

## **Periodismo social y cívico, nuevas propuestas... siempre dentro del sistema establecido<sup>1</sup>**

Liliana Llobet \*

### **Resumen**

La función social del periodismo ha variado producto de diversas causas, entre ellas, la globalización y la concentración de capitales en los medios. Se modificó así la concepción de noticia transformándola en una mercancía.

Surgen, en este contexto, otras propuestas para recuperar la función original de la información. Aparecen el periodismo social que propone de adaptarse y modificar las rutinas productivas de los grandes medios y el periodismo cívico que le plantea al periodista un rol protagónico en procesos de transformación social en todas la etapas de la producción informativa.

**Palabras clave:** Medios; Noticias; Periodismo social

### **Abstract**

The function of journalism has changed over the years due to many reasons, but particularly globalisation and media ownership concentration. Because of this, the notion of news has changed to become more a commodity. In this context there are nevertheless other proposals as to rescue the original meaning of news. This is the case of social journalism, which aims at transforming the production routines in the mainstream media and, civic journalism, which wants to give the journalist a more protagonist role in the transformation of society when dealing with the different stages of the production of news.

**Keywords:** Media, News, Social journalism

---

<sup>1</sup> Este trabajo corresponde a la investigación "Los medios de comunicación como espacios de democratización". Parte II.

## **Résumé**

La fonction sociale du journalisme a connu des modifications importantes en raison de la mondialisation et de la concentration des capitaux dans le monde médiatique. La conception même d'information a connu elle aussi une mutation importante se transformant progressivement en une marchandise. Cependant on observe actuellement des propositions différentes qui cherchent à récupérer la fonction originale de l'information et parmi elles, le journalisme social qui prône une adaptation et une modification des routines de production des grands medias, et le journalisme civique qui interpelle le journaliste lui demandant d'adopter un rôle plus actif dans les processus de transformation social et dans toutes les étapes de la production de l'information.

**Mots clé:** Media; Nouvelles; Journalism social.

Recibido: 26/11/2009

Aprobado: 19/12/2009

## **1. Introducción**

La idea clásica del periodismo y sus prácticas, entendidas como sociales, se modificaron a partir de la globalización y la concentración registrada, en particular, en el último decenio.

Hasta ese momento la información se consideraba un bien social y el ejercicio profesional, concebido desde esa perspectiva, exigía veracidad, concisión y precisión de los datos.

Estos cambios variaron la concepción de noticia considerada hoy como una mercancía a la cual se tiene acceso en un mercado libre. Con el proceso de concentración de medios, ese mercado que además de libre debe ser pluralista, se restringió en cuanto a su variedad ideológica.

Para obtener información se profundizó la idea básica, propia de la teoría libertaria de la prensa basada en los postulados del liberalismo político y económico, del libre acceso a un mercado de ideas y a la producción de la competencia en igualdad de oportunidades.

El compromiso de informar veraz, imparcial y objetivamente se desdibujó con la competencia, la avidez sin límite por dar primicias y la lucha feroz por captar o mantener las audiencias o los lectores.



En la carrera por obtener nuevos mercados o por conservar los existentes los medios gráficos utilizaron numerosas estrategias (suplementos, revistas, fascículos, CD y videos para diferentes segmentos de público) entre las que se destaca la oferta on line que les permite rivalizar, de algún modo, con la inmediatez de los medios electrónicos. Entre estos, la televisión es en el que más se puede observar la carrera interminable por el rating y la pugna por llevar antes que ninguno la información al instante aún sin haberla editado.

Mar de Fontcuberta propone una interesante distinción para entender los medios en el siglo XXI al establecer claramente las diferencias entre lo que denomina Periodismo/mosaico y periodismo/sistema. (Fontcuberta, 2006)

En el primero, la desagregación y descontextualización de la información y sin una coherencia interna son las características más comunes de los mensajes. Los contenidos son distribuidos de forma aleatoria y se preocupa más por el dato que por el significado del mismo. Los hechos son presentados aisladamente prescindiendo de los procesos en los que están insertos. El temario se construye sin articular los contenidos, es un sistema cerrado y el público es concebido como consumidor.

El periodismo sistema, en cambio, relaciona y articula sus contenidos para explicarlos. Presenta coherencia interna en la organización de las pautas que responde a un diseño preestablecido. Tiene la flexibilidad necesaria para variar la presentación gráfica sin modificar los significados. Los hechos son contextualizados para explicar la evolución de los procesos desde sus causas hasta sus consecuencias. La innovación es una de sus particularidades por tratarse de un sistema abierto que configura al receptor como usuario.



