nuevos escenarios detrás de las noticias. Agendas, tecnologías y consumos*, La Crujía, Buenos Aires.

Córdoba, María Liliana (2013): “Medios masivos y ciudadanía: conceptos y prácticas para la democratización del espacio público mediatizado”. Tesis para optar por el Título de Doctorado en Ciencias Sociales, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

De Fontcuberta, Mar (2006): “El periódico como sistema”. En De Fontcuberta, Mar y Borrat, Héctor: *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*, La Crujía, Buenos Aires.

Di Prospero, Carolina y Maurello, María Eugenia (2010): “Los periodistas y las nuevas tecnologías”. En Luchessi, Lila (comp.): *Nuevos escenarios detrás de las noticias. Agendas, tecnologías y consumos*, La Crujía, Buenos Aires.

Doyle, Magdalena y Guzzi, Líbera (2011): “Matrices de pensamiento sobre la articulación comunicación/política/cultura en América Latina: de la comunicación popular a la ciudadanía comunicativa”. En *Oficios terrestres* N° 26, Universidad Nacional de La Plata.

El Jaber, Grisel (2010): “Periodismo en tiempos digitales: de la crisis de los modelos tradicionales a los emergentes”. En Luchessi, Lila (comp.): *Nuevos escenarios detrás de las noticias. Agendas, tecnologías y consumos*, La Crujía, Buenos Aires.

Espiritusanto, Óscar (2011): “Orígenes” y “Definiendo el fenómeno”. En AA.VV.: *Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación*, Fundación telefónica, Madrid.

Ferry, Jean Marc (1992): “Las transformaciones de la publicidad política”. En Ferry, Jean Marc, Wolton, Dominique y otros: *El nuevo espacio público*, Gedisa, Barcelona.

Ford, Aníbal (1985): “Literatura, crónica, periodismo”. En Ford, Aníbal; Rivera, Jorge y Romano, Eduardo: *Medios de comunicación y cultura popular*, Legasa, Buenos Aires.

Fraser, Nancy (1993): “Repensar el ámbito público: una contribución a la crítica de la democracia realmente existente”. En *Debate Feminista*, Año 4, Vol. 7, México.

Fraser, Nancy (1997): *Iustitia Interrupta. Reflexiones críticas desde la posición postsocialista*, Siglo del Hombre, Bogotá.

Garretón, Manuel (1995): “Democracia, ciudadanía y medios de comunicación. Un marco general”. En AAVV: *Comunicación y ciudadanía. Los medios, nuevas plazas para la democracia*, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, Lima.

Garretón, Manuel (2006): “Sociedad civil y ciudadanía en la problemática latinoamericana actual”. En Cheresky, Isidoro (comp.): *Ciudadanía, sociedad civil y participación política*, Miño y Dávila, Buenos Aires.

Guidobomo, Florencia (2013): “Twitter. Nueva fuente de información”. En Luchessi, Lila (coord.): *Calidad informativa. Escenarios de poscrisis*, La Crujía, Buenos Aires.

Habermas, Jürgen (1997): *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, G. Gili, Barcelona.

Keane, John (1991): *The media and democracy*, Polity Press, Cambridge.

Kymlicka, Hill y Norman, Wayne (1997): “El retorno del ciudadano. Una revisión de la producción reciente en la teoría de la ciudadanía”. En Agora. Cuadernos de Estudios Políticos, N° 7, Buenos Aires.

Lefort, Claude (1990): *La invención democrática*, Nueva Visión, Buenos Aires.

Luchessi, Lila (2010): “Nuevos escenarios detrás de las noticias”. En Luchessi, Lila (comp.): *Nuevos escenarios detrás de las noticias. Agendas, tecnologías y consumos*, La Crujía, Buenos Aires.

Luchessi, Lila (2013): “¿Noticia o contenidos? Esa es la cuestión”. En Luchessi, Lila (coord.): *Calidad informativa. Escenarios de poscrisis*, La Crujía, Buenos Aires.

Martín Barbero, Jesús y Rey, Germán (1997): “El periodismo en Colombia: de los oficios y los medios”. En Signo y Pensamiento, Vol. XVI, N° 30, Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá.

Martín Barbero, Jesús (1991): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, G. Gili, México.

Martín Barbero, Jesús (2003): “Pistas para entrever medios y mediaciones”. En Martín Barbero, Jesús: *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Convenio Andrés Bello, Bogotá.

Martín Barbero, Jesús (2004): *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

Martini, Stella (2000): *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Norma, Buenos Aires.

Martini, Stella y Luchessi, Lila (2004): *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder*, Biblós, Buenos Aires.

Mata, María Cristina (1997): *Públicos y consumos culturales en Córdoba*. Informe de investigación. Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba.

Mata, María Cristina (1999): “De la cultura masiva a la cultura mediática”. En *Diálogos de la Comunicación*, N° 56, FELAFACS, Lima.

Mata, María Cristina (2001): “Interrogaciones sobre el público”. En Vasallo de Lopes, Maria Immacolata y Fuentes Navarro, Raúl (comps.): *Comunicación, Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*, ITESO, Universidad Autónoma de Aguas Calientes, Universidad de Colima, Universidad de Guadalajara, México.

Mata, María Cristina (2002a): “Comunicación, ciudadanía y poder. Pistas para pensar su articulación”. En *Diálogos de la Comunicación*, N° 64, FELAFACS, Lima.

Mata, María Cristina (2002b): “La construcción técnica de la democracia”. En *Conciencia Social*, N° 2, Escuela de Trabajo Social, Universidad Nacional de Córdoba.

Mata, María Cristina (2003a): “Medios: ¿desde dónde pensar la acción ciudadana?”. En AA.VV.: *Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación*, La Tribu, Buenos Aires.

Mata, María Cristina (2003b): “Ciudadanía comunicativa: un desafío para la democracia”. En AA.VV.: *Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación*, La Tribu, Buenos Aires.

María Cristina Mata, Córdoba, María Liliana; Moje, Daniela y otros (2005a): “Públicos y ciudadanía comunicativa: convergencias y tensiones en la sociedad mediatizada”. Informe de investigación, Universidad Nacional de Córdoba.

Mata, María Cristina; Córdoba, María Liliana; Moje, Daniela y otros (2005b): “Condiciones objetivas y subjetivas para el desarrollo de la ciudadanía comunicativa”, Fundación Friedrich Ebert.

Disponible en: <http://www.c3fes.net/docs/ciudadaniacomunicativa.pdf>

Acceso en: julio de 2009

Mata, María Cristina (2005c): “Asumir la ‘Sociedad de la Información’ como objeto de crítica, conocimiento y acción”. En AA.VV.: *Democracia y ciudadanía en la Sociedad de la Información: desafíos y articulaciones regionales*, Escuela de Ciencias de la Información, Universidad Nacional de Córdoba.

Mata, María Cristina (2006): “Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación”. En *Revista Fronteiras – Estudos mediáticos*, Vol. VIII, N° 1, Universidade do Vale do Rio do Sinos.

Mata, María Cristina (2008a): “Ciudadanía comunicativa: los desafíos de una construcción categorial”. En Da Porta, Eva y Saur, Daniel (coords): *Giros teóricos en las Ciencias Sociales y Humanidades*, Comunicarte, Córdoba.

Mata, María Cristina (2008b): “Cambiar la agenda”. Ponencia presentada en el VI Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación, Paraná, septiembre de 2008.

Mata, María Cristina; Córdoba, María Liliana; Monje, Daniela y otros (2009a): “Ciudadanía comunicativa: aproximaciones conceptuales y aportes metodológicos”. En Padilla, Adrián y Efendy Maldonado, Alberto (org.): *Metodologías transformadoras. Tejiendo la red en comunicación, educación, ciudadanía e integración en América Latina*, Fondo Editorial del Centro de Experimentación para el Aprendizaje Permanente, Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez, Caracas.

