

Tender puentes entre la prensa y la sociedad civil

Incidencia ciudadana en medios como *movimiento mediático* en América Latina

La brecha entre la prensa y la sociedad civil ha sido un tema de preocupación en la investigación sobre los medios en América Latina. Distintas fuerzas, como el Estado y las grandes empresas, eclipsan en niveles de influencia el rol de la sociedad en cuanto a la participación que se debe cultivar al interior de la ciudadanía. En ese sentido, es necesario que los medios, y en este caso la prensa, cultiven lazos estrechos con la sociedad para que se conviertan efectivamente en voz de los intereses ciudadanos. La idea es que se de una incidencia ciudadana en los medios.

■ Silvio Waisbord

Traducción: Valentina Cruz

INTRODUCCIÓN

La prensa mantiene vínculos con tres campos externos: el Estado, el mercado y la sociedad civil. Los vínculos *fuertes* y *débiles* están conformados por las relaciones estructurales, así como por las prácticas de elaboración de noticias o *newsmaking*. Los factores estructurales, tales como la propiedad, el financiamiento y la legislación determinan las conexiones entre las organizaciones de noticias con el Estado, el mundo empresarial y los actores de la sociedad civil. En los procesos de producción y consumo de noticias que involucran salas de prensa, fuentes y audiencias, también influyen la intensidad de las relaciones entre la prensa y los campos externos.

Una de las preocupaciones fundamentales de los estudios críticos de los medios y el periodismo es que la democracia se vea afectada cuando los vínculos entre la prensa y la sociedad civil sean débiles (Curran 2002; Dahlgren 2008). Es necesario cultivar y mantener lazos estrechos con la sociedad civil para que efectivamente la prensa haga las veces de plataforma de la expresión de los intereses de los ciudadanos. Es una condición fundamental para la prensa cultivar la ciudadanía, abarcar múltiples perspectivas, informar de asuntos que afecten a una amplia variedad de públicos y facilite el diálogo cívico y la participación ciudadana. Sin embargo, en las democracias contemporáneas estos objetivos están comprometidos a medida que el Estado y el mercado ejer-

cen sobre la prensa más influencia que la sociedad civil.

Los fuertes vínculos estructurales e institucionales con el Estado y el mercado tienen una influencia negativa en la prensa. Estas relaciones varían entre los países y regímenes políticos. A nivel estructural, el Estado influye en la prensa a través de la propiedad, políticas arbitrarias que recompensan la cobertura leal, leyes punitivas y asignaciones discrecionales de los recursos públicos. Los mercados ejercen influencia a través del poder de los propietarios de los medios, expectativas corporativas acerca de la rentabilidad de la prensa, el peso de los anunciantes privados en la economía de la prensa y las parcialidades socio-económicas de las audiencias de noticias. Además las relaciones *quid pro quo* entre el Estado y las fuerzas del mercado consolidan aún más el poder oficial y mercantil sobre la prensa. A nivel institucional, el Estado y las grandes empresas generalmente eclipsan a los actores ciudadanos en la producción y distribución de información. El manejo de las noticias oficiales asegura que los generadores de las noticias gubernamentales y las fuentes sean dominantes. La maquinaria de las relaciones públicas de las grandes corporaciones ejerce un poder significativo en el *newsmaking*. Las prácticas de rutina y las normas profesionales del periodismo refuerzan el poder de las fuentes oficiales y los generadores de noticias.

Así, la invasión del Estado y el mercado plantea obstáculos importantes para la existencia de una prensa plural y

diversa. Es un desafío crucial para la democracia el fortalecimiento de la presencia de temas y voces ciudadanas en las noticias.

LA BRECHA ENTRE LA PRENSA Y LA SOCIEDAD CIVIL EN AMÉRICA LATINA

La brecha entre la prensa y la sociedad civil ha sido una preocupación fundamental para la investigación de los medios en América Latina. Históricamente, en la región, los sistemas de prensa han estado bajo influencia constante e incontrolable del Estado y el mercado (Waisbord, 2000). Para la prensa escrita, el Estado históricamente ha sido el principal actor económico y político. En general, la publicidad estatal sigue siendo la principal fuente financiera de la prensa. Esta situación permanece igual hasta hoy, en la medida que los gobiernos conservan un poder considerable sobre la economía de la prensa y controlan las decisiones claves que afectan los negocios de los medios. La complicidad entre los gobiernos y los medios ha sido una característica dominante de los sistemas de la prensa en la región (Hughes y Lawson, 2005). De igual modo, el mercado ha ejercido una influencia sustancial sobre los medios de noticias. Mientras que un éxito comercial, medido en ganancias publicitarias e índices de audiencia, ha sido una preocupación primordial de los sistemas de radiodifusión, en el caso de la radiodifusión pública ha sido históricamente débil. Asimismo, los objetivos del mercado han sido los principales conductores de los medios impresos dominantes.

Dadas las relaciones estructurales con el Estado y el mercado, la prensa en la región ha estado mal equipada para dar una atención adecuada y equilibrada a una amplia gama de problemas y perspectivas. Está predispuesta a informar sobre temas importantes para las fuentes oficiales y otros individuos e instituciones con fácil acceso a los medios. Está parcializada para cubrir temas que básicamente le interesan a las audiencias adineradas y urbanas y le dan poca o esporádica atención a temas que afectan principalmente a la población de escasos recursos. Reciben poca atención los asuntos relacionados con el desarrollo social, tales como la pobreza, el hambre, la malnutrición, la salud y la educación (Alfaro, 2008). La prensa se enfoca en temas que son relevantes para los generadores de noticias o *newsmakers* poderosos, fuentes de noticias convencio-

“

La prensa se enfoca en temas que son relevantes para los generadores de noticias o *newsmakers* poderosos, fuentes de noticias convencionales y audiencias urbanas y con mayor poder adquisitivo. Ha sido extremadamente cautelosa para informar sobre temas que puedan contrariar a funcionarios y a los principales anunciantes

”

nales y audiencias urbanas y con mayor poder adquisitivo. Ha sido extremadamente cautelosa para informar sobre temas que puedan contrariar a funcionarios y a los principales anunciantes (Pedraglio, 2005; Gonzaga Matta, 2008).

