

Revista Latinoamericana de Comunicación

# Chasqui

150



41 años • 2013 artículos y ensayos • 1305 autores • 52 países

Medios, periodismo y responsabilidad social

# En esta edición



## Tema central

### Medios, periodismo y responsabilidad social

 **4** Medios y democracia: reflexiones acerca del periodismo público en Colombia  
**Líbera Guzzi**

 **13** Medios, periodismo y responsabilidad social: en busca de políticas públicas en el Ecuador  
**Gustavo Abad**

 **23** Estándares de calidad de la información y democracia de calidad  
**José Villamarín Carrascal**

 **31** Tratamiento mediático de los delitos de cuello blanco o del poder  
**Lautaro Ojeda Segovia**

 **39** Más allá del periodismo narrativo. Un debate sobre las formas y los fondos que apenas empieza en América Latina  
**Galo Vallejos Espinosa**

 **46** La Responsabilidad Social Corporativa en empresas de comunicación en Latinoamérica  
**Karina Valarezo González**  
**Isidro Marín Gutiérrez**

## Entrevista

 **53** 'La imagen no es suficiente, hay que construir un pensamiento sobre lo visual'  
**Entrevista a Francois "Coco" Lasso por Gustavo Abad**



## Ensayos

 **59** 26 apuntes sobre los márgenes literarios del Ecuador  
**Juan Pablo Castro Rodas**

 **66** De santos y huacas: notas sobre transculturación religiosa en un episodio de la Autobiografía de Gregorio Condori Mamani  
**María Augusta Vintimilla**

 **74** Construyendo una noción de Comunicación de la Ciencia  
**Maria Ataide Malcher**  
**Suzana Cunha Lopes**



 **82**

La ciencia  
en *O Liberal*:  
estudio de uno de los principales  
diarios de la Amazonía brasileña  
**Luisa Massarani**  
**Netília Silva dos Anjos Seixas**  
**Vanessa Brasil de Carvalho**

 **89**

La asombrosa excursión de  
Zamba.  
Un viaje animado por la historia  
en la televisión pública argentina  
**Norberto Leonardo Murolo**

 **96**

Usos educativos del cine 3D  
estereoscópico  
**Víctor Fajnzylber**  
**Jorge Iturriaga**

 **103**

Presidentes de Latinoamérica:  
problematizando o contexto  
político e comunicacional  
da região no conjunto da  
documentários  
**Rafael Foletto**



## Visual

 **109**

Registro y vivencia  
**Diego Acevedo**



## Informe

 **111**

Medios digitales en Ecuador,  
cuántos son y qué hacen  
**José Rivera Costales**



## Reseñas

 **118**

100 claves para la radio en línea

 **120**

La crítica  
y sus objetos

 **122**

Las garras del Fénix

Chasqui es un espacio para el desarrollo y difusión del pensamiento crítico en torno a la relación comunicación, cultura y política en el ámbito latinoamericano. Participan académicos, escritores, periodistas, artistas y otros pensadores unidos por la necesidad común de proponer, desde la comunicación, ideas impugnadoras al pensamiento dominante y al poder.



### LÍBERA GUZZI

Licenciada en Comunicación Social. Cursa estudios de posgrado en la Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea de la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Integra el Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía, dirigido por María Cristina Mata, del Centro de Estudios Avanzados de la UNC.

Correo:

[liberaguzzi@gmail.com](mailto:liberaguzzi@gmail.com)

Recibido: abril 2013  
Aprobado: mayo 2013

# Medios y democracia: reflexiones acerca del periodismo público en Colombia

## Resumen

*Este trabajo propone una lectura crítica de la noción de periodismo público en Colombia, cuya principal promotora es Ana María Miralles. Esta propuesta ha sido inspirada por el public journalism, surgido entre fines de la década del 80 y principios de los 90 en los Estados Unidos. El trabajo pone en discusión principalmente el modo en que Miralles concibe el rol de los medios en los regímenes democráticos. Señala algunos de sus alcances, pero también sus límites.*

