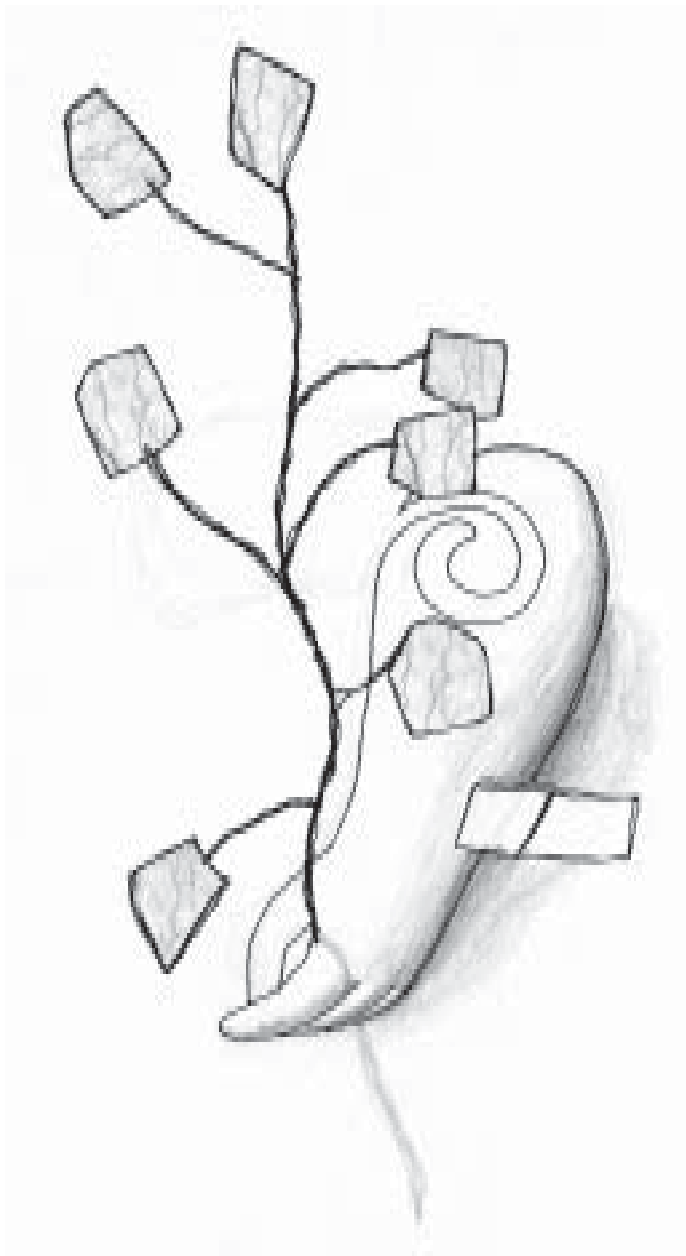


**IV ENCUENTRO REGIONAL ANDINO -FELAFACS-  
Arequipa, septiembre 28,29 y 30 de 2005  
Demandas y posibilidades de la televisión, la radio y la prensa local**

# Siete retos de los medios locales

## *Resumen*

La autora plantea y realiza un análisis de los siete retos más importantes para los medios locales en el mundo actual. Ponencia presentada en el cuarto Encuentro Regional Andino de FELAFACS, Arequipa, Perú, septiembre de 2005.