Mata, María Cristina y Córdoba, María Liliana (2009b): “Ciudadanía, información y acción colectiva”. Ponencia presentada en el Primer Congreso Nacional “Protesta social, acción colectiva y movimientos sociales”, Buenos Aires, marzo de 2009.

Mata, María Cristina (2010): “Nuevos tiempos, nuevos problemas”. En Signo y Pensamiento, Vol. XXIX, N° 57, Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá.

Mata, María Cristina (2011): “Comunicación popular. Continuidades, transformaciones y desafíos”. En *Oficios terrestres*, Año XVII, N° 26, Universidad Nacional de La Plata.

Mata, María Cristina (2012): “Comunicación, ciudadanía y poder. Repensando su articulación”. En Fagundes Haussen, Doris y Cimadevilla, Gustavo (orgs.): *Caminhos do campo comunicacional no Brasil e na Argentina. III Coloquio Brasil-Argentina*, INTERCOM, Sao Paulo.

Mattelart, Armand y Mattelart, Michèle (1997): *Historia de las teorías de la comunicación*, Paidós, Barcelona.

Mattelart, Armand y Mattelart, Michèle (2000): *Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social*, LOM, Santiago de Chile.

Mattelart, Armand (2002): *Historia de la sociedad de la información*, Paidós, Buenos Aires.

Mattelart, Armand (2005): “Sociedad de la Información. Premisas, nociones e historia de su constitución. Claves para comprender el Nuevo Orden Internacional”. En AA.VV.: *Democracia y ciudadanía en la Sociedad de la Información: desafíos y articulaciones regionales*, Escuela de Ciencias de la Información, Universidad Nacional de Córdoba.

Maxwell, Joseph (1996): *Qualitative Research Design. An Interactive Approach*, Sage, Londres.

Mendizábal, Nora (2007): “Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa”. En Vasilachis de Gialdino, Irene (coord.): *Estrategias de investigación cualitativa*, Gedisa, Buenos Aires.

Peltason, Jack Walter (2004): *Sobre Estados Unidos: La Constitución de los Estados Unidos de América con notas explicativas*, Departamento de Estado de los Estados Unidos, Oficina de Programas de Información Internacional.

Quiroga, Hugo (1999): “Democracia, Ciudadanía y el sueño del orden justo”. En Quiroga, Hugo; Villavicencio, Susana y Vermeren, Patrice (comps.): *Filosofías de la ciudadanía. Sujeto político y democracia*, Homo Sapiens, Rosario.

Rancière, Jacques (2006): *El odio a la democracia*, Amorrortu, Buenos Aires.

Rancière, Jacques (2007): *El desacuerdo. Política y filosofía*, Nueva Visión, Buenos Aires.

Reguillo, Rossana (1998): “Un malestar invisible: derechos humanos y comunicación”. En Chasqui, N° 64, CIESPAL, Ecuador.

Reguillo, Rossana (2000): “Identidades culturales y espacio público: un mapa de los silencios”. En Diálogos de la Comunicación, N° 59-60, FELAFACS, Lima.

Reguillo, Rossana (2002): “El otro antropológico. Poder y representación en una contemporaneidad sobresaltada”. En Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura, N° 29, Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.

Reguillo, Rossana (2003): “Ciudadanías juveniles en América Latina”. En Última Década, N° 19, CIDPA, Viña del Mar.

Repoll, Jerónimo (2010): “Política y medios de comunicación en Argentina. Kirchner, Clarín y la Ley”. En Andamios. Revista de Investigación Social, Vol. 7, N° 14, Universidad Autónoma de México.

Rey, Germán (1998): *Balsas y medusas. Visibilidad comunicativa y narrativas políticas*. CEREC, FESCOL, Fundación Social, Bogotá.

Rey, Germán (2002): *Oficio de equilibristas. 21 casos periodísticos de El Tiempo analizados por el defensor del lector*. Casa Editorial El Tiempo, Bogotá.

Rey, Germán (2007): *La fuga del mundo. Escritos sobre periodismo*. Random House Mondadori, Bogotá.

Rheingold, Howard (2011): “Periodismo ciudadano: ¿Por qué las democracias deberían depender de él?, y ¿por qué el periodismo digital no es suficiente?”. En AA.VV.: *Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación*. Fundación telefónica, Madrid.

Rincón, Omar (2013): “El periodista DJ es el medio”. En Luchessi, Lila (coord.): *Calidad informativa. Escenarios de poscrisis*. La Crujía, Buenos Aires.

San Martín, Raquel (2007): “Periodismo en los márgenes: qué piensan los periodistas sobre su trabajo y sus lectores”. En AAVV.: *Periodismo de calidad: debates y desafíos*. La Crujía, Buenos Aires.

Silverstone, Roger (2004): *¿Por qué estudiar los medios?* Amorrortu, Buenos Aires.

Simo, Juan Carlos (2005): “Públicos y ciudadanía comunicativa: tensiones en las lógicas de producción informativa. El caso de La Voz del Interior”. Trabajo final de grado para optar por el título de Licenciatura en Comunicación Social, Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba.

Soneira, Abelardo Jorge (2007): “La <<Teoría Fundamentada en los datos>> (Grounded Theory) de Glaser y Straus”. En Vasilachis de Gialdino, Irene (coord.): *Estrategias de investigación cualitativa*, Gedisa, Buenos Aires.

Stefoni, Jorge Andrés (2013): “Controversias contemporáneas en el periodismo argentino. Los nudos de la política y el debate sobre la condición profesional (2009-2011)”. En Revista Astrolabio - Nueva Época, N° 10, Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad, Universidad Nacional de Córdoba.

Thompson, John (1998): *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Paidós, Barcelona.

Vasilachis de Gialdino, Irene (2007): “La investigación cualitativa”. En Vasilachis de Gialdino, Irene (coord.): *Estrategias de investigación cualitativa*, Gedisa, Buenos Aires.

Vermeren, Patrice (2001): “El ciudadano como personaje filosófico”. En Quiroga, Hugo; Villavicencio, Susana y Vermeren, Patrice (comps.): *Filosofías de la ciudadanía. Sujeto político y democracia*, Homo Sapiens, Rosario.

Verón, Eliseo (1992): “Interfaces. Sobre la democracia audiovisual evolucionada”. En Ferry, Jean Marc, Wolton, Dominique y otros: *El nuevo espacio público*, Gedisa, Barcelona.

Vincent, Lucía (2011): “La disputa por la mediación durante el Kirchnerismo en Argentina”. En CONfines de relaciones internacionales y ciencia política, Vol. 7, N° 13, Tecnológico de Monterrey, México.

Waisbord, Silvio (2013): *Vox populista. Medios, periodismo, democracia*, Gedisa, Buenos Aires.

Williams, Raymond (1974): *Los medios de comunicación social*, Península, Barcelona.

Williams, Raymond (1994): *Sociología de la cultura*. Paidós, Buenos Aires.

Williams, Raymond (2011): *Televisión. Tecnología y forma cultural*, Paidós, Buenos Aires.

Wolf, Mauro (2013): *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Paidós, Buenos Aires.

Zunino, Esteban (2013): “Agendas digitales: rupturas y continuidades”. En Luchessi, Lila (coord.): *Calidad informativa. Escenarios de poscrisis*, La Crujía, Buenos Aires.

Anexo

Corpus de análisis

1. Public journalism

1.1. Libros

Autor: Charity, Arthur

Título: *Doing public journalism*

Edición: Primera

Año: 1995

Editorial: The Guilford Press

Lugar: New York

Descripción: El texto sistematiza algunos de los principales aspectos de la propuesta del public journalism en relación a su desarrollo en la práctica concreta. En tal sentido, recupera experiencias realizadas en distintos medios de comunicación hasta el año 1994, focalizando en las estrategias, recursos y herramientas desplegados por periodistas y editores en el marco de dichas experiencias.