Históricamente esta situación ha provocado dos clases de respuestas de la sociedad civil que fueron cristalizadas en los *movimientos mediáticos*. Como cualquier movimiento social (Diani y Bison, 2004), éstos son redes de ciudadanos y asociaciones que prosiguen conflictos políticos para lograr transformaciones sociales, particularmente en relación con la prensa y en los medios en general. Con ellos buscan promover cambios a través de un conjunto de acciones colectivas, incluidas apoyo, educación, movilización, protestas, campañas y otras acciones.

Uno de los *movimientos mediáticos* trató de tender puentes en la brecha entre la sociedad civil y la prensa a través de la promoción de reformas de las políticas de los sistemas de los medios. El objetivo era fortalecer la presencia de las voces ciudadanas y frenar la influencia de los gobiernos y grandes empresas. Los movimientos de *reforma política* han sufrido una evolución de *pare y siga* (*stop and go*), determinada en gran medida por la larga historia de autoritarismo en la región (Fox y Waisbord, 2002). La consolidación de la

democracia desde los años 80 abrió nuevas posibilidades para las reformas políticas y legales. Se han realizado múltiples esfuerzos a nivel nacional para hacer que la prensa y, en general, el sistema de los medios sea más receptivo a las voces ciudadanas. Sólo por mencionar algunos ejemplos de la década pasada: son evidencias de los esfuerzos que se llevan a cabo para fortalecer los intereses ciudadanos las iniciativas que promueven la aprobación de leyes de acceso a la información pública y derogan las legislaciones draconianas en Argentina, Perú y México (Gill y Hughes, 2005) y debates ciudadanos sobre la reforma de los medios, durante las discusiones en el Congreso acerca de las políticas de los medios, en Colombia, México, Perú y Uruguay (Alfaro, 2005). Tales impulsos son particularmente loables si se toma en consideración la sensibilidad política alrededor de la reforma de los medios. Manejado por el miedo de los alienantes propietarios de grandes medios de comunicación, los gobiernos civiles generalmente han caminado de puntillas alrededor del tema de la reforma de los medios o han aprobado propuestas que benefician a los propietarios de grandes medios de comunicación. Después de más de dos décadas de democracia ininterrumpida en la región, la democratización de los medios aún es un tema pendiente.

Un segundo *movimiento mediático* ha tenido el propósito de desarrollar medios de comunicación de los ciudadanos como una alternativa a los canales influenciados por los gobiernos y empresas. América Latina tiene una larga y rica tradición de medios *alternativos* que han repudiado la influencia tanto del Estado como del mercado. Más que presionar por cambios en las políticas, los movimientos de *medios alternativos* se han enfocado en desarrollar y preservar medios de expresión ciudadanos. A menudo los medios alternativos han sido parte integrante de las movilizaciones cívicas en una amplia gama de temas (por ejemplo, los derechos de los mineros, asuntos ambientales, derechos de la mujer) utilizando innovaciones tecnológicas (desde las primeras radios hasta cámaras portátiles e Internet) y han aprovechado las lagunas jurídicas para establecer formas de expresión comunitarias (Huesca y Dervin, 2006; Rodríguez, 2001).

El interés en este capítulo es debatir la incidencia ciudadana en medios como un tercer *movimiento mediático* para fortalecer las conexiones entre la prensa y la sociedad civil en América Latina. La inci-

dencia ciudadana en medios se refiere a las acciones de los grupos ciudadanos para influir en la cobertura noticiosa de problemas sociales en la prensa dominante. Desde que en las pasadas décadas se consolidó la democracia liberal en la región, numerosas asociaciones civiles se han comprometido en el apoyo a los temas ciudadanos promoviendo el aumento de la calidad de la cobertura de los asuntos ciudadanos en la región. Los ejemplos incluyen asociaciones que promueven el reportaje de problemas de la infancia (en Brasil *Agência Notícias de Direitos da Infancia*), asuntos de la mujer (red PAR de Argentina, *Comunicación e Información de la Mujer* en México), HIV/SIDA (en Brasil la Agencia AIDS), ambiente (*Red de Comunicación Ambiental de América Latina y el Caribe*) y problemas sociales en general (*Red de Periodismo Social de Argentina y a la Agencia Latinoamericana de Información* en Ecuador). El trabajo de estas organizaciones es una nueva forma de movilización ciudadana en la historia política de los medios en la región que tiene importantes implicaciones para la democracia en los medios de comunicación social.

El surgimiento de la incidencia ciudadana en medios en América Latina ofrece una oportunidad para revisar preguntas claves en los estudios de los medios y el periodismo: ¿la sociedad civil puede cambiar la prensa?, ¿cuáles son los méritos de la incidencia ciudadana en medios para hacer que el periodismo sea más receptivo a los intereses y demandas ciudadanas? En este artículo, reviso las estrategias y apuntalamientos políticos de la incidencia ciudadana en medios, haciendo entrevistas a reporteros y miembros de grupos de apoyo, discutiendo sus logros y limitaciones. La primera sección se enfoca en las razones de la invisibilidad y tergiversación de los problemas sociales en los medios de comunicación dominantes. La segunda sección revisa las estrategias de los grupos ciudadanos para mejorar la cobertura noticiosa de los problemas sociales. La última sección considera las implicaciones de la incidencia ciudadana en la democratización de los medios. Mi argumento es que la incidencia ciudadana en medios ha hecho aportes significativos para ampliar el rango de temas y perspectivas. Sus contribuciones están limitadas no sólo por los sistemas de prensa que permanecen firmemente orientados hacia el Estado y el mercado, sino también por las culturas periodísticas y dinámicas de la elaboración de noticias que continúan in-

“

Los estudios han documentado que la prensa raras veces cubre los asuntos ciudadanos y además las perspectivas que ofrece son limitadas, particularmente en temas que afectan a las poblaciones socialmente excluidas. En primer lugar, los problemas sociales que afectan a los pobres generalmente están ausentes en las noticias.

”

clinándose a favor de las fuentes oficiales y de historias *duras*.