## 2. Algunas propuestas para recuperar la función social del periodismo

Este contexto de mercantilización de la información posibilitó el resurgimiento de otras propuestas denominadas *periodismo social* o *periodismo cívico* cuyo origen está en los Estados Unidos en la década del 80 y 90. En América Latina el primer país en aplicarlo fue Brasil al que se sumaron, entre otros a partir del 2000, Argentina y Colombia.

El primero de los conceptos, desarrollado en Argentina por Alicia Cytrynblum, considera que los temas de exclusión social, pobreza, desempleo, acceso desigual a la salud y la educación deberían ser tratados con la misma entidad que se les da a las secciones clásicas como economía y política. Pone el acento en recuperar, periodísticamente el accionar de los nuevos actores sociales surgidos a partir de la crisis económica: las organizaciones no gubernamentales.

También se refiere al *periodismo social* como aquel que se basa en la mejor tradición periodística pero da un paso adelante. Es decir, no se conforma con el elemental cuidado de la información –pluralismo, independencia, chequeo, etc., propia de la tarea periodística sino que suma su compromiso con los procesos sociales (Cytrynblum, 2000).

En este sentido, la autora afirma que el periodismo social es abiertamente activo en sus propósitos porque: tiene ideología (compromiso con el fortalecimiento de la democracia, igualdad y desarrollo sustentable), promueve la acción en la comunidad, asume una activa responsabilidad en el uso del lenguaje y es difusor de derechos.

En la actualidad, según los resultados obtenidos en un trabajo de investigación anterior (Llobet, 2004) los medios presentan los temas vinculados con las consecuencias de la crisis en dos formas: el caso puntual con mucho color e interés humano o las frías estadísticas. Este tipo de recorte (excesiva particularidad o demasiada generalidad) no permite entender las verdaderas dimensiones del fenómeno.

La propuesta que plantea la periodista argentina es utilizar algunos de los conocidos factores de valor noticioso centrar el interés en las nuevas organizaciones sociales modificando la rutina periodística en cuanto a los factores de valor noticioso. Propone tener en cuenta lo siguiente, pero con un cambio de perspectiva en su aplicación:



*Por impacto:* Los temas que abordan las organizaciones sociales afectan a toda la población.

*Proximidad:* Están en todas partes. En el país hay más de 80 mil y se ocupan de los temas más diversos.

*Interés humano:* El sector social está compuesto por personas que hacen cosas –a veces heroicas– por otros. Es como una novela con protagonistas y antagonistas, sufrimiento, tragedias, éxitos y aprendizajes.

*Importancia:* Las entidades de bien público conforman la red social. Intentan cubrir las brechas que dejan el Estado y las empresas. Sin su labor muchas personas perderían la salud, la educación y hasta la vida. Sin ellas las minorías no tendrían cómo defender sus derechos. Incorporan nuevos temas al debate. Generan empleo. Recuperan y sostienen las tradiciones culturales que de otra manera se disolverían sin remedio en la oferta cultural de la globalización.

Desde estos conceptos se fundamenta la propuesta de considerar valioso periodísticamente el accionar de las organizaciones no gubernamentales poniéndolas en pie de igualdad, informativamente, con los ejes tradicionales que difunden los medios vinculados con la economía y la política.

En este planteamiento se pone el acento en la exclusiva toma de posición del periodista sin tener en cuenta los condicionamientos que imponen, desde su política editorial, los medios y su contexto. Es el emisor individual quien debe crear los propios espacios de producción de este tipo de noticia, no es una decisión adoptada por la empresa periodística que prioriza el criterio comercial y no el social.

Se trata de un trabajo arduo y solitario el de incorporar esta nueva perspectiva de agenda en los grandes medios, dado que solo es posible, por ahora, plantearla a través de medios alternativos que aporten voces diferentes. Si bien algunos medios gráficos como La Voz del Interior y La Nación, entre otros, realizaron intentos en este sentido, en su oferta online. Crearon una sección denominada periodismo cívico o social, tuvieron escasa duración porque no pudieron sustentarse económicamente.