Autor: Merritt, Davis

Título: *Public journalism and public life. Why telling the news is not enough*

Edición: Segunda

Año de la edición original: 1995

Año: 1998

Editorial: Lawrence Earlbaum Associates

Lugar: New Jersey

Descripción: El libro da cuenta de las transformaciones sociales que se produjeron en los Estados Unidos a partir de la segunda mitad del siglo XX, y sus incidencias en el ámbito periodístico profesional. El autor describe y analiza estos cambios en relación a su propia trayectoria como periodista durante este período, y a través de este desarrollo contextualiza el surgimiento del public journalism.

Los últimos capítulos del libro están dedicados al abordaje de los presupuestos y principios fundamentales de la perspectiva.

Autor: Merritt, Davis y McCombs, Maxwell
Título: *The two w's of journalism. The why and the what of public affairs reporting*
Edición: Primera
Año: 2004
Editorial: Lawrence Earlbaum Associates
Lugar: New Jersey
Descripción: El texto se plantea como un aporte para el trabajo en el ámbito periodístico profesional y para los espacios de formación. La idea central es que en el contexto de la “era de la información” resulta necesario repensar y replantear el lugar del periodismo en la democracia: el por qué y el para qué de informar acerca de los asuntos públicos.
A través de la presentación de ciertas discusiones conceptuales y de un conjunto de recomendaciones para la práctica, se propone una transformación del periodismo denominado “tradicional”.

Autor: Merritt, Davis
Título: *Knightfall: Knight Ridder and how the erosion of newspaper journalism is putting democracy at risk*
Edición: Primera
Año: 2005
Editorial: AMACOM
Lugar: New York
Descripción: Desde un registro autobiográfico, el autor realiza un examen de las transformaciones sociales y periodísticas a lo largo de varias décadas, en lo que respecta a los medios gráficos. Analiza especialmente los cambios en la conformación institucional y propietaria del sistema de medios, ciertas tendencias corporativas desarrolladas al interior del ámbito periodístico profesional y la incidencia de las innovaciones tecnológicas.

Autor: Rosen, Jay
Título: *Getting the connections right: public journalism and the troubles in the press*
Edición: Primera
Año: 1996
Editorial: Twentieth Century Fund
Lugar: New York
Descripción: El libro constituye una descripción en detalle de la propuesta del public journalism: sus orígenes, el contexto de crisis que da lugar a su surgimiento, los debates teóricos en los que se inscribe, y los presupuestos fundamentales a partir de los cuales se sustenta esta perspectiva como una alternativa de transformación del periodismo.

Autor: Rosen, Jay
Título: *What are journalists for?*
Edición: Primera
Año: 1999
Editorial: Yale University Press
Lugar: New Heaven

Descripción: El texto constituye un análisis en profundidad de la trayectoria de la propuesta del periodismo público norteamericano. Se estructura en cuatro partes bien delimitadas: en la primera se examinan los principales antecedentes de esta perspectiva, los factores que permitieron su surgimiento, así como los debates teóricos en los que se inscribe; en la segunda se recogen y sistematizan algunas experiencias significativas de public journalism realizadas en distintos medios de los Estados Unidos; en la tercera se revisan algunas de las reacciones que generó esta propuesta en el ámbito periodístico profesional norteamericano, especialmente en los grandes medios gráficos de alcance nacional; y finalmente, en la cuarta parte, se plantean algunos balances del desarrollo del public journalism.

1.2. Capítulos de libros

Autor: Austin, Lisa
Título del capítulo: “Public journalism in the newsroom: putting the ideas into play”
Autor / Editor / Compilador del libro: Rosen, Jay; Merritt, Davis y Austin, Lisa
Título del libro: *Public Journalism. Theory and practice. Lessons from experience*
Edición: Primera
Año: 1997
Editorial: Kettering Foundation
Lugar: Ohio

Descripción: La autora analiza el contexto que dio lugar al surgimiento del public journalism, y afirma que el clima de criticidad en relación al periodismo que se vivía para fines de los años 80 estaba vinculado a factores económicos, ciertos cambios en la cultura profesional y cuestionamientos sobre la “efectividad” de los medios de comunicación.

Plantea los distintos puntos a partir de los cuales las rutinas que propone el public journalism difieren de otros modos de practicar la profesión: en primer lugar, considerar a los ciudadanos como tales y no como clientes, y ayudarlos a desarrollarse en su condición de actores de la vida pública; en segundo lugar, desarrollar el ejercicio de la “escucha pública”; en tercer lugar, promover la deliberación; en cuarto lugar, reconocer el poder del periodismo en cuanto a la construcción del encuadre; finalmente, facilitar el compromiso de los ciudadanos con los procesos deliberativos y con la “búsqueda de soluciones”.

Autor: Campbell, Cole

Título del capítulo: "Foreword: Journalism as a democratic art"

Autor / Editor / Compilador del libro: Glasser, Theodor

Título del libro: *The idea of public journalism*

Edición: Primera

Año: 1999

Editorial: Gilford Publications

Lugar: New York

Descripción: El autor presenta esta compilación como un ejemplo claro de que lo que representa el public journalism: un espacio de diálogo entre periodistas y académicos. Y explicita su propia mirada en torno a algunos de los aspectos fundamentales de esta perspectiva: la crisis del periodismo, la polémica Dewey-Lippmann, las vinculaciones de los ciudadanos con los medios de comunicación, y algunas ideas en relación a cómo transformar el periodismo.

Autor: Carey, James

Título del capítulo: "In defense of public journalism"

Autor / Editor / Compilador del libro: Glasser, Theodor

Título del libro: *The idea of public journalism*

Edición: Primera

Año: 1999

Editorial: Gilford Publications

Lugar: New York

Descripción: El autor afirma que durante los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial se desarrollaron numerosas propuestas de reforma del periodismo, y que el public journalism es la primera de ellas que toma la forma de un "movimiento social" y logra algún nivel de institucionalización. El autor sostiene que el periodismo público merece apoyo, ya que constituye un modo de enfrentar dos tendencias fuertes de la sociedad contemporánea: por un lado, aquella que pretende reducir el periodismo al "modelo de mercado", sacrificando todos los estándares de calidad en función de la obtención de ganancias; por otro, aquella que defiende la "santidad" de la práctica tradicional del periodismo contra cualquier intento de alterarla, a la luz del contexto político y cultural contemporáneo.

Contra estas dos tendencias, el public journalism se propone hacer posible la vida pública y cultivar una ética de la ciudadanía.

Autor: Christians, Clifford

Título del capítulo: "The common good as first principle"

Autor / Editor / Compilador del libro: Glasser, Theodor

Título del libro: *The idea of public journalism*

Edición: Primera

Año: 1999

Editorial: Gilford Publications

Lugar: New York

Descripción: El autor sostiene que la vitalidad a largo plazo del periodismo público sólo puede sostenerse en el principio del bien común. En tal sentido, presenta un debate acerca de los alcances de este concepto, contraponiendo a la teoría liberal y al comunitarismo, y destaca las virtudes de este último y su utilidad en relación a los principios del public journalism.

Autor: Dinges, John

Título del capítulo: "Public journalism and nacional public radio"

Autor / Editor / Compilador del libro: Eksterowicz, Anthony y Roberts, Robert

Título del libro: *Public journalism and political knowledge*

Edición: Primera

Año: 2000

Editorial: Rowman and Littlefield Publishers

Lugar: Boston

Descripción: El capítulo analiza la participación de algunas de las señales de la red de la Radio Pública Nacional en un proyecto de public journalism realizado para las elecciones de 1994 y 1996 en distintas ciudades de los Estados Unidos. A pesar de que las características de la radio facilitan especialmente la posibilidad de expresar las voces de la gente de a pie, y de parecer el "medio natural" para el desarrollo de este tipo de periodismo, el efecto más duradero que tuvo la experiencia realizada fue el fortalecimiento de los vínculos entre las distintas señales que integran la red, más que las transformaciones a largo plazo en el modo de cobertura.