**Por Ana María Miralles  
Castellanos**

El tema de este encuentro académico convocado a partir del tema de lo local en medio del intenso despliegue de las estrategias que respaldan la globalización neoliberal tiene para mí un enorme sentido y espero que también lo tenga para ustedes. En época de los monopolios empresariales a los cuales no escapan los medios de comunicación, en medio de grandes cadenas y emporios que poseen radios, prensa y televisión, plantearse el tema de los retos para los medios de comunicación en el ámbito local contiene en sí mismo toda una apuesta. Volver a lo pequeño sin perderse en ello pasa indudablemente por el reconocimiento del enorme peso de la cultura en el mundo de hoy y también por el terreno de la confrontación política. Cuando los lazos globales están tan imbricados con las economías locales, cuando las decisiones políticas tienen repercusiones extraterritoriales, cuando el territorio a la vez ha dejado de ser un referente fuerte de las relaciones políticas y económicas, volver a lo local significa más que una huida una recuperación del sentido de las relaciones a escala humana y colocar en la agenda nuevamente viejos temas como el de la calidad de vida, la convivencia, la recreación, el medio ambiente y la participación ciudadana. Además significa una reintegración del espacio público local. Como lo señalan los investigadores colombianos Fabio Velásquez y Esperanza González "frente a la hegemonía de valores universalistas lo local 'protege' los particularismos de base territorial, crea sentidos de pertenencia y propicia formas incluyentes de integración sociocultural, es decir, que respetan la diversidad"<sup>1</sup>. En términos de calidad de vida el enfoque desde lo local significa una re-politización del espacio público para pensar los grandes temas de agenda tales como el Tratado de Libre Comercio que justo por estas épocas se negocia entre los países andinos y Estados Unidos. Un asunto de la globalización que tiene repercusiones negativas para nuestros agricultores frente a los productores que reciben subsidios y hasta para la salud pública por las restricciones a los medicamentos genéricos para preservar las patentes de los laboratorios norteamericanos. Y como lo local no es solamente lo urbano, en los grandes centros de decisión urbanos se están tomando alternativas que desfavorecen a los campesinos. En los ámbitos nacional e internacional se están adoptando políticas que van a afectar directamente

las posibilidades de acceder a la salud a buena parte de los ciudadanos de nuestros países. No es una abstracción, es una realidad. Tomo el ejemplo del TLC porque me parece muy adecuado para ilustrar la tensión entre la ofertas de la globalización de corte neoliberal que estamos viviendo y las expectativas de vida de los ciudadanos de a pie, que incluso los toca no solamente a ellos sino a gremios enteros como el de los cerealeros, arroceros, o caficultores y de paso a muchas familias. Dijo ya hace tiempo lúcidamente John Dewey que *lo público* se identifica por las consecuencias, más que por las causas de las decisiones que se toman<sup>2</sup>. Entonces vale la pena preguntarse nuevamente cuáles son los retos para los medios locales en un contexto que algunos han señalado de debilidad de lo público y de predominio de intereses particulares.

La oscuridad periodística en la cual se mantiene lo local, obnubilada por los destellos de los grandes temas que narran los noticieros recuerda un pequeño relato revelador que trae a colación Charlotte Joko Beck : "Hay una historia Sufi sobre un hombre que perdió sus llaves en el lado oscuro de la calle y cruzó al otro lado para buscarlas debajo de un poste de luz. Cuando un amigo le preguntó por qué buscaba alrededor del poste de luz y no donde se habían perdido las llaves, el hombre respondió: 'Busco aquí porque hay más luz' "<sup>3</sup>.

Muchos televidentes, lectores y radioescuchas también buscan donde hay más luz y no necesariamente donde está la información que necesitan. ¡Y de luces está llena la información espectacular!

Hay que decir algo más antes de entrar en el tema que nos han propuesto: aún en tiempos de Internet, cuando lo lejano nos resulta más próximo que antes, pensar en lo local necesariamente tiene otras dimensiones.

Lo que quiero decir es que cualquier cosa que pensáramos que era lo local ayer, hoy sigue siéndolo pero de manera diferente. Es una idea de lo local que se caracteriza no por su "etnocentrismo" sino por la apertura y que de cierta forma tiene que vivir en medio de tremendas incertidumbres de modo tal que hay que aceptar que el meollo del asunto está en *las*



1 Velásquez, Fabio y González, Esperanza. ¿Qué ha pasado con la participación ciudadana en Colombia?. Bogotá: Fundación Corona, 2003. p. 74.