El *periodismo cívico*, reconoce esta propuesta pero pone el acento en un mayor protagonismo del periodista como actor social no solo como emisor privilegiado en contacto permanente con la realidad. Debe estar cerca de los ciudadanos y con su tarea motivar y movilizar grupos de autogestión que ayuden a superar problemas sociales concretos.

Gladys Daza Hernández propone algunos ejes articuladores para llegar a una definición de este nuevo enfoque del periodismo cívico. Centra la atención en la característica de la información que debe ser necesariamente de interés público (criterio elemental del periodismo tradicional a la hora de seleccionar los hechos que serán noticia). Esta pauta favorecerá, a criterio de la autora, una mejor información pública que permitirá generar el diálogo ciudadano

La significación social del periodismo participativo está fundamentada en la información veraz a partir de la cual se logra un mayor nivel de credibilidad

Esta oferta periodística diferenciada, en sus objetivos, pretende lograr la formación de una cultura cívica deliberante favoreciendo la construcción permanente del sistema democrática. Desde esta óptica los medios deberían cumplir el rol que se les asigna en el marco de la teoría normativa democrático participativa, es decir constituirse en foros de debate.

Al aludir a periodismo cívico, al igual que en el planteamiento de Cytrynblum, se pone el acento más en la función profesional del periodista que en el papel de los medios.

En el contexto de la sociedad de la información, según la autora, se puede entender como información de interés público: Serán noticia hechos o acontecimiento que incidan directa o indirectamente en la vida, derechos, intereses, aspiraciones, convivencia, recursos y limitaciones de la ciudadanía, medidas legislativas o gubernamentales que afecten positiva o negativamente el bienestar social, procesos sociopolíticos, económicos, educativos, ecológicos o culturales, cuyo conocimiento público favorece la participación y deliberación de la ciudadanía.

Daza Hernández continúa la enumeración vinculada a aspectos ambientales, sociales, catástrofes naturales tanto de orden local como internacional. Como listado temático no se diferencia demasiado con las agendas habituales que proponen diariamente los grandes medios,



pero plantea sí una cuestión de enfoque, desarrollo y presentación diferentes.

Al igual que en periodismo social, en el periodismo cívico se produce un cambio en el papel de objeto pasivo del ciudadano para transformarlo en sujeto activo y co-mediador con el periodista con amplia participación en los procesos informativos.

La diferencia se plantea en el hecho de que el periodismo cívico-participativo es un elemento dinamizador en la construcción de la ciudadanía.

Si se comparan las características entre el periodismo tradicional y las propuestas de periodismo cívico y social, podrán verse que las diferencias, en la construcción de la agenda no son tan notorias:

Pueden observarse muchas coincidencias con tres de las llamadas teorías normativas de la prensa. Estos conceptos fueron desarrollados por primera vez por Siebert, Peterson y Schramm (1956), y más tarde por McQuail (1983, 1994) quienes describieron tipos ideales para analizar el accionar de los medios de acuerdo al concepto de hombre, de sociedad, de Estado y de acceso al conocimiento a través de la historia.

Los postulados coincidentes entre ambos periodismos son propios de la teoría libertaria que ubica a los medios en una sociedad de individuos dueños de su propio destino, con igualdad de oportunidades para conseguir su desarrollo personal y social: con un Estado garante de derechos y amplia libertad de acceso a la información.

En cuanto a la libertad de expresión, el periodismo cívico pone el acento en que ésta sea real. Tal afirmación lleva a pensar que los productores de información periodística –sean individuos o empresas– no son permanentemente presionados por factores políticos, económicos, culturales y sociales. Por ahora no se dan pautas concretas de cómo lograr esa libertad de expresión efectiva y permanente.

Los otros principios que aparecen como características del periodismo cívico pueden enmarcarse en otros dos de las teorías normativas: a) Desarrollista: que establece como rol para los medios tener en cuenta, fundamentalmente, las urgencias y prioridades colectivas según una escala de compromisos de los periodistas ante esos intereses y b)



Democrático-participativa: que prioriza la educación de los ciudadanos para los medios según una escala de su capacidad de “resistencia” al poder de los medios y de ejercicio activo de la democracia horizontal en materia de comunicación social.

La reformulación del rol de los medios y del periodista en particular surge de la combinación conceptual de distintos marcos teóricos para lograr un mayor acercamiento de los políticos a la sociedad, generar un ejercicio más pleno de la ciudadanía y responder al interés del público por otras temáticas.