Autor: Durham Peters, John

Título del capítulo: "Public journalism and democratic theory: four challenges"

Autor / Editor / Compilador del libro: Glasser, Theodor

Título del libro: *The idea of public journalism*

Edición: Primera

Año: 1999

Editorial: Gilford Publications

Lugar: New York

Descripción: En este capítulo se cuestiona el modo en que en el periodismo público se concibe a la democracia, y fundamentalmente sus posibilidades de realización en el marco de las condiciones en las que se desarrollan las "formas de comunicación" contemporáneas.

Según el autor, cuestiones vinculadas a la escala, la naturaleza humana, la estructura social y la credibilidad, constituyen los cuatro obstáculos que cualquier teoría de la democracia debe resolver en la sociedad contemporánea, y que en el public journalism no están resueltos adecuadamente.

Autor: Eksterowicz, Anthony

Título del capítulo: "The history and development of public journalism"

Autor / Editor / Compilador del libro: Eksterowicz, Anthony y Roberts, Robert

Título del libro: *Public journalism and political knowledge*

Edición: Primera

Año: 2000

Editorial: Rowman and Littlefield Publishers

Lugar: Boston

Descripción: El autor sostiene que las raíces del public journalism pueden remontarse al "Progresismo", movimiento de reforma que se desarrolló en los Estados Unidos en las primeras décadas del siglo XX. En términos más recientes, el periodismo público es una perspectiva que surgió claramente como respuesta al funcionamiento del sistema político, en particular las campañas electorales.

Autor: Friedland, Lewis
Título del capítulo: "Public journalism and community change"
Autor / Editor / Compilador del libro: Eksterowicz, Anthony y Roberts, Robert
Título del libro: *Public journalism and political knowledge*
Edición: Primera
Año: 2000
Editorial: Rowman and Littlefield Publishers
Lugar: Boston
Descripción: El autor discute en clave teórica algunos de los conceptos que tienen mayor importancia en la perspectiva del public journalism, como "cívico" o "público".
Y como modo de evaluar, a una década de su nacimiento, el impacto de esta propuesta realiza un breve análisis de las experiencias de tres medios, que considera las más significativas en cuanto a la práctica del *public journalism*: la del *Wichita Eagle*, la del *Charlotte Observer* y la del *Virginian Pilot*. El autor sostiene que a la luz de esas experiencias no resultan comprensibles las virulentas reacciones que esta perspectiva ha generado en el ámbito periodístico profesional norteamericano.

Autor: Glasser, Theodor y Craft, Stephanie
Título del capítulo: "Public journalism and the search for democratic ideals"
Autor / Editor / Compilador del libro: Liebes, Tamar y Curran, James
Título del libro: *Media, ritual and identity*
Edición: Primera
Año: 1998
Editorial: Routledge
Lugar: Londres
Descripción: Los autores analizan los orígenes y principios del public journalism, tal como son presentados por los referentes de esta perspectiva. Hacen énfasis en dos aspectos: por una parte, la idea de pasar de un "periodismo de información" a un "periodismo de conversación"; por otra, la idea de que la práctica del public journalism permite fortalecer no sólo la calidad periodística, sino también la rentabilidad de la empresas, porque mejora el vínculo con los lectores.
A partir de allí, Glasser y Craft, plantean una serie de críticas a esta perspectiva, en relación a tres aspectos: el concepto de opinión pública que se utiliza, reducido a lo que indican las encuestas; el modo en que se entiende a la participación democrática; la desatención a la cuestión del sistema de propiedad y control de los medios. Los autores ponen seriamente en cuestión la posibilidad de que un propósito vinculado con "lo público" pueda desarrollarse desde la prensa privada.

Autor: Glasser, Theodor

Título del capítulo: "The idea of public journalism"

Autor / Editor / Compilador del libro: Glasser, Theodor

Título del libro: *The idea of public journalism*

Edición: Primera

Año: 1999

Editorial: Gilford Publications

Lugar: New York

Descripción: El autor plantea que más allá del significativo impacto de la propuesta del public journalism y de los interesantes proyectos que se han llevado a cabo bajo su órbita, existen tres áreas de inconsistencias dentro de esta propuesta: en primer lugar, se sostiene una concepción liberal y procedimental tanto de la prensa como de la democracia; en segundo lugar, se excluyen ciertas formas de participación y organización política de la ciudadanía, en función de evitar el contacto con intereses "particulares"; finalmente, las discusiones en torno a las interpretaciones de la Primera Enmienda.

Autor: Glasser, Theodore y Lee, Francis

Título del capítulo: "Repositioning the newsroom: the American experience with public journalism"

Autor / Editor / Compilador del libro: Kuhn, Raymond y Neveu Erik

Título del libro: *Political journalism. New Challenges, new practices*

Edición: Primera

Año: 2002

Editorial: Routledge

Lugar: New York

Descripción: Los autores presentan de manera esquemática la propuesta del public journalism: en primer lugar, sus objetivos y declamaciones en relación al periodismo, la democracia y la vida pública; en segundo lugar, los principios que han organizado la práctica concreta del public journalism en distintos medios de los Estados Unidos; finalmente, plantean algunas de las críticas que pueden realizarse a esta perspectiva, vinculadas por un lado a sus debilidades teóricas, y por otro a su falta de atención al aspecto de la economía política del sistema de medios de comunicación norteamericano.

Autor: Goidel, Robert

Título del capítulo: “If you report it, will they care? Political knowledge and public journalism”

Autor / Editor / Compilador del libro: Eksterowicz, Anthony y Roberts, Robert

Título del libro: *Public journalism and political knowledge*

Edición: Primera

Año: 2000

Editorial: Rowman and Littlefield Publishers

Lugar: Boston

Descripción: El autor analiza aquí la problemática de lo que denomina el “cinismo” y la “apatía” del público. Más allá de asumir que hay intensos debates en torno a la influencia de los medios de comunicación en esos fenómenos, le interesa examinar especialmente la “responsabilidad” de la cobertura mediática de los asuntos públicos y políticos en el cinismo y descompromiso de los ciudadanos.

A partir de allí intenta analizar las posibilidades del periodismo público de cumplir con sus objetivos.

Autor: Leonard, Thomas

Título del capítulo: “Making readers into citizens – The old fashioned way”

Autor / Editor / Compilador del libro: Glasser, Theodor

Título del libro: *The idea of public journalism*

Edición: Primera

Año: 1999

Editorial: Gilford Publications

Lugar: New York

Descripción: El autor intenta mostrar que los grandes objetivos del public journalism –que los ciudadanos sean concientes de sí mismos, que estén informados sobre distintos asuntos y listos para actuar a partir de sus propias conclusiones, que los lectores se comporten como ciudadanos en definitiva– ya se encontraban presentes en el periodismo de fines del siglo XIX y principios del XX. Así, cuestiona a los periodistas que critican la propuesta del periodismo público amparándose en la “tradicición” para realizar esa crítica.

Autor: Merritt, Davis

Título del capítulo: "Public journalism: where it has been; where it is headed"

Autor / Editor / Compilador del libro: Rosen, Jay; Merritt, Davis y Austin, Lisa

Título del libro: *Public Journalism. Theory and practice. Lessons from experience*

Edición: Primera

Año: 1997b

Editorial: Kettering Foundation

Lugar: Ohio

Descripción: El autor realiza una breve descripción de las condiciones en las que surgió el public journalism y su paulatino crecimiento en los primeros años de la década del 90. Y describe algunos de los postulados que se han ido desarrollando para transformar las rutinas de cobertura periodística: la revisión del principio de las dos campanas, la distinción entre objetividad y distanciamiento, la construcción del marco, etc.

Finalmente, Merritt explicita las expectativas de crecimiento de la perspectiva para los años siguientes, en función del impacto logrado en el ámbito periodístico profesional.