**Palabras clave:** periodismo, público, Miralles, democracia, medios

## Resumo

*Este trabalho propõe uma leitura crítica da noção de jornalismo público na Colômbia, cuja principal promotora é Ana Maria Miralles. Esta proposta foi inspirada pelo public journalism, surgido entre o fim da década de 80 e o início dos anos 90 nos Estados Unidos. O trabalho põe em discussão principalmente o modo como Miralles concebe o papel dos meios nos regimes democráticos. Aponta alguns de seus alcances, mas também seus limites.*

**Palavras-chave:** jornalismo, público, Miralles, democracia, meios



## Introducción

Entre fines de los años 80 y principios de los 90 un conjunto de periodistas y académicos norteamericanos, preocupados por la escasa participación ciudadana en la vida pública y la debilitada credibilidad de los medios masivos de comunicación en relación a los temas de agenda política en los Estados Unidos, convergen en una lectura crítica sobre el periodismo, vinculada a la responsabilidad de éste respecto a la situación de crisis en la que se encontraba en sistema político. Surge así el *public journalism*.

Según la mirada de estos periodistas y académicos, los modelos constituidos en “tradicionales” en el periodismo habían contribuido decisivamente a deteriorar la vida pública y el sistema democrático. En las prácticas cotidianas de los periodistas se hacía evidente la concepción elitista con la que éstos se habían formado: una concepción que veía en el ciudadano de a pie un sujeto ignorante, prejuicioso, indiferente; y que entendía a los medios como facilitadores de la comunicación entre una elite técnica especializada y la elite gobernante (Merritt, 1997). Contra esta concepción elitista, se funda el *public journalism*.

Según las expresiones de los referentes de esta perspectiva, el periodismo público fue tomando forma a medida que se realizaban encuentros de discusión, se llevaban a cabo experiencias en medios de comunicación de distintas localidades, se escribían artículos periodísticos y académicos al respecto (Rosen, 1999). El objetivo era contribuir a la renovación y densificación de la vida pública norteamericana, a partir de una fuerte intervención en el campo periodístico que generara nuevas prácticas informativas. En poco más de una década, se desarrollaron al menos seiscientos cincuenta experiencias de periodismo público en todo el territorio norteamericano (Friedland y Nichols, 2002).

Pero la influencia de esta perspectiva no se restringió a los Estados Unidos, y en particular en América Latina ha inspirado producciones teóricas y una diversidad de proyectos que se encuentran en sintonía con los principios fundamentales del *public journalism*, y a la vez intentan constituir una perspectiva propia que dé cuenta de las especificidades de nuestra región: artículos<sup>1</sup>;

1 Publicados en revistas de amplia circulación y reconocimiento en América Latina, como *Día-logos de la Comunicación*, y *Chasqui*.

investigaciones<sup>2</sup>; espacios para la formación en el tema<sup>3</sup>; tesinas de grado<sup>4</sup>; entre otros.

De estas producciones, la que ha tenido mayor sistematicidad y elaboración conceptual ha sido el trabajo de la colombiana Ana María Miralles. Esta investigadora no sólo ha conducido las experiencias de periodismo público “Voces ciudadanas”, desarrolladas en medios de la ciudad de Medellín, sino que también ha trabajado teóricamente en esta perspectiva, publicando libros y artículos.

En el presente trabajo nos proponemos realizar una lectura crítica de la perspectiva construida por Miralles, con especial énfasis en el modo en que se concibe la articulación medios-democracia.

## La propuesta del periodismo público

El proyecto de investigación a cargo de Ana María Miralles nace en 1998, en la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín, y se propone desde sus inicios consolidar teóricamente la perspectiva del periodismo público desde la especificidad de la realidad latinoamericana y desarrollar experiencias que vayan introduciendo cambios en la práctica de periodistas colombianos.

Para esta investigadora colombiana, 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 todo el proceso de producción de la ‘noticia’. En ese sentido, la autora 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 la información; la repetición de fuentes y el predominio de fuentes oficiales; los relatos predominantemente sensacionalistas de los temas; la representación

2 Por ejemplo las conducidas por Adolfo León Maya y Ana María Miralles en la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín, Colombia.