Las estrategias utilizadas es la promoción de foros de debate sobre periodismo cívico con el objetivo de lograr que los líderes partidarios reformulen su manera de hacer política, priorizando el contacto personal con sus representados. Los resultados de estas actividades serán divulgados por los medios masivos para encontrar eco en el resto de la ciudadanía.

“El periodismo se convierte así en un actor colectivo que interactúa con los otros actores que protagonizan la vida política, y la comunicación política es una trama compartida” (Fernández, 2000: 42).

Otro aspecto a tener en cuenta en la recuperación del rol social del periodismo es considerar que las fuentes de consulta que no debe quedar circunscriptas, como en la actualidad, solo a la consulta de las voces oficiales, sean éstas las del gobierno de turno, los encargados de mantener el orden público o grupos disidentes que operan como grupos de poder o de presión.

La ciudadanía debe estar presente con el permanente aporte de información de interés público no solo con testimonios directos sino también con lo que algunos periodistas denominan “el traslado de la redacción” para que la gente comparta la producción de la información.

De algún modo, pero en el marco de los grandes medios, las nuevas tecnologías han posibilitado la participación de los ciudadanos aportando material en situaciones críticas. Un rol importante tuvo el teléfono celular en el caso de las Torres Gemelas y en los atentados en Londres porque permitieron contar con registros de testimonios verbales e imágenes en situaciones límites.



Internet, con la presencia de los blogs ha posibilitado la producción de noticias sin necesidad de la infraestructura y negociaciones informativas que se concretan en los grandes medios.

Estas intervenciones, ya no tienen el mismo objetivo que el periodismo cívico porque este recupera el concepto de comunicación alternativa, surgido en la década de los 70, considerándola como oposición a la comunicación hegemónica posibilitando así una sociedad más justa y solidaria.

Por ello, coincidente con las teorías desarrollista y democrático-participativa impulsa el debate público para socializar el debate y el diálogo público y generar movimiento de cogestión y autogestión en la toma de decisiones

Los medios deben ser los mediadores que vinculen los distintos grupos sociales y lo deben concretar en dos sentidos: cognitivo y estructural (Serrano, 1986).

Con la primera se crea la sensación de dinamismo social, de realidad en permanente cambio basada en una concepción básica de noticia como el hecho que quiebra el status quo e irrumpe imprevistamente. La segunda, contenedora de ese cambio social es la repetición constante de las mismas estructuras tanto en los referente a los relatos periodísticos que dan cuenta de las noticia como la forma de presentación (diseño y jerarquización gráfica en el caso de los diarios y revistas) y tiempo de duración y orden en que es ubicada en el caso de programas radiales o televisivos.

Se intenta entonces desde el periodismo cívico quebrar la verticalidad tradicional para dar paso a la horizontalidad, a la reducción de las asimetrías sociales y de los excluidos.

### **3. Noticiabilidad y exclusión social**

En este nuevo marco, desde el cual debe entenderse y producirse el periodismo, aparece cuestionado el concepto de noticiabilidad, es decir, qué hechos se darán a conocer a la luz pública.

Gail Tuchman lo plantea claramente: "Producir una noticia es una empresa negociada. Es la negociación de responsabilidades que se solapan y la selección negociada de las noticias del día. Estas nego-



ciaciones colectivas, asignan el atributo de “*noticiabilidad*” (merecer ser noticia) a sucesos cotidianos” (Tuchman, 1983:18 y ss).

Esta línea de decisiones, a menudo muy competitiva, está inserta en una estructura que la organiza y la contiene. Los criterios para hacer la cobertura concreta de la información están vinculados con la imagen que tiene la empresa periodística de sus públicos. Estas pautas se vinculan, en particular con la especificidad geográfica, instituciones conocidas y sobre temas específicos. De los tres el prioritario es la territorialidad geográfica.

En términos generales ¿cómo se construye la *noticiabilidad*?, a partir de acuerdos entre los jefes de sección y avalados por el director periodístico del medio quienes determinan cuáles serán los hechos a los que se les prestará atención periodística.

Estas relaciones entre sociedad, informadores y empresas determinan una definición de noticia.