2 Dewey, John. La opinión pública y sus problemas. Madrid: Ediciones Morata S.L., 2004. pp 59-77.

3 Joko Beck, Charlotte. La vida tal como es. Bogotá: Norma, 1995. p. 142.

*interacciones y no en los territorios.* Esa visión es la que quizás ha faltado en medios locales que en el pasado creyeron o siguen creyendo que su misión es defender a ultranza los valores fundadores, las tradiciones o enarbolar los emblemas de lo autóctono a la hora de pensar en sus responsabilidades con lo más próximo. Lo paradójico es que aún desconocen a sus ciudadanos. Catalogados como audiencias o como una entidad abstracta, diría que hoy una de las fallas más graves del periodismo local es el desconocimiento de los ciudadanos concretos, de carne y hueso, no esos que nos acostumbramos a imaginarnos cuando nos sentábamos a escribir para ellos buscando finalidades de éxito en la *recepción* del mensaje. Y un error más grave ha consistido en que creemos saber lo que ellos piensan, así que para qué acercarnos a ellos, cuando el editor nos pide que vayamos a la rueda de prensa del Alcalde. No se puede dejar de reconocer que el ciudadano del común es literalmente el último en la cadena de la construcción del mensaje periodístico. En eso nada ha cambiado la metáfora de la "cascada" descrita por Karl Deustch al analizar el proceso de formación de la opinión pública: elite-gobernante-medios de comunicación-población. El agua de la cascada cae en forma descendente y el proceso muestra que unos son los influyentes y otros los influidos. Sin embargo, es bueno recordar cómo los salmones nadan a contracorriente, aún aguas arriba, cuando van a deshojar.

## Los retos

De entre otros posibles he querido concentrarme en los que me parecen los siete retos más importantes para los medios locales en los tiempos que corren.

### 1. Rescatar el sentido de lo público

Pensar en la relación entre lo público y los medios de comunicación, es pensar a un tiempo en la opinión pública y en la responsabilidad que tienen los medios y la comunicación en general, en la construcción de lo público democrático. Es pensar en la opinión pública porque solamente con la existencia de ella como una esfera autónoma e ilustrada es posible una relación madura con los medios de comunicación que permita evidenciar la existencia de una interlocución con la sociedad, para que más allá de la figura del consumidor pasivo de informaciones emerja el ciudadano.

Y es pensar también en las relaciones entre la comunicación y lo público de tal modo que la democracia sea comprendida como un proceso de

consolidación de *cultura política*, es decir, para que la democracia no siga siendo un concepto restringido al ejercicio del poder sino que sea entendida como cultura.

Lo público suele resultar muy abstracto para el ciudadano pero lo puede comprender mejor en el ámbito de lo local. De hecho es en este ámbito en donde cotidianamente se debilita o fortalece lo público. No en vano todo el desarrollo de nuestra línea de trabajo en la Universidad Pontificia Bolivariana desde el proyecto Voces Ciudadanas, que trabaja con la perspectiva del periodismo público, se ha hecho en lo local sobre varios ejes que no se reducen solamente a la participación ciudadana porque poner el sentido de lo público en el periodismo únicamente desde la perspectiva de esa participación sería insuficiente.

Por lo tanto es necesario vincular los otros elementos que hacen parte de una caracterización de lo público<sup>4</sup>:

**La visibilidad:** en el sentido tradicional, hacer visible lo que hace el poder. En un nuevo sentido que se añade, es dar visibilidad a otras voces y actores de la vida urbana susceptibles de ser portadores de discurso público.

**El acceso:** lo mejor del periodismo informativo que posibilita a muchos conocer lo que otros hacen, sigue siendo clave en la posible formación de públicos. A la noción tradicional de *acceso*, se suma una nueva visión que llevaría a otros a participar en la construcción de la agenda de temas cotidianos en los medios y a considerar que en sus puestos directivos pueda haber representantes de los ciudadanos del común. Particularmente difícil en el sistema creciente de propiedad privada de medios, no obstante este es un punto que debe seguir siendo discutido porque la propuesta democratizadora del periodismo público no puede desconocer la estructura empresarial de los medios de comunicación.

**Lo colectivo:** entendido como de interés o de utilidad común. Más allá y sin menospreciar los temas comunes de conversación, el periodismo cívico avanza hacia el diseño de una agenda pública democrática en sus procedimientos y contenidos, mediante el debate abierto.

4 Miralles, Ana María. ¿Y dónde está lo público? En: Voces Ciudadanas, Una idea de periodismo público. Medellín: Editorial UPB, 2000. pp 46-47.