3 Por ejemplo el seminario “El Periodismo cívico en la construcción de lo público”, dictado en el Departamento de Periodismo de la Escuela de Comunicación Social, Universidad Central de Venezuela.

4 Se han encontrado tesinas de grado realizadas en la Universidad Central de Venezuela, la Universidad de Los Andes (Venezuela), la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina).

de los ciudadanos como víctimas y no como protagonistas de los acontecimientos en la mayoría de los casos, etc. (Miralles, 2009).

Para Miralles, el periodismo público tiene la potencialidad de promover la participación de los “ciudadanos del común” en la vida pública, fomentando el debate sobre asuntos que muchas veces quedan fuera de la agenda mediática, incluyendo nuevas voces, e interpelando a los gobernantes con el fin de que las decisiones políticas incorporen la perspectiva de la ciudadanía. En palabras de la autora:

los propósitos del periodismo público giran en torno a la idea de reconectar a los ciudadanos con la vida pública, potenciar la capacidad de deliberación de la ciudadanía, ofrecer información con miras a la participación, apoyar los procesos ciudadanos con un buen cubrimiento –y especialmente un adecuado seguimiento–, dar elementos para la creación de capital social, al tiempo que pone a los medios en calidad de actores y promotores del diálogo social (Miralles, 2002: 60).

De este modo, el periodismo público “replantea” las relaciones del periodismo con la democracia y con la ciudadanía: por un lado, la democracia no se concibe como un dato de la realidad, sino como una construcción permanente que requiere de procesos deliberativos públicos con activa participación ciudadana, y que depende también del rol que asumen los medios; por otro, en el proceso de producción de la información se reemplaza la figura del mero consumidor por la del ciudadano, entendiendo a éste como parte de una opinión pública autónoma, constituida a partir de la deliberación (Miralles, 2009).

## Lo público en el periodismo público

Miralles establece una distinción entre periodismo *público* y periodismo *cívico* –utilizados muchas veces de manera indistinta por los norteamericanos–, ya que, según señala la autora, en el contexto de nuestra región hablar de periodismo *cívico* o *ciudadano* refiere 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”; 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” (Miralles, 2008).

Como concepto central, la noción de *público* toma distintos significados a lo largo de la obra de la autora. Por una parte, Miralles (2002) afirma que lo público remite a lo *visible* –la publicidad de las decisiones del poder, pero también la visibilización de nuevas voces en el debate público–; a lo *accesible* –en términos de acceso a los contenidos que difunden los medios, y de acceso de nuevos actores a los procesos de debate –; y a lo *colectivo* –lo que resulta de interés común–.

Por otra parte, la referencia a lo público designa también la posibilidad de promover la participación de la ciudadanía: la esfera pública es concebida “como el espacio de lo común, de lo compartido”, y los medios de comunicación son entendidos como “escenarios para el debate de los asuntos de interés colectivo” (Miralles, 2002: 54).

Pero además, en la perspectiva de esta autora, el concepto de lo público alude simultáneamente a los grupos reunidos en procesos deliberativos a partir de asuntos de interés común:

Los ciudadanos interesados en el debate se ponen en contacto (...) 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 cursivas son nuestras).

En este caso, el concepto de públicos se asienta en la noción de *públicos en competencia*, desarrollada por Nancy Fraser (1993; 1997), y 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. La conceptualización de Fraser, reelaborada en la perspectiva de Miralles, plantea la constitución de *públicos* en términos de un proceso de involucramiento de las audiencias –cada consumidor en particular, para ser más precisos– en procesos de deliberación sobre asuntos que resulten de su interés. Como señala Miralles, lo que el periodismo público pretende es “crear *ciudadanos* que en calidad de *públicos* asuman un más significativo perfil en la vida pública” (Miralles, 1998: 63. Las cursivas son nuestras). De este modo, los públicos son

entendidos “no como audiencias, espectadores o cifras estadísticas de consumo de medios, sino como grupos de personas que comparten temas y deliberan sobre ellos, incluso con posibilidades de pasar a la acción cívica”<sup>5</sup> (*Idid.*: 71. Las cursivas son nuestras).