LOS PROBLEMAS DE LA COBERTURA DE NOTICIAS DE LOS ASUNTOS CIUDADANOS

El aumento de la incidencia ciudadana en medios debe situarse en el marco de la movilización de la sociedad civil en contextos post-autoritarios en Latinoamérica. Desde la caída de los regímenes autoritarios durante los años 80, la activación de la sociedad civil ha sido una característica distintiva de las democracias contemporáneas en la región. La movilización de una amplia gama de grupos de derechos humanos, indígenas, mujeres, jóvenes y ambientales y el surgimiento de novedosas formas de participación ciudadana en la administración municipal indican la vitalidad de la sociedad civil (Brysk 2000; Eckstein 1989; Escobar y Álvarez 1992; Yashar 2005). Sin embargo, la prensa en gran parte se ha quedado a la zaga de las acciones de los grupos civiles en términos de identificación de problemas y acciones y no ha reflejado adecuadamente la riqueza de las experiencias de participación y demandas.

La incidencia ciudadana en medios tiene como propósito abordar esta brecha

dando a conocer los temas y voces civiles en la prensa dominante, basado en la premisa de comprender que los principales medios de comunicación juegan un papel fundamental en las *políticas de reconocimiento* (Fraser, 1997) y la construcción de problemas públicos (Hilgartner y Bosk, 1988) en una era de política *mediada*. Tanto los partidos como los dirigentes políticos se han dado cuenta de la centralización de la política mediada, en las décadas pasadas en Latinoamérica (Skidmore, 1993), los grupos ciudadanos también se han dado cuenta de la necesidad de ser estratégicos acerca de la cobertura de noticias, la cual afecta las posibilidades de cambios políticos y sociales. La invisibilidad y tergiversación en los medios de comunicación mina los esfuerzos generales para promover la conciencia pública y las políticas.

Los estudios han documentado que la prensa raras veces cubre los asuntos ciudadanos y además las perspectivas que ofrece son limitadas, particularmente en temas que afectan a las poblaciones socialmente excluidas. En primer lugar, los problemas sociales que afectan a los pobres generalmente están ausentes en las noticias. La prensa está predispuesta negativamente a cubrir problemas de salud que afectan principalmente a los grupos pobres, incluidos los grupos indígenas o poblaciones rurales (Alcalay y Mendoza, 2000; da Rocha, 1995). Es más probable que obtengan mucha más atención los problemas ambientales que afectan a las poblaciones urbanas que los problemas que afectan a las áreas rurales pobres y excluidas y peri urbanas (Jukosfky, 2000). Hay menos posibilidades que obtenga atención el crimen que afecta a las personas pobres que los crímenes que afectan a los grupos adinerados (Bonilla Vélez y Gómez, 2006). Pocas veces en las noticias se relatan las vidas de niños y jóvenes pobres, incluida la violencia y la explotación (ANDI 2003).

En segundo lugar, generalmente la prensa falla por no ofrecer diferentes perspectivas, especialmente los puntos de vista de las poblaciones afectadas directamente por problemas sociales, a fin de promover el diálogo acerca de los problemas y las soluciones. En la cobertura de noticias de crímenes que afectan a ciudadanos pobres, éstos a menudo son representados como desafortunadas víctimas o como autores (Larrain y Valenzuela, 2004). En Colombia, durante el prolongado conflicto armado interno, el cual ha afectado severamente a las poblaciones

rurales pobres, la cobertura ha sido dominada por las fuentes oficiales, a saber, políticos y funcionarios militares, y las voces que proponen soluciones pacíficas reciben sustancialmente menos atención. Además raras veces se le da la oportunidad para que presenten sus opiniones a los ciudadanos pobres y de áreas rurales que desproporcionadamente constituyen el mayor número de personas desplazadas en este conflicto (Arenas *et al.*, 2003; Coba *et al.*, 2007). Aunque el periodismo brasilero ha aumentado su oferta de cobertura sobre problemas ambientales, tiende a enfocarse en las opiniones y preocupaciones oficiales por sobre las voces ciudadanas y acciones locales para tratar los problemas (de Oliviera, 1996; Guedes, 2000; Luft, 2005).

La deficiente calidad de la cobertura de noticias de problemas sociales pone en evidencia el fracaso de la prensa en el apoyo a los objetivos democráticos. En primer lugar, la prensa no amplía los límites del debate público acerca de los problemas sociales. Al apartarse de la cobertura de una gran variedad de temas, la prensa excluye del proceso de reflexión crítica a algunos ciudadanos y problemas. Al hacer esto, la prensa perpetúa un proceso de exclusión social, relegando las preocupaciones de las mayorías. En segundo lugar, la ausencia de cobertura de las desigualdades sociales refleja la falta de interés de la prensa por fomentar empatía y solidaridad en la vida democrática. Los críticos de la prensa han subrayado la necesidad de que ésta cultive los vínculos sociales con ciudadanos de diversos orígenes. Es necesario publicar los problemas que afectan a otros para promover la sensibilidad hacia los que tienen condiciones de vidas y perspectivas diferentes a las nuestras.

El punto de partida de la incidencia ciudadana en medios es que los problemas yacen esencialmente en los niveles institucionales, a saber, prácticas y condiciones de las salas de prensa. Las condiciones laborales en las salas de prensa desaniman la producción de reportajes en profundidad de los asuntos ciudadanos. No es raro que los reporteros tengan más de un trabajo y que diariamente deban redactar varios artículos. Adicionalmente y particularmente en los medios de comunicación de provincia, los reporteros trabajan a destajo haciendo publicidad. También las compañías noticiosas pocas veces liberan a los reporteros o asignan suficientes recursos humanos y financieros para cubrir las historias. Estas con-

“

Las condiciones laborales en las salas de prensa desaniman la producción de reportajes en profundidad de los asuntos ciudadanos. No es raro que los reporteros tengan más de un trabajo y que diariamente deban redactar varios artículos. Adicionalmente y particularmente en los medios de comunicación de provincia, los reporteros trabajan a destajo haciendo publicidad.

”

diciones empujan a los periodistas a cubrir temas que demandan una mínima cantidad de tiempo y gastos. La consecuencia es cobertura reactiva enfocada en acontecimientos (desprovistos de contexto en procesos de largo plazo) y que depende de la información oficial y noticias de agencias.