Autor: Pauly, John

Título del capítulo: "Journalism and the sociology of public life"

Autor / Editor / Compilador del libro: Glasser, Theodor

Título del libro: *The idea of public journalism*

Edición: Primera

Año: 1999

Editorial: Gilford Publications

Lugar: New York

Descripción: El autor sostiene que, a pesar de sus esfuerzos por transformar el periodismo y asumir las críticas que provienen de otros ámbitos como válidas, el public journalism comparte con el periodismo tradicional tres problemas: en primer lugar, la creencia de que la crisis del periodismo es un fenómeno de las últimas décadas; en segundo lugar, una autopercepción del periodismo como una suerte de "tótem de la democracia"; en tercer lugar, entender como una tragedia el hecho de que los medios hayan perdido cierta significación para la vida social.

Según Pauly, una lectura más atenta de la historia de la democracia en los Estados Unidos sugiere que ésta se logró a través de luchas, a veces contra el peso del sentido común y la costumbre, por grupos que fueron acusados de controversiales e incivilizados en su tiempo.

Autor: Potter, Deborah y Kurpius, David
Título del capítulo: “Public journalism and television news”
Autor / Editor / Compilador del libro: Eksterowicz, Anthony y Roberts, Robert
Título del libro: *Public journalism and political knowledge*
Edición: Primera
Año: 2000
Editorial: Rowman and Littlefield Publishers
Lugar: Boston
Descripción: Los autores indican que la práctica del *public journalism* en las señales de televisión ha sido generalmente producto de la invitación de medios gráficos que han impulsado proyectos. Y afirman que estas experiencias no han estado exentas de ciertas tensiones, vinculadas por ejemplo a las dificultades que presenta el trabajo colaborativo y la necesidad de llegar a acuerdos; la cantidad de recursos que se requieren para la producción televisiva; la incidencia que puede tener la presencia de las tecnologías en las dinámicas habituales de ciertos acontecimientos, como una reunión de vecinos, etc.

Autor: Roberts, Robert
Título del capítulo: “Educating the public journalist for the twenty-first century”
Autor / Editor / Compilador del libro: Eksterowicz, Anthony y Roberts, Robert
Título del libro: *Public journalism and political knowledge*
Edición: Primera
Año: 2000
Editorial: Rowman and Littlefield Publishers
Lugar: Boston
Descripción: En este capítulo se abordan los desafíos que se presentan a las universidades e instituciones de educación superior en relación a la formación de periodistas –públicos o tradicionales-. El autor afirma que es necesario mejorar la educación ciudadana de los graduados, lo que implica promover la formación en ciencias sociales, actividades de servicio a la comunidad, etc.

Autor: Rosen, Jay

Título del capítulo: "Politics, vision and the press: toward a public agenda for journalism"

Autor / Editor / Compilador del libro: Rosen, Jay y Taylor, Paul

Título del libro: *The new news v. the old news. The press and politics in the 1990s*

Edición: Primera

Año: 1992

Editorial: Twentieth Century Fund

Lugar: New York

Descripción: El autor plantea la necesidad de construir una agenda pública para el periodismo. Asume que sostener el principio de no regulación de la prensa no implica que ésta no pueda o deba ser evaluada.

Rosen presenta sus críticas al periodismo tradicional, y afirma que mejorar la opinión pública no implica sumar más información, sino fortalecer el diálogo de la comunidad política, de modo que la competencia política sea también una competencia de ideas y no un choque de intereses particulares.

Autor: Rosen, Jay

Título del capítulo: "Public journalism as a democratic art"

Autor / Editor / Compilador del libro: Rosen, Jay; Merritt, Davis y Austin, Lisa

Título del libro: *Public Journalism. Theory and practice. Lessons from experience*

Edición: Primera

Año: 1997

Editorial: Kettering Foundation

Lugar: Ohio

Descripción: El autor explicita en este texto los objetivos de intervención en el campo periodístico profesional que tiene el public journalism como "movimiento". En ese sentido, afirma que lo que caracteriza a esta propuesta es que plantea un diálogo permanente entre la teoría y la práctica, de modo que la práctica inspire a la teoría, y ésta a su vez oriente la práctica.

Por otro lado, Rosen describe algunos de los principios fundamentales del public journalism que se aplican en las salas de redacción y producción, vinculados a la priorización de ciertas temáticas y actores, la construcción del encuadre, la visibilización, la elaboración de la matriz narrativa, el efecto de posicionamiento, etc.

Autor: Rosen, Jay

Título del capítulo: "The action of the idea"

Autor / Editor / Compilador del libro: Glasser, Theodor

Título del libro: *The idea of public journalism*

Edición: Primera

Año: 1999

Editorial: Gilford Publications

Lugar: New York

Descripción: Rosen aborda en este texto algunas de las críticas que se han realizado al public journalism. El autor intenta mostrar que la ausencia de definiciones categóricas es una característica positiva, que permite enriquecer el concepto. Por eso, utiliza la expresión "la idea en acción". Lo que se plantea es que uno de los aspectos más interesantes de esta perspectiva es que ella fue desarrollándose en la medida en que iba tomando visibilidad pública, y cada vez más académicos y periodistas la debatían. Por lo tanto, según Rosen, lo importante son las distintas dimensiones que implica –un argumento, un experimento, un movimiento, un debate, una aventura-, y en esa clave desde discutirse esa propuesta.

Autor: Rosen, Jay

Título del capítulo: "Foreword"

Autor / Editor / Compilador del libro: Eksterowicz, Anthony y Roberts,

Robert

Título del libro: *Public journalism and political knowledge*

Edición: Primera

Año: 2000

Editorial: Rowman and Littlefield Publishers

Lugar: Boston

Descripción: El autor presenta las características fundamentales del libro que está prologando, y afirma que los colaboradores de la edición comparten un espacio y temática común: el periodismo público y la vida política. Según Rosen, las propias biografías de los autores que participan con sus ensayos – profesores universitarios, investigadores y periodistas- expresa acabadamente la esencia del mismo public journalism, esto es, la conjunción entre la actividad periodística y el interrogante de cómo mejorar la democracia.

Autor: Schudson, Michael

Título del capítulo: "What public journalism knows about journalism but doesn't know about 'public'"

Autor / Editor / Compilador del libro: Glasser, Theodor

Título del libro: *The idea of public journalism*

Edición: Primera

Año: 1999

Editorial: Gilford Publications

Lugar: New York

Descripción: El autor afirma que en la historia del periodismo norteamericano y del debate acerca de cómo los medios debían servir a la democracia se han desarrollado tres modelos: el modelo "de mercado", en el cual los periodistas sirven mejor al público ofreciéndole aquello que el público demanda; el modelo "de defensa", en el que el periodismo es un medio de transmisión de las perspectivas de los partidos políticos; y el modelo "depositario", en el cual los periodistas profesionales ofrecen las noticias que consideran que los ciudadanos deberían conocer como participantes informados del sistema democrático.

Según Schudson, el public journalism es una variante del modelo depositario, esto es, una versión de la misma ideología que domina el mundo de los periodistas profesionales hoy, ya que mantiene el control de éstos sobre las noticias.

Autor: Wharover, Thomas

Título del capítulo: "Public journalism and the press: the *Virigian Pilot* Experience"

Autor / Editor / Compilador del libro: Eksterowicz, Anthony y Roberts, Robert

Título del libro: *Public journalism and political knowledge*

Edición: Primera

Año: 2000

Editorial: Rowman and Littlefield Publishers

Lugar: Boston

Descripción: Luego de plantear algunas ideas generales vinculadas a los principios del *public journalism*, el autor describe algunas de las experiencias desarrolladas en el diario *The Virginian Pilot*, y el impacto que la práctica del periodismo público tuvo en el medio, incluso más allá de los periodistas que se habían involucrado directamente en esas experiencias.