Como resultado de este proceso de constitución de *públicos* aparece la opinión *pública*. Conceptualmente, *opinión pública* designa en esta perspectiva una opinión que se construye en la deliberación, y cuya protagonista es la sociedad civil. Lo que Miralles intenta visibilizar con este concepto es la diversidad cultural de que está constituida la sociedad civil<sup>6</sup>, por lo que no importa que la opinión pública sea “representativa” estadísticamente (como en los sondeos), sino más bien que represente la(s) opinión(es) de los ciudadanos interesados en los asuntos comunes. En ese sentido, lo importante es que el proceso deliberativo se alimente de los saberes de la vida cotidiana, los intereses, y las percepciones afectivas de los ciudadanos que participan en esos procesos. Y en sintonía con ello, el periodismo público pretende ser respetuoso de los códigos comunicativos, lenguajes, modos de expresión de la ciudadanía (Miralles, 2002).

Como manifestación de la *opinión ciudadana*, la opinión pública puede tener una relación tensa con el gobierno, dependiendo del modo en que los ciudadanos encuentren o no reflejada su mirada en las decisiones que se toman desde el poder (*Ibid.*). Así, el periodismo público intenta promover la formación de una opinión pública autónoma, como condición para el fortalecimiento de la democracia.

En síntesis, *lo público* en esta perspectiva alude -de manera simultánea- a las características del proceso deliberativo y de los temas que se constituyen en objeto de debate (lo visible, lo accesible, lo común), al propio proceso de deliberación y sus actores (los públicos), y al resultado de ese proceso (opinión pública).

## La ciudadanía

En términos de sus críticas al periodismo tradicional, Miralles señala que los ciudadanos han

5 Esta última aclaración es planteada por la autora en una nota al pie -no en el cuerpo del texto del artículo citado-, en referencia a la frase citada anteriormente en este artículo.

6 Para Miralles, la sociedad civil es sinónimo de “identidades urbanas variadas y múltiples”.

sido tradicionalmente *invisibilizados* por los medios de comunicación. Desde las prácticas tradicionales del periodismo los ciudadanos nunca son considerados sujetos portadores de una mirada y discurso propios sobre los acontecimientos, y en general aparecen en las representaciones mediáticas 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 (...)” (Miralles, 2009: 26).

Contra esta práctica el periodismo público se propone ‘empoderar’ al ciudadano, visibilizándolo, posicionándolo como actor de los acontecimientos, y recuperando sus miradas específicas, para garantizar así la pluralidad de voces sobre los temas de agenda. Así, en algunas de las experiencias de periodismo público impulsadas por esta investigadora en la ciudad de Medellín, se ha elaborado una ‘agenda ciudadana’, que recoge los temas de interés y las posiciones de los ciudadanos, construidas en procesos deliberativos<sup>7</sup>.

7 Miralles describe en distintas oportunidades el procedimiento con el que se desarrollan esas experiencias de periodismo público. Básicamente se instalan algunos temas en la agenda de aquellos medios que participan del proyecto, se realizan encuestas con preguntas abiertas (este procedimiento a veces se ha realizado antes de la instalación de los temas, para recoger también información sobre los temas que resultan de interés para los encuestados; a la vez las encuestas permiten relevar tendencias de opinión sobre los distintos asuntos), se abre una línea telefónica para que las personas interesadas puedan expresar sus opiniones sobre el tema que se trata, se convoca a esas personas y se impulsan reuniones de debate entre ellas. Como resultado de este proceso, se realizan nuevos informes periodísticos que intentan contener la mirada de la ciudadanía (Miralles, 2002).

Desde las prácticas tradicionales del periodismo los ciudadanos nunca son considerados sujetos portadores de una mirada y discurso propios sobre los acontecimientos, y en general aparecen en las representaciones mediáticas como víctimas.