Ciertamente, las salas de prensa con recursos deficientes afectan negativamente la calidad de las noticias en general. Sin embargo, las secciones que cubren *noticias en caliente* (noticias de política, economía, policía, internacionales) tienen más reporteros y sistemáticamente consiguen información generada por las fuentes. Está bien documentada la dependencia masiva de las salas de noticias latinoamericanas de las *gacetillas* oficiales para las noticias políticas (Hallin, 2000) e informes policiales para los artículos de crímenes/seguridad pública (Ramos y Paiva, 2007). En cambio, pocas organizaciones de noticias tienen reporteros especializados para cubrir los problemas ciudadanos. La falta de secciones disuade a las organizaciones de noticias de buscar constantemente noticias frescas. Típicamente, los problemas ciudadanos caen en la sección *sociedad* que sirve de término paraguas para cubrir un gran número de asuntos. En años recientes, la creación en periódicos, semanarios y noticieros de secciones tales

como *salud, educación, comunidad y asuntos de la mujer* (el cual ofrece perspectivas neo-feministas en lugar de asuntos de estilo de vida y moda) ha abierto nuevas oportunidades para los grupos de incidencia ciudadana. Los reporteros que cubren estas especialidades pueden ser más receptivos, ya que regularmente necesitan presentar artículos sobre estos temas.

APROXIMACIONES Y ESTRATEGIAS

La incidencia ciudadana en medios adopta una interpretación *institucionalista* de la prensa dominante. Aquí el *institucionalismo* se refiere a la opinión de acuerdo a las rutinas y prácticas organizacionales y normas profesionales que determinan el contenido de las noticias. Las rutinas de obtención de noticias y convenciones periodísticas determinan la preferencia por noticias oficiales, espectaculares, conflictivas, sensacionalistas o centradas en eventos y celebridades. Tales normas no sólo restringen a los periodistas, sino que también limitan las oportunidades de cobertura de noticias de los intereses ciudadanos.

La incidencia ciudadana en medios es un observador agudo de las normas y prácticas establecidas para determinar las noticias. Considera que estas normas y prácticas pueden ser utilizadas para fomentar agendas sociales. Se adhiere a prácticas de reportajes estándar más que tratar de revolucionar el periodismo. No propone una ruptura en la elaboración de noticias, sino que ofrece aproximaciones creativas al manejo de las noticias que le sacan provecho a la parcialidad del periodismo contemporáneo para lograr más justicia social. Asume que las reglas del periodismo no necesariamente reflejan los intereses dominantes, sino que pueden ser torcidas en favor de causas sociales. Están al tanto de las condiciones de trabajo de las típicas salas de prensa y necesitan encontrar oportunidades. Ven a las salas de prensa como ambientes dinámicos, sometidos a demandas contradictorias. Asume que las salas de prensa dependen del contenido generado por actores externos más que de artículos de propia iniciativa de los reporteros.

La incidencia ciudadana en medios se basa en la idea de que son impredecibles las oportunidades para darle forma al contenido de las noticias. Una variedad de circunstancias puede abrir o cerrar posibilidades. Los conflictos entre organizaciones de noticias individuales y gobiernos

pueden generar oportunidades para criticar las políticas sociales. El compromiso oficial hacia políticas sociales específicas puede ser ventajoso para los grupos civiles para obtener atención de los medios. Los periodistas pueden estar interesados particularmente en temas específicos.

Desde esta perspectiva, la incidencia ciudadana en medios se propone lograr tres objetivos: aumentar la cantidad y calidad de cobertura de asuntos específicos; fortalecer la presencia de las voces ciudadanas en la prensa dominante; y aproximarse a la prensa como aliado táctico para ayudar a avanzar las causas políticas y sociales. Para lograr estos objetivos, las organizaciones ciudadanas utilizan tres estrategias: fuentes, entrenamiento y crítica a los medios.

La estrategia de las *fuentes* tiene el propósito de facilitar a los reporteros el acceso a la información y fortalecer la posición de las organizaciones ciudadanas como fuentes frecuentes de noticias, con credibilidad. Estas estrategias incluyen una amplia gama de tácticas. Algunas organizaciones tales como ANDI en Brasil y CIMAC en México actúan como agencias de noticias no convencionales que producen y distribuyen contenido y con frecuencia discuten con los reporteros las ideas de los artículos. Algunas organizaciones tienen acuerdos con las principales organizaciones de noticias para publicar contenido específico. Por ejemplo, la Red de Periodismo Social de Argentina tiene acuerdos con periódicos influyentes en el país para publicar una serie de artículos sobre problemas sociales, los cuales han puesto en el centro del debate problemas tales como las condiciones de los hospitales públicos y los sistemas de recolección y eliminación de basura. De modo similar, CIPPEC de Argentina tiene acuerdos con *La Nación* y *Clarín*, los diarios más importantes del país, para publicar varias veces al año numerosos artículos sobre temas sociales tales como educación y justicia. CIPPEC es totalmente responsable de la producción del contenido el cual es entregado *en exclusividad* a los periódicos que tienen garantizada la *primicia* a cambio de espacio para el contenido.

La estrategia de las *fuentes* también incluye el desarrollo y fortalecimiento de relaciones personales con los reporteros. Las relaciones proporcionan una sensación de necesidad de las salas de prensa a fin de encontrar oportunidades para la cobertura de noticias. *Los días lentos en noticias* pueden ofrecer oportunidades para tener amplia cobertura o atención en la

“

Aunque en la región haya aumentado el número de reporteros graduados de las escuelas de periodismo y comunicación social, pocos han tenido la oportunidad de especializarse en ciertas áreas. En segundo lugar, las asociaciones ciudadanas conocen muy poco acerca de las prácticas periodísticas y les falta acercamiento estratégico para trabajar en las organizaciones de prensa.

”

primera página. El interés por informar sobre el *lado humano* de algunas historias (importantes adelantos científicos, decisiones judiciales) puede abrir la posibilidad de identificar a los ciudadanos como temas o como fuentes.