Autor: Woo, Williams

Título del capítulo: "Public journalism: a critique"

Autor / Editor / Compilador del libro: Eksterowicz, Anthony y Roberts, Robert

Título del libro: *Public journalism and political knowledge*

Edición: Primera

Año: 2000

Editorial: Rowman and Littlefield Publishers

Lugar: Boston

Descripción: El autor afirma que el impacto que tuvo la propuesta del *public journalism* se debe a la participación de algunos periodistas muy prestigiosos, el entusiasmo de muchos académicos, y la fortaleza económica, facilitada especialmente por el financiamiento aportado por distintas fundaciones. Sin embargo, Woo indica que deben realizarse dos tipos de críticas a esta perspectiva: por un lado, los análisis acerca de la situación calamitosa en la que se encuentran tanto el periodismo como el sistema político no pueden realmente documentarse; por otro, el mencionado financiamiento pone en duda la credibilidad y confiabilidad de los medios involucrados en proyectos de periodismo público, fundamentalmente por su carácter de empresas privadas con fines de lucro.

En fin, el autor advierte que la práctica del *public journalism* afecta seriamente la credibilidad de la prensa.

Autor: Yancey, Dwayne

Título del capítulo: "Is anybody out there? The *Roanoke Times* experience"

Autor / Editor / Compilador del libro: Eksterowicz, Anthony y Roberts, Robert

Título del libro: *Public journalism and political knowledge*

Edición: Primera

Año: 2000

Editorial: Rowman and Littlefield Publishers

Lugar: Boston

Descripción: El autor analiza la experiencia del diario *The Roanoke Times*, que comenzó a aplicar algunas técnicas de *public journalism* en sus coberturas a partir de un proceso electoral de 1996. Lo significativo de esa experiencia fue que se pusieron en marcha dos medidas que funcionaron de manera permanente: la realización de encuestas a los lectores para conocer sus necesidades en relación al diario; una encuesta telefónica -*daily reader report card*- que se hacía cotidianamente y buscaba conocer la opinión de los lectores acerca de las noticias y coberturas del día.

Autor: Zelizer, Barbie

Título del capítulo: "Making the neighborhood work: the improbabilities of public journalism"

Autor / Editor / Compilador del libro: Glasser, Theodor

Título del libro: *The idea of public journalism*

Edición: Primera

Año: 1999

Editorial: Gilford Publications

Lugar: New York

Descripción: La autora plantea que el public journalism ha exagerado tanto la lectura acerca del proceso en el que se encuentra el periodismo tradicional para fines de los años 80, como su rol de "salvador" de los verdaderos valores del periodismo.

Zelizer identifica cuatro inconsistencias presentes en la idea del periodismo público: en primer lugar, la "miopía histórica", es decir, la incapacidad de sus defensores de comprender el proceso histórico que facilitó la aparición de esta propuesta; en segundo lugar, las tensiones que desde su propio surgimiento el public journalism ha planteado en relación al ámbito periodístico; en tercer lugar, el tipo de vinculaciones que se proponen con el público, cuestión que no es abordada en toda su complejidad; en cuarto lugar, el carácter normativo de sus lecturas y análisis del sistema político en términos más generales.

1.3. Artículos

Autor: Merritt, Davis

Título del artículo: "Periodismo público: nuevas respuestas a preguntas clave"

Nombre de la revista: En Cuadernos de Información

Volumen / Número: N° 12

Año: 1997a

País: Chile

Descripción: Se trata de un breve artículo publicado en ocasión de una visita de Davis Merritt a la Escuela de Periodismo de la Universidad Católica de Chile, para el dictado de un seminario. Allí el autor plantea los postulados básicos del public journalism en función de tres interrogantes: ¿cuál es el rol de los ciudadanos en una democracia?, ¿cuál es el rol de los periodistas en una democracia?, ¿cómo se articulan esos roles?

Autor: Pauly, John

Título del artículo: "Public journalism in international perspective"

Nombre de la revista: Communication Research Trends

Volumen / Número: Vol. 19 - Nº 4

Año: 1999

País: Estados Unidos

Descripción: El autor presenta en general la propuesta del public journalism, teniendo en cuenta los aspectos que considera más relevantes: su inscripción en los debates en torno a los medios de comunicación de fines de los años 80 y principios de los 90 en los Estados Unidos; su surgimiento en el contexto de una cierta crisis del sistema democrático norteamericano; sus postulados teóricos más importantes; el desarrollo de algunos proyectos en distintos medios de comunicación; las críticas que se realizaron a esta perspectiva; y su inscripción en el debate internacional acerca de la sociedad civil. Finalmente, el autor reflexiona acerca de las posibilidades del public journalism de lograr impacto en medios de otros países.

1.4. Informes y conferencias

Autor: Denton, Frank y Thorson, Esther

Título del informe / conferencia: "Civic Journalism: does it work?"

Institución / evento: Special Report for the Pew Center for Civic Journalism

Año:

Lugar:

Disponible en: http://www.pewcenter.org/doingcj/research/r_doesit.html

Acceso en: junio de 2010

Descripción: Los autores presentan un informe del proyecto "We the people" impulsado por *The Wisconsin State Journal*. Realizan una breve descripción de la propuesta del public journalism y de la experiencia realizada. Luego reseñan la investigación realizada con el fin de medir su impacto y resultados, a través de entrevistas y encuestas aplicadas antes del inicio del proyecto y posteriormente a su finalización. Por último, los autores plantean algunas interpretaciones de los datos encontrados.

Autor: Friedland, Lewis y Nichols, Sandy

Título del informe / conferencia: "Measuring civic journalism's progress: a report across a decade of activity"

Institución / evento: Pew Center for Civic Journalism

Año: 2002

Lugar:

Disponible en:

http://www.civicjournalism.org/doingcj/research/r_measuringcj.html

Acceso en: junio de 2010

Descripción: Se presentan los resultados de una indagación desarrollada con el fin de medir el rango y alcance de las experiencias de periodismo público realizadas en todo el territorio de los Estados Unidos. Los aspectos analizados en la investigación fueron: los medios de comunicación involucrados, las actividades realizadas por editores y periodistas durante la realización de las experiencias, las problemáticas comunitarias abordadas, el uso de herramientas y técnicas de public journalism y los cambios en ellas, y los efectos de estas experiencias en relación a la vida pública.

Autor: Peck, Chris

Título del informe / conferencia: "Civic Journalism: The Savior of Newspapers in the 21st Century?"

Institución / evento: 82nd National Convention - Association for Education in Journalism and Mass Communication

Año: 1999

Lugar: New Orleans

Disponible en: <http://www.pewcenter.org/doingcj/pubs/chrispeck.html>

Acceso en: junio de 2010

Descripción: Como editor del *The Spokesman-Review*, el autor propone mostrar desde su propia experiencia las enseñanzas que es posible obtener luego de una década de desarrollo del periodismo público frente a la amenaza que representa para los medios gráficos la aparición de Internet. El texto tiene un tono autobiográfico, en la medida en que intenta dar cuenta de las contingencias y virajes que ha tenido la trayectoria del periodismo profesional, y en ese mismo sentido las posibilidades de los propios periodistas de cambiar el rumbo en el que parece ir la profesión.

Autor: Schafer, Jan

Título del informe / conferencia: “Civic Journalism: the idea, the evolution, the impact”

Institución / evento: The Wisemen Club, Harvard Club

Año: 1997

Lugar: New York

Disponible en: http://www.pewcenter.org/doingcj/speeches/s_wisemen.html

Acceso en: junio de 2010

Descripción: El autor presenta brevemente la propuesta del public journalism, su “espontáneo” surgimiento a partir del trabajo de algunos periodistas y académicos, y sus definiciones principales. Plantea además cómo entiende el *Pew Center for Civic Journalism* –institución de la que era Director Ejecutivo en el momento de la conferencia- el desarrollo de esta perspectiva.