En la perspectiva de Miralles la noción de ciudadanía alude al “ciudadano del común” o “ciudadano de a pie”, es decir, al sector no organizado de la sociedad civil. Y ello tiene su fundamento en que son éstos los ciudadanos más invisibilizados en la esfera mediática, y su mirada tiene un valor fundamental en la construcción de la vida pública: “el modo de articulación de lo público desde esta modalidad de periodismo se da a partir de la inclusión, por primera vez en la historia de la opinión pública, del ciudadano del común como protagonista de los debates” (Miralles, 2009: 44-45).

En ese sentido, el periodismo público no propone avanzar en una “indebida” promoción del activismo ciudadano, sino que se plantea para los medios una doble tarea: por un lado, incluir en procesos deliberativos a estos “ciudadanos del común”, y por otro, visibilizar ante el poder las demandas de la ciudadanía<sup>8</sup>.

Por otro lado, en sus trabajos más recientes, la autora incorpora la problemática de los derechos, al plantear que el periodismo público debe incluir entre sus objetivos la realización plena de los derechos ciudadanos (Miralles; 2009: 98). Esto implica que las agendas y representaciones que construyen los medios deben ser respetuosos de y promover esos derechos; pero a la vez, los medios deben garantizar el acceso a ciertos derechos como la información relevante y la visibilización de la mirada de la ciudadanía en torno a los problemas que la afectan.

En ese sentido, Miralles ha sostenido –y esto ha sido también el origen de las experiencias de periodismo público desarrolladas en Colombia– el valor fundamental de la información para la democracia: “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” (Miralles, 1998: 63).

<sup>8</sup> El último paso de las experiencias de periodismo público impulsadas por “Voces Ciudadanas” es la realización de un acto público en el que se presenta la agenda ciudadana, con la pretensión de construir un espacio de interlocución entre la ciudadanía y el poder: “El punto es abrir 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. La iniciativa es de la ciudadanía y no va más allá de un proceso argumentativo” (Miralles; 2002: 133-134).

La información debe ser pensada para promover la participación ciudadana, en términos de constituirse en un verdadero insumo para los procesos deliberativos. Para que ello sea posible es imprescindible repensar los criterios con los cuales se selecciona y presenta la información, ya que su abundancia no implica necesariamente un fortalecimiento de la vida democrática: “Lo que resulta paradójico es 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” (*Ibid.*: 62).

Planteadas de este modo, como valor fundante de la democracia, “la información cambia desde sus objetivos, sus protagonistas y sus formas narrativas”, y los medios se conciben como servicio público (Miralles, 2002: 34).

### **Prácticas periodísticas: la construcción de la información**

En la perspectiva del periodismo público es fundamental el lugar que los medios tienen en el fortalecimiento de la vida pública. Ello está vinculado a la centralidad que Miralles otorga a los medios en dos sentidos: por una parte, por el nivel de penetración que tienen en términos del consumo; por otra, por el modo en que inciden en la construcción de representaciones hegemónicas sobre la realidad social. Según plantea la autora,

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 (...) (Miralles, 2009: 17).

Todo el proceso de producción de la información –desde la definición de la agenda hasta la redacción de notas, pasando por la selección de fuentes y la jerarquización de datos– implican un mecanismo de construcción de la realidad social que genera marcos interpretativos a partir de los cuales se comprende la realidad:

Llámeselo 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 cursivas son nuestras).

Sumado a ello, las principales restricciones a la libertad de expresión en relación a los medios de comunicación se plantean hoy desde el seno de las propias empresas periodísticas, ya que los intereses políticos y económicos de las corporaciones inciden cada vez más en la definición de las líneas editoriales a las que deben ajustarse los periodistas (Miralles, 2002: 43).

Es por esto que, en la perspectiva del periodismo público, se focaliza la atención en la cuestión del “framing” (enmarque) para pensar una nueva práctica periodística. Miralles propone, en relación a los géneros, reemplazar el estilo expositivo e impersonal de la “noticia” por un estilo menos distanciado y más interpelante:

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).