La definición de noticia depende de su estructura social. Socializados en actitudes sociales y en las normas profesionales, los informadores cubren, seleccionan, diseminan relatos acerca de ítem identificados como interesantes o importantes. La noticia refleja a la sociedad, sus asuntos e intereses. Para cambiar la definición de noticia, tienen que cambiar primero las estructuras de la sociedad y de sus instituciones (...) Las nociones de *noticiabilidad* reciben sus definiciones en cada momento. La noticia ayuda a constituir a la sociedad como fenómeno social compartido, puesto que en el proceso de describir un suceso, la noticia define y da forma a ese suceso. La noticia está definiendo y redefiniendo, constituyendo y reconstituyendo permanentemente fenómenos sociales (Tuchman, 1985: 194-195).

Desde estos conceptos la construcción que se hace de la exclusión social o la pobreza está enmarcada en idénticos procesos de selección aplicados a cualquier otro tipo de temas. No se registra ningún tratamiento especial que permita pensar la aplicación, en el marco de las rutinas periodísticas, ningún criterio cercano a los postulados del periodismo social o cívico.



## 4. Los resultados

### 4.1. Las imágenes de pobreza y exclusión

El relevamiento de datos se efectuó durante los meses de mayo de 2005 y octubre de 2006, en los diarios online argentinos (Página 12 y La Nación), chileno (La Nación) y Folha do Sao Paulo (Brasil). Se utilizaron como criterios de búsqueda exclusión social, pobreza, crisis, pobres y excluidos.

En el análisis pudo observarse que el criterio de noticiabilidad predominante es el regido por los factores económicos que garantizan el consumo de la información en el marco de la teoría libertaria de la prensa que permite el libre acceso a un variado mercado de ideas. Desde esta perspectiva los editores de los diarios online latinoamericanos coinciden en tratar los temas de exclusión social y pobreza con los mismos criterios comerciales e idénticas pautas de selección que para cualquier otro tipo de hecho que consideran noticia.

La idea o la imagen de la pobreza que transmiten los medios se presentada de modos muy variados tales como:

- a) Dato estadístico: “crece escandalosamente la cantidad de hermanos excluidos a quienes se ha agredido en sus derechos humanos” o “las remuneraciones promedio del nuevo empleo registrado están por encima de la línea de pobreza”.
- b) Estigmatización: “vasallos de un sistema (...) basado en una cultura de privilegios socio-económicos y ciertos prejuicios socio-racistas que condenan de antemano a pobres y negros.
- c) Separada de factores coyunturales como la economía en general, acceso a la salud y a la educación.
- d) Las condiciones de vida dura y sin acceso a lo más elemental dificultan el fortalecimiento de las instituciones democráticas.
- e) Variable de ajuste en el contexto de aumentos salariales que solo favorecen a los trabajadores en blanco.
- f) Como problema a superar en el contexto de los discursos políticos, en particular en época de campaña.



- g) Promesas incumplidas por parte de gobierno que se comprometió a mejorar el nivel de vida de todos los ciudadanos.
- h) Deuda de los medios con la sociedad.

En todos los diarios aparece la información sobre aspectos sociales críticos, pero en ningún caso el tema central de las notas son los excluidos, la pobreza o sus consecuencias. Si bien se reconoce la existencia de grupos económica y socialmente menos favorecidos, la visibilidad que se les otorga se da en el contexto de propuestas de gobierno, en particular en Folha por coincidir, en octubre, con la campaña política de renovación presidencial. Los pobres aparecen así como “botín de guerra” en los enfrentamientos de los candidatos políticos con mayores posibilidades de triunfo.

En el caso del medio chileno (La Nación) no se utiliza la palabra pobreza, se alude a ella con el eufemismo de “las clases más humildes”. Diferente es el tratamiento de la problemática de la salud porque el tema en el contexto y se le dedica varias notas porque hay conflictos y medidas de fuerza. Una cita es representativa del enfoque noticioso del medio es la siguiente:

Trece millones de chilenos se atienden en el sistema de salud público. Y los funcionarios que los asisten cada día son tan pobres como sus pacientes. El paro de trabajadores de los hospitales públicos es algo más que un síntoma de la enfermedad del mercantilismo en la salud. Y esto no se cura solo con dinero.

Las ideas sustanciales de este texto difieren de las enumeradas con anterioridad porque aparecen relacionados: pobreza, salud pública y economía.