Para obtener cobertura, las organizaciones ciudadanas también se benefician de los eventos noticiosos convencionales, para ello aprovechan la atención de las noticias en discursos de alto nivel, eventos públicos de los generadores de noticias, debates del congreso y días de conmemoración de problemas específicos tanto *nacionales* como *internacionales* (el Día Internacional de la Mujer, el Día Mundial del Sida, el Día de la Tierra). Las tácticas oscilan del manejo de noticias convencionales (emisión de notas de prensa, ruedas de prensa) hasta acciones sorpresivas para llamar la atención de las noticias (trucos publicitarios, concentraciones, protestas) típicamente asociados con grupos de base. Asimismo, para obtener cobertura, los grupos de incidencia ciudadana son sensibles a las necesidades específicas y particularidades de los distintos medios de comunicación. Las organizaciones impresas pueden estar más interesadas en las primicias. Las noticias televisivas son dirigidas por imágenes y espectáculo, y *talk-shows* de la tarde por asuntos relevantes para sus audiencias femeninas. Los

programas de radio generalmente están interesados en entrevistas con expertos y generadores de noticias.

Una segunda estrategia, el entrenamiento, consiste en aumentar el nivel de profesionalismo en la cobertura de noticias. El reto es doble. En primer lugar, es muy raro que los reporteros tengan un conocimiento profundo de asuntos específicos (leyes contra la violencia doméstica, derechos de los niños, información básica sobre enfermedades de transmisión y sobre prevención). Aunque en la región haya aumentado el número de reporteros graduados de las escuelas de periodismo y comunicación social, pocos han tenido la oportunidad de especializarse en ciertas áreas. En segundo lugar, las asociaciones ciudadanas conocen muy poco acerca de las prácticas periodísticas y les falta acercamiento estratégico para trabajar en las organizaciones de prensa.

Para superar esos problemas, las organizaciones de incidencia trabajan tanto con los reporteros como con las organizaciones ciudadana. Por un lado ofrecen entrenamiento periodístico para familiarizar a los reporteros con los aspectos técnicos fundamentales y para que entren en contacto con expertos/fuentes. Muchas organizaciones dan premios de reconocimiento por la calidad de los reportajes en temas específicos (problemas infantiles, derechos de la mujer). También se ha elaborado un grupo de principios para guiar los reportajes. Por otro lado, el entrenamiento en los medios de comunicación social de las organizaciones ciudadanas pretende fortalecer su habilidad para convertirse en fuentes noticiosas habituales y creíbles. Generalmente las organizaciones desconocen las prácticas periodísticas convencionales o desconfían de los medios de comunicación noticiosos. Las relaciones entre los reporteros y las asociaciones civiles a menudo son inexistentes o llenas de animosidad y de malos entendidos. Las expectativas son sorprendentemente diferentes: mientras que los reporteros buscan historias dignas de ser noticias que llenen las expectativas del editor y resuenen en las audiencias, las organizaciones están interesadas en difundir información que no siempre tiene un valor periodístico intrínseco. Entonces, el entrenamiento también se ve como una oportunidad para facilitar la comunicación entre los reporteros y las organizaciones, para debatir problemas y posibilidades de colaboración.

Una tercera estrategia es la crítica a los medios acerca de la cobertura de noticias

de los asuntos sociales y ciudadanos. Muchas organizaciones monitorean y analizan regularmente la cantidad y la calidad de las noticias, producen información y documentos y comparten los resultados con los reporteros y editores para mostrar las brechas y logros. El propósito es proporcionar una crítica constructiva a las organizaciones de noticias y utilizar la información para identificar los problemas y acciones para mejorar.

EL APUNTALAMIENTO IDEOLÓGICO DE LA INCIDENCIA CIUDADANA EN MEDIOS

El análisis de las estrategias de la incidencia ciudadana en medios refleja la adopción de enfoques pragmáticos que ven a la prensa dominante como un potencial aliado estratégico en la lucha representativa sobre la visibilidad de los problemas sociales.

Tal enfoque sugiere tres diferencias importantes entre la incidencia ciudadana en medios y otros movimientos mediáticos.

La primera, la incidencia ciudadana en medios no se basa en una crítica radical de los medios de comunicación dominantes. No sataniza a los medios de comunicación, sin embargo es crítica de la cobertura convencional de los problemas sociales y civiles. No es agonístico, sino que busca la colaboración con los medios de noticias y reporteros para que sean receptivos a los problemas sociales. No está imbuido por un pesimismo filosófico que niega la posibilidad de que la prensa dominante pueda circunstancialmente prestar atención a causas sociales. En cambio, propugna una perspectiva moderadamente optimista acerca de las posibilidades de transformar la cobertura de la prensa. No ve a la prensa dominante como una parcialidad inevitable en contra de los intereses sociales/civiles, sino que busca encontrar oportunidades en las organizaciones de noticias. Reconoce que no todos los temas pueden recibir cobertura adecuada debido a los intereses editoriales y sesgos profesionales de los periodistas. Pragmáticamente asume que debido a que los grandes medios (así como otros) siempre persiguen intereses particulares, es necesario estratégicamente encontrar oportunidades para adaptar el contenido. Se aproxima a los medios como una institución comercial y política que dependiendo de una cantidad de circunstancias puede poner el foco en los problemas sociales. Ve los medios de noticias como un

“

la incidencia ciudadana en medios elige incorporar una variedad de acciones mediáticas para promover sus causas, más que enfocarse en construir y mantener plataformas separadas del sistema dominante de los medios. Tal aproximación se basa en el reconocimiento de que la prensa dominante tiene alcance e influencia incomparables.

”

conjunto de arenas abiertas para discutir el contenido y los formatos y a las salas de prensa como propensas a reclamos temporales y contradictorios que crean o cierran oportunidades para introducir temas sociales. Aunque la incidencia ciudadana en medios aumenta la fuerza gravitacional de la sociedad civil sobre la prensa, esto no reconfigura sustancialmente los vínculos estructurales entre la prensa, el Estado y el mercado. No es una omisión casual, sino una decisión consciente de estrategias que se proponen cambiar los contenidos de las noticias, más que cambiar las prácticas fundamentales de los medios de comunicación dominantes.

La segunda diferencia, la incidencia ciudadana en medios elige incorporar una variedad de acciones mediáticas para promover sus causas, más que enfocarse en construir y mantener plataformas separadas del sistema dominante de los medios. Tal aproximación se basa en el reconocimiento de que la prensa dominante tiene alcance e influencia incomparables. Por lo tanto, los grupos de incidencia trabajan con medios de gran escala mientras conservan plataformas alternativas y autónomas para producir y difundir información. La incidencia ciudadana en medios no se propone derrocar las estructuras existentes. De hecho, los problemas de políticas en los medios están relativamente ausen-

tes o son una preocupación menor para estos grupos. La incidencia ciudadana en medios manifiesta esfuerzos aislados por cambiar los contenidos de los medios sin presentar mayores transformaciones en las estructuras políticas y económicas.