Desde hace un tiempo se venía afirmando que los medios de comunicación son el ágora o la nueva plaza pública<sup>5</sup>, lo cual no ha pasado de ser más que una metáfora un poco forzada. La dramática confusión entre lo *público* y lo *publicable* permitió que se aceptara muy a la ligera esta expresión, despojándola de toda connotación y responsabilidad políticas. La varita mágica de los medios convertía al sapo en príncipe con sólo tocarlo con sus cámaras y micrófonos. Lo publicable triunfó sobre lo público.

Por lo tanto aquí el reto es doble: por un lado se trata de pensar en la contribución del periodismo a la creación o ensanchamiento del espacio público, y por otro, se trata de pensar los medios como escenarios para el debate público con las exigencias propias de la cultura de masas caracterizada por la amplia presencia de los medios de comunicación en la vida de la gente.

En el primer caso los medios deben comenzar por re-situarse el papel de la política. Es más: deben re-situarse ellos mismos frente a la política y hacerlo especialmente desde el ámbito local. Después de haber contribuido con tanto entusiasmo a su descrédito, finalmente el periodismo debe reconocer que por ejemplo los partidos políticos son las más importantes de las instancias mediadoras de la institucionalidad democrática.

En Colombia el triunfo de la izquierda en la alcaldía de Bogotá y de otros candidatos afines en ciudades principales del país debería permitir que el discurso periodístico por primera vez reconozca y aliente esas diferencias de opinión en lugar de polarizar los ánimos o montarse ciegamente en el tren uribista. Colombia vive un momento apropiado para afrontar con madurez política lo que ya fue refrendado en las urnas. Era lógico esperar que los medios de comunicación estuvieran a la altura del reto. Este ejemplo muestra gráficamente cómo en el poder político local podemos encontrar las claves para reinventar el periodismo, para hacerlo más cercano al interés público y por lo tanto a los ciudadanos.

En cuanto a la disposición de los medios como escenarios para el debate público, es una consecuencia de re-situarse ante la política. Significa que nuevos actores podrían circular sus mensajes por los medios

y que además éstos no serían tan timoratos a la hora de aceptar que uno de sus principales cometidos es el de alimentar la polémica pública, no por medio del escándalo que revienta un día y muere a la semana siguiente, sino gracias a la controversia sostenida sobre los temas más importantes de las agendas. Siempre ha sido fácil reconocer que los medios han tenido la habilidad de lograr la atención sobre ciertos asuntos, pero han sido incompetentes para sostener las controversias.

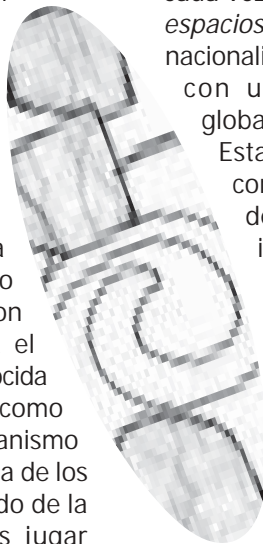
## 2. Contribuir a la construcción de ciudadanía

Una nueva preocupación surge ahora que entre periodistas se ha vuelto cada vez más popular la invocación de la ciudadanía. Muchos, incluidos algunos académicos, lo hacen como eslogan y sin asumir todas las implicaciones de esta figura. Una cosa sigue siendo cierta: los medios son poderosos mecanismos de socialización...y no solamente de los niños. ¡También de los adultos! Uno de los temas más fuertes que deben enfrentar los periodistas, especialmente en el ámbito local, es el de la comprensión de la condición de ciudadanía, más allá de un sujeto que es mencionado en los medios y trascender los análisis de contenido que contabilizan cuántas veces aparece la palabra ciudadanía o ciudadano. Es necesario hacer frente a la ceguera periodística frente al tema, que entiende la ciudadanía como una categoría unívoca, fija. Hay una reflexión pendiente sobre el hecho de que el tipo de periodismo que se ejerce depende del tipo de ciudadano al que se quiere apuntar. Vivimos en la perplejidad entre el ciudadano político prototipo de la modernidad ilustrada y el del perfil participativo del republicanismo cívico, sin atender a los modelos políticos en los que ambos se insertan, como si fuera una decisión desligada del contexto sociopolítico. La primera pregunta que deberíamos hacernos en el ámbito local sobre el problema de la ciudadanía en nuestros países es cómo con el grado de ilegitimidad y en medio de la cultura de la ilegalidad, podemos recomponer la figura del ciudadano. Cómo recomponer esa figura si no hay un acuerdo sobre la obediencia a las leyes, si hecha la ley hecha la trampa, si a nombre de la democracia hordas de ciudadanos azuzados por la radio corren por las calles para pedir la salida de presidentes, sin utilizar los canales políticos, creyendo que el cambio es posible por medio de revoluciones imposibles, inorgánicas, desarticuladas, lo más parecido a jaurías que se toman las calles de la ciudad. La vía revolucionaria existe aún en la mente de algunos pero lo que hoy reclama la historia es el cambio, quizás radical como lo señaló Vattimo en una reciente visita a Colombia, pero organizado y que utilice canales