En cuanto a las fuentes, en la medida en que el periodismo público pretende destacar la dimensión pública de los problemas o temas que se trabajan en los medios como encuadre o enfoque interpretativo, Miralles propone convertir en fuentes periodísticas a los actores de esos problemas, quienes tienen una mirada específica sobre la cuestión, que se confronta con la mirada que ponen en juego otros actores. Como un modo de romper con la lógica del periodismo tradicional, el periodismo público debe intentar partir de y destacar la mirada de la ciudadanía (*Ibid.*: 87). Esto permite también romper con el “modelo bipolar” de presentación de la información, habitual en el periodismo tradicional.

Estas estrategias facilitan, desde la perspectiva de la autora, la inclusión de más ciudadanos en los debates de agenda, pieza clave del periodismo público.

## Los límites de la perspectiva

La centralidad que los medios han adquirido en las sociedades contemporáneas –que permiten hablar de éstas como sociedades mediatizadas<sup>9</sup>–, y la creciente concentración y privatización de los medios, suponen enormes desafíos para la consolidación de una vida pública que comunique y potencie la pluralidad cultural y política de nuestros países.

En investigaciones recientes<sup>10</sup> hemos podido constatar que los sistemas de interpelación colectivos y las lógicas informativas y comunicacionales de una sociedad dada pueden constituirse en una limitación objetiva para el desarrollo de lo que llamamos ciudadanía comunicativa<sup>11</sup>. Según observamos en tales indagaciones, 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 construidos por los medios; por otro, la capacidad de las instituciones mediáticas de constituirse en fuentes de representaciones que establecen regulaciones discursivas (Mata, et.al., 2005). Sumado a ello, los medios han construido una representación de sí mismos como dispositivos de un espacio público ciudadano que se contradice con la valoración que de ellos hace la población (Mata, 2003a).

En ese sentido, la perspectiva del periodismo público es significativa como propuesta de transformación de las prácticas periodísticas, de

9 Según afirma María Cristina Mata, “es el proceso colectivo de producción de significados a través del cual un orden social se comprende, se comunica, se reproduce y se transforma” el que se ha rediseñado a partir de la reciente e importante expansión de los medios y tecnologías de comunicación e información (Mata, 1999: 84). Este proceso de mediatización implica transformaciones sustantivas en dos órdenes diferentes: el de las prácticas sociales y el de su representación. Pero los cambios no se producen en todas las prácticas sociales ni se producen de la misma manera en cada una de ellas (Mata, 1999).

10 Nos referimos a las sucesivas investigaciones 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 Prof. 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), 2003-2008.

11 Con esta noción, nos referimos al reconocimiento de la capacidad de ser sujeto de derechos y demanda en el terreno de la comunicación pública, y el ejercicio de esos derechos (Mata, et.al., 2009).

Dar cuenta del poder de los medios en las sociedades contemporáneas implica, desde nuestra perspectiva, reconocer estas modelaciones mediáticas y las articulaciones de los medios con poderes económicos y políticos constituidos, pero sin autonomizarlos de la trama cultural en la cual ellos están inscriptos.

sus rutinas productivas y de sus criterios de noticiabilidad, en orden a democratizar el espacio público. Sin embargo, encontramos serias limitaciones en los planteos de Miralles, que restringen sustantivamente sus posibilidades de constituirse en una alternativa teórica en relación al rol de los medios de comunicación en el fortalecimiento de la democracia.

Por un lado, el periodismo público es una perspectiva conceptual que no aborda el estudio de los medios en sus

múltiples dimensiones. Como ha planteado Nick Stevenson (1998), "las culturas mediáticas son irremediamente plurales en su propiedad, su tecnología, sus mensajes, su forma y su recepción" (p. 276), por lo que su estudio debe partir de un enfoque complejo. Ello resulta necesario para valorar y poner en debate el lugar de los medios en las sociedades actuales:

El estudio de los medios masivos sigue una delgada línea entre las concepciones que sobrestiman su importancia y las que no se la atribuyen en medida suficiente. Incurren en lo primero aquellos que se ven llevados a separar los medios de otros dominios de la práctica social (...). En cambio, cometen el segundo error aquellos que argumentan que los medios constituyen sólo una forma más de actividad de tiempo libre en la sociedad del capitalismo tardío, o sostienen que su influjo sobre los prejuicios de la audiencia son escasos (*Ibid.*: 277).