La tercera y última diferencia entre los grupos de incidencia ciudadana en medios y otros movimientos mediáticos se basa en la noción de problemas técnicos específicos más que apoyo partidista. La incidencia ciudadana en medios representa un sentimiento *post* partidista que se abstiene de los partidos políticos. Los grupos de incidencia ciudadana tienen el propósito de politizar problemas específicos para convertirlos en asuntos del debate y políticas públicas. Cuidadosamente presionan por asuntos que no estén muy identificados con agendas partidistas. De hecho, con frecuencia trabajan con varios partidos políticos para obtener visibilidad e interés de los responsables de la elaboración de políticas y para permanecer en la palestra. Los entrevistados a menudo se refieren a la incidencia ciudadana en términos de periodismo *no militante* o *no combativo*.

Las posibilidades de apoyo no partidista varían de acuerdo a la clase de temas. No todos los asuntos se prestan para convertirse en noticias políticas. Las políticas locales y nacionales específicas, así como posiciones editoriales de las organizaciones de noticias ofrecen diferentes oportunidades. El apoyo para la atención y las políticas para tratar la violencia doméstica o la muerte de niños pobres que viven en las calles generalmente confronta un grupo distinto de retos políticos de los que promueven los derechos al aborto o acceso gratuito a atención médica para personas con VIH/SIDA. Cada tema afecta de forma distinta numerosos intereses políticos. Poner el foco en un policía gatillo alegre puede ser problemático para las organizaciones de noticias interesadas en mantener relaciones amigables con los departamentos de policía. Dar cobertura al tema del aborto puede no ser importante para periódicos conservadores y de derecha. Las organizaciones de noticias pueden ser más receptivas a historias acerca de las consecuencias negativas de fumar cuando de viva voz un ministro de Salud condena la industria del tabaco.

LOGROS Y LIMITACIONES

La experiencia de incidencia ciudadana en medios indica que la prensa no está ine-

vitiblemente parcializada contra los intereses ciudadanos. Como resultado de la incidencia ciudadana en medios, muchas organizaciones de noticias han contribuido a elevar el perfil y la frecuencia de los artículos ciudadanos, especialmente sobre asuntos que tienen que ver con la población pobre y socialmente excluida y los derechos humanos (ANDI, 2006). También algunas organizaciones de apoyo han forjado un espacio para las noticias ciudadanas a través de la construcción de alianzas con las organizaciones de noticias, convirtiéndose en fuentes habituales.

Si concebimos la prensa como un campo heterogéneo permeable a la influencia de campos externos, la experiencia de la incidencia ciudadana en medios sugiere que los actores civiles pueden influir en el proceso de elaboración de noticias o *newsmaking*. Los medios de comunicación social conscientes y los grupos ciudadanos de periodistas bien informados han construido senderos para reconectar a la sociedad civil y la prensa. Son significativos los logros de la incidencia ciudadana en medios. La cobertura de noticias sobre violencia doméstica en Argentina y los asuntos de la infancia en Brasil y Colombia, problemas muy importantes en cada país, es distinta de lo que era hace unos años (Alfaro, 2008). La incidencia ciudadana en medios muestra que el público organizado es capaz de cuestionar la representación de los medios y ejercer influencia en las salas de prensa.

¿Cómo debemos interpretar el éxito de la incidencia ciudadana en medios?, ¿representa el fortalecimiento del tejido conjunto entre la prensa y la sociedad civil? De ser así, ¿implica que hay una reasignación de mayor poder fuera del Estado y los mercados?

Al cumplir las reglas y prácticas del periodismo profesional, la incidencia ciudadana en medios confirma el predominio de la *lógica mediática*. Los medios de comunicación de noticias tienen el sartén tomado por el mango en la configuración de las relaciones con los grupos ciudadanos. Los temas ciudadanos son cubiertos mientras satisfagan los criterios de noticiabilidad periodística y formatos de narración. Los periodistas deciden si alguna forma de información es noticia, cuándo publicar o transmitir, en cuál sección es más adecuado el contenido, etc. La *lógica mediática* también determina cuándo y donde se debe cubrir las demandas ciudadanas.

Sin embargo, sería incorrecto concluir que sólo la preocupación periodística determinará a qué tema o grupos dar cobertura. Las consideraciones acerca de los intereses del Estado y el mercado juegan un rol significativo en la configuración de las decisiones de la sala de prensa. Incluso cuando los periodistas comparten valores profesionales, son susceptibles a cómo las relaciones entre las organizaciones de noticias y un rango de actores externos puede afectar los contenidos de las noticias. Las consideraciones políticas tales como posiciones editoriales respecto al gobierno y funcionarios específicos, así como las relaciones personales entre los editores y los políticos afectan las decisiones noticiosas. Asimismo, los problemas económicos también son considerados en la selección de historias. Los arreglos económicos entre las organizaciones de noticias y los gobiernos y anunciantes, intereses financieros de los miembros del consejo editorial y/o las características de audiencias específicas también influyen en las decisiones de las noticias.

En casos en los que las organizaciones de noticias tengan distintas relaciones, tanto con los actores políticos como económicos, la *lógica mediática* no es rígida ni idéntica en las salas de prensa. Cuando algunas organizaciones de noticias se oponen abiertamente a los gobiernos o mantienen lazos diferentes con el sector empresarial, no hay una *lógica mediática* unificada que determine uniformemente el contenido de las noticias. Éste puede cambiar dependiendo de las fluctuaciones en las relaciones entre las organizaciones de noticias y los actores externos.