5 Esas ideas fueron desarrolladas por mí en el artículo La Comunicación hoy. Revista Foro # 50. Bogotá: Ediciones Foro Nacional por Colombia, Junio de 2004. pp 100-107.

democráticos. Pretender que el problema de la construcción de la democracia es salir galopantes a las calles o soltarles los micrófonos a la gente es como querer tocar piano sin conocer la escala musical. La segunda preocupación que debemos formularnos es si estamos reivindicando un ciudadano republicano cívico, entonces tenemos que ser consecuentes con lo que esto implica. ¿Cómo hacer que encaje ese tipo de ciudadano en una propuesta liberal del periodismo vigente? El ciudadano liberal es radicalmente diferente del republicano cívico, porque está situado en el ámbito de lo privado, uno de sus ejes es la defensa de los derechos individuales y no hace de la participación política algo central. Por el contrario en el republicanismo cívico, la condición de ciudadanía está ligada a la participación política como elemento constitutivo de la soberanía<sup>6</sup>. Las nociones de igualdad son diferentes en ambos casos. Mientras para el liberalismo es una igualdad en abstracto reconocida para un todo homogéneo y para cada uno como parte de ese todo homogéneo, en el republicanismo se reconoce la igualdad en la condición pública de los ciudadanos. Nuestro periodismo está derivado de la concepción liberal y por eso no podemos jugar caprichosamente con la categoría de ciudadanía. A todas estas aparece el multiculturalismo con el reconocimiento de las diferencias como un rasgo distintivo de las democracias contemporáneas. ¿A cuál de todos estos perfiles de ciudadano nos estamos dirigiendo? ¿Y qué perspectiva periodística se debe adoptar para ese perfil? Mejor aún: teniendo en cuenta el predominio del mercado como regulador de la vida política y social que estamos padeciendo, ¿de cuál ciudadanía estamos hablando? Con un tipo de periodismo que se ha adaptado plásticamente a las exigencias del mercado, ¿qué expectativas reales podemos tener sobre el ciudadano? ¿Quizás la del ciudadano que se construye desde el consumo como lo analiza Néstor García Canclini? ¿Entonces a qué me refiero cuando planteo que uno de los retos del periodismo local es contribuir a la construcción de ciudadanía? Mi primera respuesta no exenta de incomodidades apunta al ciudadano prototipo de la democracia radical. La democracia radical supone una radicalización de las condiciones del liberalismo político, representa una recomposición de las relaciones entre igualdad y diferencia (Mouffe y radicaliza los aspectos centrales de los presupuestos