Dar cuenta del poder de los medios en las sociedades contemporáneas implica, desde nuestra perspectiva, reconocer estas modelaciones mediáticas y las articulaciones de los medios con poderes económicos y políticos constituidos, pero sin autonomizarlos de la trama cultural en la cual ellos están inscriptos.

Los medios constituyen hoy un centro de poder económico y simbólico que tiene la capacidad de diseñar unas problemáticas sociales y políticas centrales -constituidas en agendas públicas-, a partir de una operación que permite legitimar y deslegitimar temas de debate, actores, posiciones, lógicas y narrativas de enunciación pública (Mata, et.al, 2009), planteando enormes desafíos a la consolidación y profundización de la democracia. Como ha señalado Manuel Garretón, "la imposición del principio de mercado como único regulador de los medios, impide cualquier control ciudadano de ese poder que es a la vez económico, cultural y político" (Garretón, 1995: 107).

En el análisis de Miralles no hay reflexiones que vinculen las prácticas periodísticas con las condiciones institucionales/empresariales en las cuales éstas se desarrollan: se desdibujan, entonces, las particularidades que implican los distintos sistemas de propiedad de los medios, en un contexto en el que la producción, el almacenamiento, ordenación, disponibilidad y reproducción de la información y las tecnologías se ha constituido en la fuente fundamental de productividad del capitalismo tardío<sup>12</sup> (Becerra, 2003).

En el mismo sentido, el análisis de las prácticas periodísticas no se articula con el lugar específico que los medios toman en las recientes y actuales transformaciones del espacio público como instancia constitutiva de las sociedades urbanas, cuyas lógicas se modifican junto a las alteraciones que se producen en las relaciones sociales (Caletti, 2002). Es decir que, el análisis no pone en vinculación los medios y las prácticas periodísticas con la trama cultural que esas prácticas producen y reproducen, y de la cual son también resultado, entrelazándose con otros aspectos y dimensiones de la vida social. Así, en los planteos del periodismo público las posibilidades de transformar los modos de producción periodística -sus vínculos con la ciudadanía, las fronteras de lo que adquiere visibilidad o no para el conjunto de la sociedad- se reduce a una cuestión de "técnicas periodísticas", perdiendo complejidad.

Por otro lado, en la perspectiva del periodismo público se solapan y yuxtaponen en términos teóricos conceptos que, a criterio de María Cristina

<sup>12</sup>AI que Martín Becerra (2003) denomina capitalismo informacional.

Mata, resulta necesario precisar, y que de manera frecuente se utilizan como sinónimos en la bibliografía: el de públicos, el de consumidores y el de ciudadanos. Según Mata, hablar de *públicos* es hablar de entidades colectivas, grupos de sujetos que comparten códigos, saberes, gustos, valores, a partir de la adhesión a, el vínculo estable, la interacción con un tipo de interpelación mediática. 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* remite no sólo a la titularidad de derechos y obligaciones frente al Estado, sino también a una práctica social, política y cultural que se entrelaza con referencias identitarias, y que materializa esos derechos y posibilita su ampliación (Mata, 2003b).

El problema de esta asociación, identificación o solapamiento de dos nociones que refieren a distintas esferas de la vida social –la de públicos y la de ciudadanos–, presente no sólo en los textos de Miralles, sino también en otros desarrollos teóricos de los estudios de comunicación, corre el riesgo de “encubrir, más que iluminar, las actuales

vinculaciones que se producen entre esas esferas en las actuales sociedades mediatizadas” (Mata, et.al., 2009). En especial, en tanto la de públicos y la de ciudadanos son dos condiciones en tensión en nuestras sociedades contemporáneas.