La *lógica mediática* influye en la elección del tema. No todos los temas ciudadanos y grupos tienen la misma oportunidad de ser noticia. Es difícil generalizar que los temas puedan encontrar aceptación o rechazo de las salas de prensa. Como regla general, es más probable que se ignoren o coloquen de lado los temas ciudadanos que enfrentan directamente poderosos intereses políticos y económicos. Dado el poder de la Iglesia Católica en la región, con frecuencia los periodistas son más cautelosos acerca de cubrir el tema de los derechos reproductivos que otros de la salud de la mujer, tales como la mortalidad materna o la prevención del cáncer. Asimismo, hay más posibilidades que los reporteros cubran la suerte de los niños huérfanos desplazados por la guerra civil en Colombia o el uso de niños en el tráfico de drogas en Brasil que el trabajo infantil en empresas poderosas. Puede ge-

nerar menos resistencia el dar cobertura al tema de la violencia contra la mujer por parte de sus parejas, como un problema general que dársele a las denuncias de violencia doméstica de algún funcionario poderoso en particular.

Asimismo, las consideraciones acerca de las audiencias también influyen en las noticias. Es más probable que los temas sociales que directamente afectan a las audiencias tengan una atención constante. Debido a que las audiencias, especialmente de los medios impresos, están inclinadas hacia poblaciones adineradas y blancas, sólo ocasionalmente las noticias de las múltiples dimensiones de racismo, desigualdades de clase o la exclusión de grupos indígenas obtienen atención; no hay preocupación por una cobertura permanente. Es menos probable que las enfermedades y condiciones de salud que afectan desproporcionadamente a las personas pobres (malnutrición, tuberculosis) tengan la misma atención que enfermedades cardiovasculares y obesidad que afectan a extensos segmentos de la población.

También, la *lógica mediática* determina nuevos esquemas. Los esquemas de solidaridad que presentan temas en términos de empatía con las poblaciones socialmente excluidas son más comunes que esquemas que presentan los temas como una cuestión de empoderamiento y derechos humanos. Aquí la diferencia es si presentar los temas civiles como asuntos políticos o no políticos. Muchas organizaciones de noticias publican secciones dedicadas a temas que afectan a los ciudadanos pobres y de la clase obrera en términos de caridad y responsabilidad social. Tales secciones publican regularmente, desde una perspectiva apolítica, una variedad de temas, tales como programas para personas discapacitadas y los bancos de comida (centros de ayuda alimenticia o *Food Bank*). El esquema apolítico significa armar la historia en términos de luchas de los ciudadanos para forcejear con el poder, lejos de los poderosos intereses políticos y económicos. En cambio, son distintas las posibilidades de encuadrar los temas sociales como políticos, debido a que se presentan como antagonistas de funcionarios públicos o enfrentamientos contra empresas poderosas. Estos temas no necesariamente están ausentes, pero son excepcionales los casos en los que los periodistas y las organizaciones de noticias asumen un compromiso político como el que se requiere. Por ejemplo, el periódico argentino *Página/12* habitualmente cubre el tema de la

salud reproductiva y la violencia doméstica en su *sección de mujeres* a través de esquemas que priorizan el empoderamiento y los derechos.

CONCLUSIONES

La experiencia de la incidencia ciudadana en medios supera la pregunta de si podemos discutir el fortalecimiento de las relaciones entre la *sociedad civil* y la *prensa* en términos generales. Ni la sociedad civil ni la prensa son campos unificados y homogéneos. La sociedad civil comprende grupos e intereses disímiles que no encajan en la *lógica mediática* de las organizaciones de noticias. Debido a que los intereses de la prensa dominante varían por historias específicas, la efectividad de los grupos ciudadanos para influir en la cobertura depende del tipo de demandas. Las oportunidades para comprometer a la prensa hacia la calidad y responsabilidad de la cobertura de los temas ciudadanos no son idénticas para todos los temas y públicos.

La incidencia ciudadana en medios también genera nuevas preguntas acerca de las posibilidades y estrategias para tender puentes entre la sociedad civil y la prensa. En este tema, los debates académicos tienen sus raíces en ambientes de escasez de medios que son sustancialmente diferentes a la abundancia de medios de hoy en día. Esta situación es la premisa de visiones *suma cero* acerca de las relaciones de la prensa con el Estado, el mercado y la sociedad civil. Si el mercado gana terreno es a expensas del Estado y la sociedad civil; si el Estado se hace más influyente es porque le quita poder a la sociedad civil y el mercado. Tal perspectiva puede ser limitante para captar las relaciones entre la prensa y otros actores en un amplio paisaje de noticias. El lanzamiento de nuevas secciones y segmentos en los medios impresos y audiovisuales, unido a la proliferación de sitios Web en Internet, estaciones de radio y canales de televisión por cable, ha llevado a la explosión de medios de difusión. Un ambiente multinivel y diversificado de los medios de comunicación, con una demanda constante de contenidos, amplía oportunidades para crear las noticias. En principio, esto trae oportunidades para diversificar el contenido, incluida la cobertura de una amplia gama de voces y temas ciudadanos. En tiempos de abundancia de medios, los sistemas contemporáneos hacen espacio para la entrada de los gru-

“

Ni la sociedad civil ni la prensa son campos unificados y homogéneos. La sociedad civil comprende grupos e intereses disímiles que no encajan en la lógica mediática de las organizaciones de noticias. Debido a que los intereses de la prensa dominante varían por historias específicas, la efectividad de los grupos ciudadanos para influir en la cobertura depende del tipo de demandas.

”

pos ciudadanos en formas que eran más difíciles en el pasado.

Sin embargo, es posible que la ganancia de los grupos ciudadanos no haga que los Estados y mercados sean automáticamente menos relevantes. La incidencia ciudadana en medios sugiere que las voces ciudadanas pueden ganar presencia sin instigar a una mayor reorganización de las relaciones de poder. No puede evaluarse el impacto de la incidencia ciudadana en medios principalmente o sólo en términos de cantidad de artículos. Es posible expresar una amplia gama de intereses ciudadanos en algún lugar del enorme paisaje emergente de medios de comunicación. En cambio, la pregunta es qué temas son cubiertos de manera adecuada y exhaustiva por los medios de comunicación dominantes que ordenan atención de los tomadores de decisiones claves y las grandes audiencias. No es simplemente acerca de si hay oportunidades para la expresión ciudadana, sino, saber si la presencia de las voces ciudadanas está en las principales noticias.