Predominan, salvo en casos puntuales como el señalado, las ideas de que la crisis económica ha sido superada y aparecen varias temáticas sobre proyectos de desarrollo regional que tienen el objetivo de mostrar una imagen de progreso aún en condiciones económicas y sociales adversas. Con el aporte de nuevas tecnologías se posibilita el contacto con el resto del mundo:

En ese contexto la escuela se convirtió en el eje de un cambio. Primero se logró captar la señal de los canales de televisión y así los



pobladores pudieron tener contacto con una realidad más amplia. Después se organizó un apiario didáctico, con la intención de demostrar la posibilidad de organizar, con cierto soporte tecnológico, una producción que hasta el momento era rudimentaria. Para hacer frente a un problema no menor como la precariedad de las casas y la vulnerabilidad de las familias a contraer enfermedades como el chagas, se construyó en el predio de la escuela un prototipo de vivienda rural (ahora se prevé la construcción de 10 casas más con aportes del Estado provincial). Al mismo tiempo, con fondos privados se creó una sala de atención primaria de la salud." (La Nación, Argentina)

En el diario brasileiro aparecen notas de periodismo científico que advierte sobre el peligro de la destrucción del medio ambiente, mejoras en la vida de los indígenas y un llamado de atención sobre el aumento de madres adolescentes.

## 4.2. Coincidencias

Los cuatro diarios coinciden en una sola temática en sus respectivas agendas. El tema está vinculado con la pobreza y cómo superarla a partir del sistema de microcréditos creado por el bengalés Mohammed Yunus que recibió el Premio Nobel de la Paz.

En el caso de nuestro país Página 12 y La Nación recuperan los temas:

a) Conferencia anual de la red Network of Street Newspapers (INSP) que reúne a más de 60 periódicos callejeros en más de 27 países en los cinco continentes con la presencia de Mel Young, creado de esta asociación. En el primero de los diarios, en el formato entrevista Young habla de la pobreza como una deuda de los medios con la sociedad, como lo refleja el título de la nota (*Muy pocos medios cubren la pobreza*). Sostiene que las publicaciones alternativas como Big Issue, pueden proveer lo que el resto de los medios no hace, que es proveer información sobre la pobreza desde los que realmente viven en ella y la padecen. "No solo fabricar fotos elegantes del sufrimiento", dice en alusión a lo que hacen los grandes medios.



Muy pocos de los medios buscan cubrir a la pobreza como tema de profunda preocupación. Hay mucha cobertura de funcionarios que hablan de la situación, políticos que dicen lo que habría que hacer, pero no hay reacción de nuestra gente. Los medios estereotipan a la pobreza.

La Nación en cambio pone el acento informativo en las características de la asociación, sus objetivos pero sin hacer alusión a la pobreza sino señalando que la venta de los periódicos

ayuda a recuperar su dignidad, a sentirse más reconocidas. Trabajan en el fortalecimiento de la autoestima, en la reinserción en la sociedad y en la mejora de la calidad de vida (educación, vivienda, salud). Los principios de esta iniciativa son bastante simples. Los vendedores compran el diario a un valor de costo y luego lo venden a valor comercial. Se quedan con una diferencia que varía según el país y que en Escocia es de 60 centavos. Son empleados independientes y la condición principal es que sean personas sin techo.

Menciona como dato intrascendente (al final de la crónica) organismos internacionales que colaboran con la red para lograr que la pobreza figure como una prioridad en las agendas políticas de todo el mundo.

b) La sanción de la Ley de Educación Sexual en la provincia de Buenos Aires

c) El Encuentro regional de proyectos juveniles presentados en Feria de Desarrollo del Cono Sur para reforzar valores solidarios, crear sentido de pertenencia y estrategias de inclusión.

d) Las expresiones de Cristina Fernández de Kirchner en la inauguración de un coloquio quien

Afirmó ayer que los índices de pobreza en la Argentina son todavía 'avergonzantes', pero aseguró que el Gobierno estudia políticas 'activas y diferenciales' para reducirlos de manera sensible." "Podemos mejorar la situación no solo con ética y sensibilidad, sino también con inteligencia", afirmó, al participar de la inauguración del Coloquio Internacional "Por un mundo mejor", que se desarrolla en la Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires. Con un



discurso centrado en el dilema de la pobreza en el país, Cristina Kirchner convocó a 'abordar el tema sin prejuicios' y consideró que, en este punto, 'el problema no son los pobres, sino los ricos'.