democráticos. El liberalismo democrático ha sido objeto de críticas y de reformulaciones, entre ellas el entendimiento del ciudadano como una figura activa y especialmente la aceptación de los disensos como parte central de la vida democrática. El tercer tema importante en lo tocante al ciudadano tiene que ver con el problema de las identidades. Se trata de entender que en el ámbito local los medios deben ser cada vez más *espacios de re-conocimiento que sólo espacios para noticias*. Con el antecedente de los nacionalismos hoy el tema de las identidades aparece con una nueva cara. En un panorama de globalización no aparece vinculado a la idea del Estado-Nación (aunque algunos sueñan incluso con volver a la ciudad-estado tras el alboroto de los nacionalismos de viejo cuño al caer el imperio soviético), está relacionado con una noción más dinámica, no etnocéntrica, no exclusivamente étnica y sobre todo pluralista. Además, no está pensada en el marco de un territorio físico sino más de territorialidades simbólicas, habla de diferentes sentidos de pertenencia a todo tipo de agrupaciones, causas e intereses aún en medio de las paradojas cuando se habla de lo local: ya no es central el territorio, pero cuando se invoca lo local se está hablando dentro de los marcos de un territorio. Las identidades son una forma de estar en la ciudad, en la localidad y marcan el tipo de vinculación con lo público. Ya no estamos hablando de oficios como en las sociedades de pequeña escala del pasado en que se reconocía al zapatero, al panadero o al escritor. Estamos hablando de sujetos que se distinguen por adscripciones que pertenecen al campo de la cultura y no hablamos de una identidad sino de múltiples identidades. Una de las tareas centrales del periodismo local hoy consiste en la visibilización de esas identidades, de esas formas de estar y de apropiarse del entorno, de sus malestares y sus demandas. Creo que el arte del periodismo no se reduce solamente a tramitar datos o informaciones. Ese es quizás uno de los asuntos más problemáticos en el periodismo: no reconocer que el asunto es algo más que informar y que ese algo más no es moralizar ni pontificar sobre lo divino y lo humano, sino abrir espacios para que mediante estrategias de observación más refinadas y quizás más antropológicas y sociológicas, se visibilicen los actores de la vida social. Esas estrategias de observación incluyen la entrevista en profundidad, la historia de vida, la conversación colectiva e individual y especialmente, poner en juego la capacidad de escucha del periodista. Pero sobre todo, desarrollar una visión del contexto, más que plantearse el reto de



6 Colom, Francisco. Razones de identidad. Pluralismo cultural e integración política. Barcelona: Anthropos, 1998. p. 79.



hacer un gran reportaje, escudriñar en las formas del rebusque como la figura del indigente que hace de agente de tránsito en la esquina dándole vía a los vehículos y cobra por eso monedas a los conductores. Y ¿por qué los periodistas tienen que escribir en libros lo que sería un trabajo del periodismo cotidiano o renunciar a sus medios para hacerlo? Eso no refleja más que la incapacidad de lectura de la realidad más próxima. Un cuarto interrogante en torno a la cuestión de la ciudadanía está relacionado con la participación. Ahora que cada vez más la participación aparece como eslogan de los gobiernos y de los medios de comunicación es necesario situar el tema de la participación en relación con la actividad periodística. En primer lugar, es verdad que la participación sobre lo local es mucho más dinámica por parte de la ciudadanía. Pero, ¿qué se entiende en el periodismo por participación? ¿La acción cívica? ¿El periodismo como sustituto de la política? ¿El ciudadano como sustituto del gobierno? ¿Dejarle el micrófono a los ciudadanos? Desde nuestra experiencia de 7 años con el periodismo público hemos situado el problema de la participación en el campo de la opinión pública y no en el de la acción y de la negociación política. La distinción no es de poca monta. La función crítica de la opinión pública no ha perdido su vigencia. Sin embargo hay ciertas visiones que promueven el autogobierno, que la gente solucione los problemas de seguridad por su propia cuenta privatizando un bien colectivo puro cuya responsabilidad sigue recayendo en el Estado. Es posible que hoy tengamos más de participacionismo que de participación, es decir, más de movilización o de exhibición que de autonomía. Estudiosos de la participación ciudadana distinguen al menos cuatro tipos de participación: política (con fines públicos), ciudadana (en lo público pero con fines particulares), social (reivindicación de intereses colectivos) y comunitaria (defensa de intereses para mejorar el hábitat y las condiciones de vida)<sup>7</sup>. La participación en la práctica no ha sido bien aprovechada. Se escucha hablar de periodismo ciudadano, con la gente del común como productora de las informaciones, de periodismo de intermediación en el que los periodistas asumen el rol político de tramitadores de demandas (función que cumplen las instancias mediadoras como los partidos políticos), incluso de precursores del periodismo cívico quienes como periodistas han hecho gestión política gracias al poder de los micrófonos y no



de mejorar los niveles de información con que los públicos ciudadanos autónomamente y sin paternalismos puedan formarse un juicio crítico sobre los asuntos públicos y aún sobre el problema de los medios de comunicación. Prácticas ciudadanas marcadas por el afán de resultados, por el ritual de la consulta de las opiniones de la gente del común, por la solución de problemas y que olvidan el principal terreno de disputa: las agendas. ¡Y la condición de autonomía!