2. Periodismo público colombiano

2.1. Libros

Autor: Miralles, Ana María

Título: *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*

Edición: Primera

Año: 2002a

Editorial: Norma

Lugar: Bogotá

Descripción: El texto presenta la propuesta del periodismo público en su desarrollo colombiano, articulada a partir fundamentalmente del concepto de opinión pública.

La autora hace claras referencias a la perspectiva norteamericana, pero plantea también diálogos con otros debates académicos y teóricos.

Aunque hay otras referencias a lo largo del libro, el último capítulo está dedicado especialmente a los aspectos principales del proyecto Voces Ciudadanas.

Autor: Miralles, Ana María

Título: *El periodismo público en la gestión del riesgo*

Edición: Primera

Año: 2009

Editorial: Secretaría General de la Comunidad Andina

Lugar: Lima

Descripción: El texto presenta reflexiones y propuestas específicas en relación a la cobertura periodística de situaciones de desastres y catástrofes en América Latina. Además de plantear una lectura general y muy crítica de lo que ha sido esa cobertura en el marco de acontecimientos concretos, la autora sistematiza brevemente lo trabajado en un conjunto de talleres con periodistas de distintos países latinoamericanos en relación a la cobertura en este tipo de situaciones.

Se postula al periodismo público como una perspectiva que puede ofrecer alternativas concretas para el correcto abordaje periodístico de desastres y catástrofes, y se realizan algunas propuestas de herramientas y técnicas a aplicar.

Autor: Miralles, Ana María

Título: *El miedo al disenso. El disenso periodístico como expresión democrática de las diferencias y no como provocación de violencia*

Edición: Primera

Año: 2011

Editorial: Gedisa

Lugar: Barcelona

Descripción: La autora recupera las perspectivas de distintos autores para abordar y discutir el concepto de democracia, la problemática del consenso, el disenso y el pluralismo, y el lugar de los medios de comunicación en relación a estas cuestiones.

El libro constituye básicamente una revisión bibliográfica, a partir de la cual va planteando algunos diálogos con la perspectiva del periodismo público, y proponiendo ideas para un periodismo que refleje el disenso y contribuya a la radicalización de la democracia.

2.2. Capítulos de libros

Autor: Darío Martínez, Iván

Título del capítulo: “Hablan los ciudadanos”

Autor / Editor / Compilador del libro: Miralles, Ana María

Título del libro: *Voces ciudadanas. Una idea de periodismo público*

Edición: Primera

Año: 2000

Editorial: Universidad Pontificia Bolivariana

Lugar: Medellín

Descripción: El autor sistematiza la información relevada a partir de un conjunto de entrevistas realizadas a individuos que participaron del Panel de Ciudadanos conformado en cada una de las experiencias de periodismo público realizadas en los primeros años de Voces Ciudadanas, con el fin de conocer si “se construyeron como ciudadanos en el proceso de participación”.

Se recogen las “miradas” de los ciudadanos en torno a distintos aspectos: sus sensaciones y evaluación de cada uno de los momentos de la experiencia, desde el momento de involucrarse llamando a la línea telefónica, hasta la presentación de la Agenda ante las autoridades.

Autor: Maya Salazar, Adolfo y Pubiano Muñoz, Rafael

Título del capítulo: “Ciudad y ciudadanía. Avatares desde lo público”

Autor / Editor / Compilador del libro: Miralles, Ana María

Título del libro: *Voces ciudadanas. Una idea de periodismo público*

Edición: Primera

Año: 2000

Editorial: Universidad Pontificia Bolivariana

Lugar: Medellín

Descripción: Los autores analizan desde la perspectiva de la filosofía y la teoría política las articulaciones entre el espacio público, la ciudad, lo urbano, los medios de comunicación y la ciudadanía. Discuten lo que entienden como los principales “dilemas” de lo público en América Latina desde el inicio de la modernidad.

Autor: Miralles, Ana María

Título del capítulo: “¿Y dónde está lo público? Una aproximación desde el periodismo cívico”

Autor / Editor / Compilador del libro: Miralles, Ana María

Título del libro: *Voces ciudadanas. Una idea de periodismo público*

Edición: Primera

Año: 2000

Editorial: Universidad Pontificia Bolivariana

Lugar: Medellín

Descripción: El artículo comienza con un análisis de las articulaciones entre lo público y la prensa desde el surgimiento de ésta última. Presenta las articulaciones propuestas desde el periodismo público, y el tipo de opinión pública democrática que desde dicha perspectiva se propone construir, y las rupturas que eso implica con otras formas de la opinión pública que han tenido lugar en otros momentos históricos.

Autor: Miralles, Ana María

Título del capítulo: “Voces Ciudadanas. Experiencias del periodismo público en Colombia”

Autor / Editor / Compilador del libro: Miralles, Ana María

Título del libro: *Voces ciudadanas. Una idea de periodismo público*

Edición: Primera

Año: 2000

Editorial: Universidad Pontificia Bolivariana

Lugar: Medellín

Descripción: La autora presenta brevemente los antecedentes del periodismo público, y luego describe cinco experiencias desarrolladas en el marco del proyecto Voces Ciudadanas, desde el año 1998. Finalmente, analiza los componentes de estas experiencias, y cómo se han ido ajustando y perfeccionando a medida que las iniciativas se han ido realizando: los sondeos, las preguntas, las conversaciones ciudadanas, etc.

Autor: Miralles, Ana María
Título del capítulo: “Periodismo cívico o periodismo de investigación”
Autor / Editor / Compilador del libro: AA.VV.
Título del libro: *Sin comunicación no hay desarrollo*
Edición: Primera
Año: 2007
Editorial: Calandria
Lugar: Lima
Descripción: La autora describe tres de las ocho experiencias que se han llevado a cabo en el marco del programa Voces Ciudadanas, hasta el momento de la edición del libro. A partir de esa descripción plantea los principios y características fundamentales del periodismo público y las diferencias con el denominado periodismo “tradicional”.

Autor: Miralles, Ana María
Título del capítulo: “Libertad de expresión: viejos retos, nuevas preguntas”
Autor / Editor / Compilador del libro: AA.VV.
Título del libro: *Voces para acallar el silencio: libertad de expresión y de prensa*
Edición: Primera
Año: 2008b
Editorial: UNESCO
Lugar: San José de Costa Rica
Descripción: La autora analiza las transformaciones que implica la sociedad contemporánea en relación al contexto de surgimiento de la prensa, y el impacto de esas transformaciones sobre el derecho a la libertad de expresión. Sostiene que lo más importante es el ejercicio de ese derecho desde la ciudadanía, y ya no tanto desde los medios de comunicación y los periodistas. Finalmente presenta las que entiende como las principales amenazas que encuentra para que los ciudadanos puedan acceder a y ejercer la libertad de expresión

Autor: Santana Rodríguez, Pedro
Título del capítulo: “La formación de una opinión pública democrática”
Autor / Editor / Compilador del libro: Miralles, Ana María
Título del libro: *Voces ciudadanas. Una idea de periodismo público*
Edición: Primera
Año: 2000
Editorial: Universidad Pontificia Bolivariana
Lugar: Medellín
Descripción: El autor discute las condiciones de debilidad en el surgimiento y desarrollo de los regímenes democráticos y la esfera pública en los países de América Latina, Colombia en particular. Plantea, en ese marco, los aportes del periodismo público para intervenir sobre esas condiciones, revirtiéndolas. Recoge los que entiende que han sido los logros de Voces Ciudadanas a partir de las primeras experiencias.

Autor: Tobón Vallejo, Luz María

Título del capítulo: “¿Puede el periodismo público transformar las salas de redacción?”

Autor / Editor / Compilador del libro: Miralles, Ana María

Título del libro: *Voces ciudadanas. Una idea de periodismo público*

Edición: Primera

Año: 2000

Editorial: Universidad Pontificia Bolivariana

Lugar: Medellín

Descripción: A partir de una breve presentación del proceso histórico a través del cual el periodismo fue profesionalizándose paulatinamente, la autora describe la situación en la que se encuentra en general el sistema de medios de Colombia y el de la ciudad de Medellín en particular.