### 4.3. Según el origen

En cuanto al origen geográfico de la información en todas las ediciones analizadas predominan las noticias nacionales vinculada con temas políticos y económicos en particular en el primer mes relevado (Página 12: mayo 2005 nacionales, sin internacionales; octubre aparece varios temas internacionales; La Nación, solo noticias nacionales pero con mayor presencia de notas culturales en octubre)

El diario brasileiro presenta información más diversificada con la inclusión de deportivas y culturales (espectáculos) en mayo pero en octubre predominan las internacionales y nacionales. Una las razones es que en ese último mes se registra una presencia mayoritaria de notas de la contienda política entre Lula y Alckmin. De los medios gráficos analizados solo La Nación de nuestro país menciona (1 sola nota) sobre el debate televisivo realizado en el marco de la campaña por acceder a la presidencia en Brasil.

La propuesta chilena de La Nación presenta en mayo una distribución menos variada entre sociales, nacional e internacional. En cambio en octubre del año siguiente el total de las temáticas son nacionales con prevalencia del conflicto sanitario, crisis energética, maltrato y prostitución infantil

En las 108 notas analizadas se utilizan diferentes tipos de relato periodístico pero con predominio de la estructura del orden lógico (implica organizar los datos de mayor a menor importancia) y la estructura de relato más utilizada es la crónica. En La Nación de Chile –como excepción– aparecen dos de las llamadas crónicas de iniciativa caracterizadas por un relato humano y colorido sobre temas que no son de absoluta actualidad sino problemáticas sociales (salud y religión).

Un dato significativo es que la protesta social solo se registra en una nota publicada por La Nación de Argentina con motivo de los actos del día del trabajador en el que se efectúan duras críticas al gobierno



nacional a partir de documentos elaborados por sectores políticos y religiosos.

#### **4.4. Fuentes y géneros**

Las fuentes que aparecen son las oficiales o las especializadas (declaraciones de expertos). Aún en las notas relacionadas con los criterios de búsqueda los verdaderos protagonistas de la exclusión o la pobreza no tienen voz. Llama la atención que en todos los diarios analizados en el 45 por ciento de la notas las fuentes no son identificadas. Esto haría presumir que se trata de investigación documental pero no surge claramente, del propio texto, algún tipo de búsqueda o consulta para conseguir mayor cantidad de datos.

Esto permite suponer que en estos medios se hace el llamado “periodismo de escritorio” que se basa en la información que tiene el propio periodista por su ejercicio profesional y que se completa con alguna consulta telefónica. En muchos casos las citas textuales de funcionarios o personajes públicos son extraídas de otros medios que no están identificados.

Menor porcentaje (20 por ciento) son las noticias directamente tomadas de agencias noticiosas que en el caso de Chile y Brasil están identificadas (France Press, Reuter, EFE, BCC). En el caso de los diarios argentinos no existe ningún tipo de alusión cuando se utiliza este tipo de servicio aunque se intuye que a la cobertura internacional tienen acceso a través de las agencias, porque ninguno de estos medios tiene corresponsales en los países sobre los cuales informa.

Las escasas fuentes directas que existen aparecen en el marco de los formatos crónica y crónica de iniciativa (reportaje, para los estadounidenses y españoles) que requieren una investigación más profunda y la utilización de todas las técnicas de recolección de datos: documentales, entrevistas, encuestas y observación personal.

En las pocas notas (8 en total) con estas características solo aparecen 2 fuentes consultadas. Si se piensa esta escasez de voces en el relato periodístico podría decirse que atenta incluso contra los principios insoslayables de libertad de expresión, en el caso del periodista y el derecho de la sociedad de ser informada de modo completo y veraz.



La presencia de los géneros de opinión o análisis es escasa por tratarse de diarios generalistas y que apuntan a un público heterogéneo en edades e intereses, aunque este dato también señala un escaso compromiso con las funciones de formar opinión y educar a la sociedad que deben cumplir los medios.

Por la preeminencia de las estructuras formales informativas el modo de relato, casi excluyente, es el orden lógico o pirámide invertida por el cual se organizan los datos de mayor a menor importancia.

Este modo de redacción en el contexto de los medios gráficos online es aún hoy muy cuestionado porque se sugiere la creación de un modo de narración diferente adaptada al soporte digital en el que son difundidas. En este estudio no se han detectado cambios en este aspecto ni tampoco en la extensión de las notas, que en algunos casos bien pueden ser difundidas en las ediciones impresas.

## **5. Algunas consideraciones**

En el contexto de mercantilización de la actividad periodística, motivó la aparición de perspectivas sociales y cívicas a tener en cuenta a la hora de construir la agenda. Así como proyectos de modificación en la construcción de mensajes y la participación más comprometida de periodistas que se enmarcan particularmente en la teoría libertaria.