### 3. Evidenciar los públicos y los contra-públicos

Una de las formas de trabajar el tema de las identidades con perspectiva cultural y política es el que se puede desarrollar desde lo que ha formulado teóricamente Nancy Fraser<sup>8</sup>. En su crítica a la concepción centralista y homogénea de la esfera pública burguesa en Habermas, Fraser formula cuatro críticas claves: 1. Que los interlocutores en la esfera pública no pueden deliberar como si fueran iguales sino que deben deliberar *desde y sobre las diferencias*; 2. Que la multiplicación de públicos en competencia no debilita la esfera pública y que por lo tanto favorecen a la democracia; 3. No sólo los intereses públicos sino los intereses privados hacen parte de la deliberación sobre el bien común; 4. La esfera pública democrática no exige una radical separación entre la sociedad civil y el Estado. A una esfera pública central le añade las esferas públicas periféricas en donde surgen los públicos de diversa índole y los contra-públicos. Así como los públicos se configuran en torno a problemas y desacuerdos y aceptan discutir desde las diferencias<sup>9</sup>, los contra-públicos corresponden a lo que Fraser ha llamado públicos subalternos que construyen contra-discursos y formulan interpretaciones propias de sus identidades, intereses y necesidades<sup>10</sup>, además de que desarrollan sus propias estrategias de comunicación para visibilizarse en la

7 Velásquez, Fabio y González, Esperanza, Op.Cit., p. 60. Los autores citan a Nuria Cunill. Participación ciudadana. CLAD. Caracas, 1991.

8 Fraser, Nancy. *Iustitia Interrupta. Reflexiones críticas desde la posición postsocialista*. Bogotá: Universidad de los Andes, 1997. Pp- 95-133. He citado ya a dos autoras feministas como Mouffe y Fraser. Esto no es indicativo de una predilección por el enfoque feminista. Lo que creo es que la postura feminista le ha permitido a estas académicas hacer hallazgos importantes en sus trabajos investigativos, los cuales no son centralmente reivindicativos de la condición de la mujer.

9 Price, Vincent. *Opinión Pública*. Barcelona: Paidós, 1994. p. 42.

10 Fraser. Op.cit., p. 115. La autora reconoce que también hay contra-públicos antidemocráticos y anti-igualitarios y que ponen en marcha procesos de exclusión y marginación.

esfera pública central. En nuestros ámbitos locales, estoy segura, hay muchos públicos subalternos que no han alcanzado esa visibilidad. No es una tendencia posmoderna del todo se vale. Se trata de contra-públicos que no son aislacionistas, no son guetos y sus pretensiones no son separatistas aunque necesiten comportarse como enclaves al momento de construir sus identidades, pero su aspiración es entrar en interacción en la esfera pública central porque se sienten parte de ese espacio más amplio. Hay ahí un abanico de identidades en construcción y permanente transformación. Creo que hoy el periodismo local debería comenzar a rastrear esos contra-públicos, conocer sus discursos, sus estrategias comunicativas, visibilizar sus procesos en relación con lo público. Los contra-públicos, así como los públicos son esos grandes sectores sociales excluidos de la información periodística en aras de “cubrir” (nunca tan bien dicho) desde la oficialidad lo que sucede. Ese es y ha sido un periodismo de instituciones, pero no un periodismo del acontecer social.