La autora reconoce que las experiencias de periodismo público desarrolladas desde el surgimiento de Voces Ciudadanas (en los primeros tres años) no han impactado suficientemente en las salas de redacción, excepto por algunos periodistas en particular, que han empezado a transformar sus percepciones y valores.

Autor: Tobón Vallejo, Luz María

Título del capítulo: “Relatos del diálogo social”

Autor / Editor / Compilador del libro: Miralles, Ana María

Título del libro: *Voces ciudadanas. Una idea de periodismo público*

Edición: Primera

Año: 2000

Editorial: Universidad Pontificia Bolivariana

Lugar: Medellín

Descripción: La autora presenta los valores del periodismo “tradicional” y las diferencias que se proponen desde el periodismo público. Realiza un análisis “cualitativo” de algunas de las piezas periodísticas publicadas en el marco de las experiencias de Voces Ciudadanas para dar cuenta de ciertas transformaciones que se hacen evidentes en algunos de medios participantes,

2.3. Artículos

Autor: Maya Salazar, Adolfo

Título del artículo: “Voces ciudadanas: una opción de periodismo público y ciudadanización democrática”

Nombre de la revista: Diálogos de la Comunicación

Volumen / Número: N° 57

Año: 2000

País: Perú

Descripción: El autor discute el concepto de público en oposición a privado, tal como fue formulado en la filosofía clásica griega. A partir de allí presenta brevemente el derrotero del concepto, para finalmente plantear los desafíos para lo público que resultan centrales en el contexto de crisis de representación política que se vive en la sociedad contemporánea. El autor focaliza en los aportes que puede realizar el periodismo público a estas discusiones.

Autor: Miralles, Ana María

Título del artículo: “El periodismo cívico como comunicación política”

Nombre de la revista: Nómadas

Volumen / Número: N° 9

Año: 1998

País: Colombia

Descripción: La autora discute los conceptos fundamentales que articulan la perspectiva del periodismo público, tales como democracia, ciudadanía, públicos, deliberación. Desde allí presenta la propuesta del periodismo público y las posibilidades que ofrece para construir una opinión pública diferente, que tenga al ciudadano como eje primordial.

Autor: Miralles, Ana María

Título del artículo: “Voces ciudadanas... hacia la formación de opinión pública desde el periodismo”

Nombre de la revista: Universitas Científica

Volumen / Número: Vol. 1

Año: 2002b

País: Colombia

Descripción: El artículo presenta la propuesta del periodismo público desde las críticas que se formulan al modelo del “periodismo liberal” y las discusiones conceptuales que la autora plantea respecto a la construcción de públicos, las formas de participación y representación ciudadana, las relaciones entre periodismo y poder.

2.4. Informes y conferencias

Autor: Miralles, Ana María

Título del informe / conferencia: “Periodismo público en el ámbito del desarrollo municipal y local”

Institución / evento: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, Fundación Friedrich Ebert

Año: 2006

Lugar: Panamá

Disponible en: <http://www.c3fes.net/docs/periodismopublicopanama.pdf>

Acceso en: abril de 2010

Descripción: La autora presenta “las bases filosóficas y metodológicas del periodismo público” y la experiencia del proyecto Voces

Ciudadanas después de cinco años de trabajo en el campo del periodismo público. Se propone al periodismo como herramienta fundamental en “la construcción de lo público” y en la creación de cultura ciudadana. El modelo de periodismo que se propone es más comunicativo que informativo.

Autor: Miralles, Ana María

Título del informe / conferencia: “Periodismo público no es periodismo ciudadano”

Institución / evento: Redacción Informa RN, portal informativo de Radio Nederland

Año: 2008a

Lugar: Holanda

Disponible en: <http://www.rnw.nl/espanol/article/periodismo-p%C3%BAblico-no-es-periodismo-ciudadano>

Acceso en: mayo de 2010

Descripción: La autora se plantea clarificar la distinción entre el denominado periodismo ciudadano y el periodismo público, en tanto existe una extendida confusión. Si bien ambos comparten algunas críticas al periodismo tradicional, las propuestas que presentan son completamente diferentes: en el caso del periodismo ciudadano, se trata de una intervención no profesional de ciudadanos que no están haciendo periodismo, sino “cometiendo actos de periodismo”; en el caso del periodismo público, se trata de una forma de practicar la actividad, desarrollada por periodistas profesionales.

Autor: Miralles, Ana María
Título del informe / conferencia: “La construcción de lo público desde el periodismo cívico”
Institución / evento: Portal Infoamérica
Año: 2010
Lugar: España
Disponible en: http://www.infoamerica.org/documentos_word/rosen01.doc
Acceso en: febrero de 2010
Descripción: La autora presenta la propuesta del periodismo público tal como se ha desarrollado en su versión colombiana, es decir, con puntos de convergencia y divergencia respecto al public journalism. Miralles da cuenta de la centralidad que tiene el concepto de ciudadanía en esta propuesta, sus articulaciones con la idea de construcción de públicos a través de procesos deliberativos, y las críticas al periodismo tradicional, fundamentalmente el “objetivismo” que lo ha caracterizado históricamente.

3. Periodismo social

3.1. Libros

Autor: Cytrynblum, Alicia
Título: *Las ONG son noticia. Estrategias para optimizar las relaciones entre organizaciones sociales y medios de comunicación.*
Edición: Primera
Año: 2007a
Editorial: Fundación Periodismo Social
Lugar: Buenos Aires
Descripción: El texto presenta algunas estrategias y herramientas que pueden desarrollar las ONGs y las organizaciones del tercer sector en general para lograr una mayor presencia en los medios, y constituirse como fuente y actor legítimo de las noticias en relación a las temáticas que trabajan.
El texto reconoce y explicita las lógicas que existen en relación a la cultura periodística profesional, y las dificultades de este sector para lograr visibilidad. De allí es que parte para proponer estrategias y herramientas que contribuyan a revertir esa realidad.

Autor: Cytrynblum, Alicia
Título: *Periodismo social. Una nueva disciplina. 2da edición ampliada*
Edición: Segunda
Año de la edición original: 2004
Año: 2009
Editorial: La Crujía
Lugar: Buenos Aires
Descripción: El texto está organizado en tres partes. En la primera la autora plantea presenta la propuesta del periodismo social, previo análisis del contexto internacional y nacional y de la cultura periodística profesional. En la segunda, la autora explicita algunas de las temáticas de interés público – que integran regularmente la agenda pública- en las que el “sector social” es un actor relevante, y propone algunas herramientas para que los periodistas incorporen a ese actor en sus coberturas. En la tercera parte, Cytrynblum aborda específicamente el tratamiento periodístico de ciertas temáticas especiales, tales como derechos humanos, infancia y adolescencia, género, pobreza, etc. En esta sección del libro, se recuperan datos de monitoreos realizados por la Asociación Civil Periodismo Social y se explicitan posibles fuentes documentales e institucionales de consulta, entre otras cuestiones.

3.2. Informes y conferencias

Autor: Cytrynblum, Alicia
Título del informe / conferencia: “Niñez y adolescencia en la prensa argentina: informe anual. Monitoreo 2006”
Institución / evento: Asociación Civil Periodismo Social
Año: 2007b
Lugar: Buenos Aires
Disponible en: http://www.unicef.org/argentina/spanish/Monitoreo_2006.pdf
Acceso en: mayo de 2014
Descripción: El texto presenta los resultados de un monitoreo realizado durante el año 2006 sobre todas las noticias publicadas por diez diarios de “circulación nacional” y nueve de diferentes provincias. El informe expone los resultados del análisis del tratamiento de la niñez y adolescencia en esos medios desde una perspectiva cuantitativa y cualitativa. Se analiza la presencia de esta temática, sus vinculaciones con otras temáticas, el uso de fuentes, entre otros aspectos.