Los medios analizados no presentan la temática de la exclusión y la pobreza desde la perspectiva de alguna de estas propuestas. No hay uso de los factores de valor noticioso en el sentido en que plantea Cytrynblum como tampoco aparecen los protagonistas como gestores de sus propios procesos de desarrollo.

Se encontraron 8 notas (La Nación de Argentina y Folha do Sao Paulo) en las que si bien no se percibe que estén elaboradas a partir de alguno de los postulados de estas nuevas propuestas plantean temas vinculados con el desarrollo comunitario y otras con el periodismo especializado en ciencia que resalta mejoras en las condiciones de vida de los indígenas y otras alertan sobre el peligro de la destrucción del medio ambiente.



Desde el análisis de las estructuras de redacción, el periodista aparece siempre como testigo y no como protagonista como se plantea su nuevo rol desde el periodismo cívico.

Todos los medios responden a la idea de periodismo mosaico porque el hecho aparece sin contexto, no se explicitan causas o consecuencias. La presentación se limita a dar cuenta del presente con la pretendida objetividad que se le atribuye al ordenamiento lógico de los datos.

Los relatos más extensos, que responden a la estructura de crónica no profundizan ninguna perspectiva y abundan elementos de color o interés humano con los que se describen casos particulares que no ayudan a entender el problema en general.

En los meses analizados la información relevada se encuentra en diferentes secciones lo que profundiza la desagregación informativa porque los contenidos son distribuidos en forma aleatoria.

Estos factores confluyen para lograr –intencionalmente o no– una invisibilidad de la temática, no solo por el escaso tratamiento sino porque estos problemas sociales aparecen como tangenciales en planteos vinculados con la política y la economía.

En este caso la invisibilidad es real, por la no presencia, y no como se entiende habitualmente este concepto por superabundancia de información.

El hecho que tuvo más presencia y continuidad en el tratamiento, en todos los medios analizados, fue el del premio Nóbel otorgado al creador del microcrédito destinado exclusivamente a los pobres. Esto se justifica por tratarse de una noticia internacional y porque en Chile, Brasil y Argentina existen instituciones que llevan adelante este plan que favorece los micros emprendimientos. En nuestro país, La Nación efectúa una cobertura más extensa dado que Yunus invitó personalmente a la representante argentina a acompañarlo en la entrega del premio.

En el resto del material no se detecta una selección diferente del proceso habitual que cada día se reinicia para construir la agenda cotidiana.



Estos resultados pueden enmarcarse en la teoría libertaria de la prensa que plantea el libre acceso al mercado de ideas y deja libertad (solo restringida por los límites jurídicos formales) en el tratamiento y presentación de la información.

Si bien es cierto cada medio analizado tiene diferentes políticas editoriales la producción de mensajes que emerge –independientemente del origen geográfico de la información- revela procesos de selección y tratamiento periodístico similar que repite estructuras formales del relato periodístico. Desde estas estructuras no se muestra la complejidad de los hechos por lo que es poco posible pensar en un periodismo sistema.

## Referencias:

- Alsina, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Castelli, E. (1981). *Manual de periodismo*. Buenos Aires: Editorial Plus Ultra.
- Charron, J. (1998). Los medios y las fuentes. Los límites de la agenda setting. En: Gauchier, G.; y otros, *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa.
- Cytrynblum, A. (2000). *Periodismo Social. Una nueva disciplina*. Buenos Aires: La Crujía.
- Daza Hernández, G. y otros (2000). *Periodismo y ciudadanía*. Bogotá: Fundación Konrad Adenauer.
- De Fontcuberta, M. y Borrat, H. (2006). *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía.
- Martínez Albertos, J.L. (1976). *Redacción periodística*. Barcelona: ATE.
- Llobet, L (2004). Los pobres excluidos ¿un negocio para los medios? Ponencia presentada en el VII Congreso Latinoamericano de Investigación en Comunicación de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIIC)
- McCombs, M. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. En: Briant, J y D, Zillman (comp.) *Los efectos de*



- los medios de comunicación. Buenos Aires: Paidós.
- Siebert, F; Peterson T. y Schramm, W. (1954). *Four Theories of the Press*. Urbana: University of Illinois Press.
- Tuchman, G. (1983). *La Producción de la noticia*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas*. Barcelona: Paidós.