El reto sigue siendo determinar cómo ganan cobertura de prensa los temas que no son centrales para la lógica del mercado de las organizaciones de los medios y que afectan desproporcionadamente a la población. A medida que las organizaciones dominantes prioricen los lazos con las

élites políticas y los intereses del mercado, es difícil el apoyo de los medios a temas que amenacen directamente esos intereses. Así, varían los logros de la incidencia ciudadana en medios para reconectar los intereses ciudadanos y la prensa, dado que en relación a la prensa dominante, no todos los públicos e intereses están posicionados de manera similar para ser igualmente exitosos. La incidencia ciudadana en medios proporciona lecciones invaluable para entender cómo movilizar al público para que pueda comunicarse de manera efectiva con los principales medios, ganar visibilidad y transformar la cobertura de noticias con las limitaciones de los sistemas de prensa, aún bajo fuerte influencia del Estado y el mercado.

■ Silvio Waisbord

Profesor de la Escuela de Medios y Asuntos Públicos de la Universidad George Washington (EE.UU)

REFERENCIAS

- ALCALAY, R. y MENDOZA, C. T. (2000): *Proyecto COMSALUD: Un estudio comparativo de mensajes relacionados con salud en los medios masivos latinoamericanos*. Washington, DC: Pan American Health Organization.
- ALFARO, R.M. (2008): *Monitoreo Latinoamericano: Desde lo Real a lo Imaginario*. Lima: Calandria.
- ____ (2005): *Hacia Nuevas Rutas Éticas en Nuestros Medios* Lima: Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social.
- ANDI (2006): *Facing the Challenge: Children's Rights and Human Development in Latin American News Media*. Brasilia: ANDI.
- ____ (2003): *Crianças Invisíveis: O Enfoque da Imprensa sobre o Trabalho Infantil Doméstico e Outras Formas de Exploração*. São Paulo: Cortez.
- ARENAS, W. et al (2003): *El Conflicto Armado en las Páginas de El Tiempo*. Bogotá: El Tiempo.
- BONILLA VÉLEZ, J. y GÓMEZ, C. (2006): "Medios de comunicación y violencias en América Latina". En: *Controversia* 187, http://www.cinep.org.co/revistas/controversia/controversia187/art06_mediosdecomunicacion.pdf
- BRYSK, A. (2000): *From Tribal Village to Global Village: Indian Rights and International relations in Latin America*. Stanford: Stanford University Press.
- CURRAN, J. (2002): *Media Power*. London: Routledge.
- DA ROCHA, A. (1995): *Saude & Comunicação: Visibilidades e Silêncios*. São Paulo: Hucitec/Abrasco.
- DAHLGREN, P. (2008): *Media and Civic Engagement: Citizens, Political Communication, and Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- DE OLIVEIRA, F. (1996): *Democracia, Meio Ambiente e Jornalismo no Brasil*. São Paulo: Edusp.
- DIANI, M. y BISION, I. (2004): "Organizations, coalition, and movements". En: *Theory and Society* 33: pp. 281-309.
- ECKSTEIN, S. (1989): *Power and Popular Protest: Latin American Social Movements*. Berkeley: University of California Press.
- ESCOBAR, A. y ALVAREZ, S. (1992): *The Making of Social Movements in Latin America*. Boulder, CO: Westview.
- FRASER, N. (1997): *Justice Interruptus: Critical Reflections on the "Post-Socialist" Condition*. New York. Routledge.
- GILL, J. y HUGHES, S. (2005): "Bureaucratic Compliance with Mexico's New Access to Information Law". En: *Critical Studies in Media Communication* 22(2): pp. 121-137.
- GONZAGA MOTTA, L. (2008): "E agora? Urgente colocar o social no centro da pauta jornalística, in Agência de Notícias dos Direitos da Infância" (ed.). *Políticas Públicas Sociais e os Desafios para o Jornalismo (Social Public Policies and the Challenges for Journalism)*. São Paulo: Cortez.
- GUEDES, O. (2000): "Environmental issues in the Brazilian press". En: *Gazette: International Journal for Communication Studies*; 62 (6): pp. 537-555.
- GUTIÉRREZ COBA, L. et al. (2007): "La prensa como creadora de estereotipos sobre los reinsertados y el proceso de paz en Colombia". En: *Palabra Clave*, 10: 2.
- HALLIN, D. C. (2000) "Media political power, and democratization in Mexico". En: J. Curran and M. Park (eds.), *De-Westernizing Media Studies*. London: Routledge.
- HILGARTNER, S. y BOSK, C. L. (1988): "The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Mode". En: *American Journal of Sociology* 94(1): p. 53.
- HUESCA, R. y DERVIN, B. (2006): "Theory and Practice in Latin American Alternative Communication Research". En: *Journal of Communication* 44(4): pp. 53-73.
- HUGHES, S. y CHAPPELL, L. (2005): "The Barriers to Media Opening in Latin America". En: *Political Communication* 22 (1): pp. 9-25.
- JUKOFSKY, D. (2000): "El periodismo ambiental: Una especie en extinción". En: *Chasqui* 70. <http://www.comunica.org/~chasqui/jukofsky70.htm>
- LARRAIN, S. y VALENZUELA, A. (2004): *Televisión y ciudadanía. (Television and citizenship)* Santiago: Fucatel.
- LUFT, S. (2005): *Jornalismo, Medio Ambiente e Amazonia: Os Desmatamentos nos Jornais. (Journalism, Environment, and the Amazon: Deforestation in the Press)*. São Paulo: Annablume.
- PEDRAGLIO, S. (2005): "Agendas distantes: Los medios de comunicación y los partidos políticos en la Región Andina". En: *Democracia en la Región Andina, los telones de fondo*. IDEA.
- Periodismo Social (2004). *Niñez y Adolescencia en la Prensa Argentina*. Buenos Aires: Periodismo Social.
- RAMOS, S. y PAIVA, A. (2007): *Mídia e Violencia: Novas Tendencias na Cobertura de Criminalidade e Segurança no Brasil*. Rio de Janeiro: CESEC.
- RODRÍGUEZ, C. (2001): *Fissures in the Mediascape. An International Study of Citizens' Media*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- SKIDMORE, T.E. (1993): *Television, Politics and the Transition to Democracy in Latin America*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- YASHAR, D. (2005): *Contesting Citizenship in Latin America: The Rise of Indigenous Movements and the Postliberal Challenge*. Princeton: Princeton University Press.