Las limitaciones de la perspectiva del periodismo público construida por Miralles suponen un obstáculo en sus posibilidades de constituirse en una alternativa desde donde pensar productivamente la articulación democracia, ciudadanía y medios, y –más aún– en las posibilidades de estimular experiencias que transformen de manera sustantiva las prácticas periodísticas en los países de América Latina.

En ese sentido, en un contexto regional en el cual los debates en torno al rol de los medios de comunicación en los regímenes democráticos ha superado ampliamente las fronteras del campo académico para constituirse en un tema de agenda pública, la construcción de nuevas perspectivas desde las cuales dar cuenta de la complejidad de nuestras realidades e intervenir activamente en ellas, se vuelve un desafío impostergable. 爠

## Bibliografía

- Becerra, Martín (2003) *La sociedad de la Información: proyecto, convergencia, divergencia*. Buenos Aires. Editorial Norma.
- Caletti, Sergio (2002) *Comunicación, política y espacio público. Notas para repensar la democracia en la sociedad contemporánea*. Borradores de trabajo 1998-2002. Buenos Aires.
- Friedland, Lewis y Nichols, Sandy (2002) *Measuring civic journalism's progress: a report across a decade of activity*. Pew Center (<http://www.slideshare.net/jorcoms21/measuring-civic-journalisms-progress>) (Consulta: 03-03-2010).
- Garretón, Manuel (1995) *Democracia, ciudadanía y medios de comunicación. Un marco general*. En AAVV, *Los medios: nuevas plazas para la democracia* (pp. 97-108). Lima. Calandria.
- Mata, Córdoba, et.al. (2009): *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* (pp. 179-200). Caracas. Fondo Editorial CEPAP.
- Mata, Carro, et.al. (2005) *Públicos y Ciudadanía Comunicativa: tensiones y convergencias en la sociedad mediatizada*, Informe de investigación presentado ante la Secretaría de Ciencia y Técnica, Universidad Nacional de Córdoba, marzo de 2005.
- Mata, María Cristina (2003a) *Ciudadanía comunicativa: un desafío para la democracia*. En *Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación* (pp. 42-51). Buenos Aires. Ediciones La Tribu.
- Mata, María Cristina (2003b) *Medios: ¿desde dónde pensar la acción ciudadana?* En *Veedurías y observatorios. Participación social en los medios de comunicación* (pp. 22-27). Buenos Aires. Ediciones La Tribu.
- (1999) *De la cultura masiva a la cultura mediática*. *Diálogos de la Comunicación*, 56, 80-90.
- Merritt, Davis (1997) *Periodismo público: nuevas respuestas a preguntas clave*. Cuadernos de Información, 12, pp. 51-55 (<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2939045>) (consulta: 12-02-2010).
- Miralles, Ana María (2009) *El periodismo público en la gestión del riesgo*. Lima. Secretaría General de la Comunidad Andina (<http://www.comunidadandina.org/predecan/doc/libros/PER+PUB.pdf>) (Consulta: 10-04-2010).

- Miralles, Ana María (2008) *Periodismo público no es periodismo ciudadano*. Redacción Informa RN (<http://www.rnw.nl/espanol/article/periodismo-p%C3%BAblico-no-es-periodismo-ciudadano>) (Consulta: 02-05-2010).
- Miralles, Ana María (2002) *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Bogotá. Grupo Editorial Norma.
- \_\_\_\_\_ (1998) *El periodismo cívico como comunicación política*. *Nómadas*, 9, 61-72
- ([http://www.ucentral.edu.co/images/stories/iesco/revista\\_nomadas/9/nomadas\\_9\\_6\\_el\\_periodismo.pdf](http://www.ucentral.edu.co/images/stories/iesco/revista_nomadas/9/nomadas_9_6_el_periodismo.pdf)) (Consulta: 27-03-2013).
- Rosen, Jay (1999) *The action of the idea. Public journalism in built form*. En Glasser, Theodore (ed.) *The idea of public journalism* (pp. 21-48). New York. Guilford.
- Stevenson, Nick (1998) *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*. Buenos Aires. Amorrortu.