#### 4. Trabajar por una cultura del pluralismo

Chantal Mouffe en la introducción a un libro suyo de reciente publicación<sup>11</sup> desarrolla una interesante reflexión sobre el tema de la paradoja inherente al concepto mismo de democracia liberal, en el sentido justamente de que versiones como la de la democracia deliberativa –que dicho sea de paso, tanto invocamos en el periodismo público-, ponen demasiado énfasis en la búsqueda de los consensos, ocultando la imposibilidad de conciliar las dos lógicas y los principios que las sustentan: la del liberalismo (con el respeto de la libertad individual) y la de la democracia (con su defensa de la igualdad, la identidad entre gobernantes y gobernados y del principio de la soberanía popular). Su noción del *pluralismo agonístico* nos remite a una realidad plena de heterogeneidades y asimetrías, a la agudización de los conflictos, pero no bajo la noción de amigo/enemigo de Carl Schmidt, sino según la idea de adversarios que comparten el mismo campo simbólico pero que mantienen sus diferencias de manera civilizada. “El *antagonismo* es una lucha entre enemigos, mientras que el *agonismo* es una lucha entre adversarios” que comparten la adhesión a las claves de la democracia liberal: libertad e igualdad<sup>12</sup>. Esto implica incorporar el conflicto como elemento constitutivo de la democracia y no tratar de erradicarlo con propuestas autoritarias y en el ámbito local, en

donde realmente la democracia se vive o no, superar los modelos comunicacionales que pretenden eliminar los desacuerdos y mostrar que todo anda bien. ¿No sería legítimo pensar que se necesita un periodismo posliberal que extienda la noción del pluralismo político al terreno de la cultura y del reconocimiento, que entienda que su papel es mostrar sin miedo los disensos sin llegar al estado de fragmentación y disolución? Hay que insistir en que con el modelo liberal de la información es difícil seguir creyendo en una ciudadanía activa, deliberante y que participe de las decisiones colectivas. Es una contradicción en los términos. Los disensos describen mejor a la democracia que los consensos. Esto hay que recordarlo cuando los medios y las sociedades se han vuelto tan consensualistas, por encima incluso de la democracia.

Sería un periodismo posliberal porque:

- Va más allá de la información.
- Admite la existencia de diversas y asimétricas esferas públicas aunque referidas a una esfera pública central.
- Admite el pluralismo agonístico de que habla Mouffé, aquel para el cual no hay que buscar remedio.
- La participación ciudadana no es solamente sobre los asuntos públicos sino sobre la propia agenda de los medios.

Desde la lectura de **La paradoja democrática** de Chantal Mouffe es difícil sustraerse a la idea de que quienes pretendimos por mucho tiempo estar contribuyendo a la construcción de Opinión Pública democrática con proyectos de intervención como el del periodismo público de Voces Ciudadanas, no le hemos prestado suficiente atención al tema de los **disensos**. Es verdad que establecimos la figura de la *polifonía de voces* como estrategia de concepción de los temas y técnica de reportería en la cual no se trata de aislar a un ciudadano para entrevistarle sino de hacer las voces más integrales mediante la investigación de posiciones sobre los temas, el lugar social antropológico y técnicas como la de las conversaciones ciudadanas. Pero en nuestro intento de desprendernos de la visión estadounidense del periodismo público activista que coloca a los periodistas y a los ciudadanos no pocas veces en el rol de llegar a

11 Mouffe, Chantal. La paradoja democrática. Barcelona: Gedisa, 2003. p. 20.

12 O.p.Cit., pp. 114-115.

13 Ibid.

acuerdos y de ponerlos en escena, no hemos hecho un esfuerzo equivalente en demostrar que la verdadera función de la opinión pública no son los consensos sino la visibilización de los disensos. Hay una enorme inquietud en términos investigativos sobre cómo *la estructura del discurso informativo niega el disenso*. Si aceptamos los condicionamientos de la producción del discurso informativo es difícil sostener el auto-discurso del campo periodístico en términos de debate y pluralismo. Podríamos recordar con Dewey<sup>13</sup> que los hechos no traen en sí su propio significado y que por lo tanto no se puede hablar de una verdad fáctica –de lo cual están aún torpemente convencidos muchos periodistas–, reconocer los condicionamientos del “contrato de información mediática” descrito por Charaudeau<sup>14</sup>, que incluyen la selección de unos tipos de hechos y de fuentes autorizados, recordar al inolvidable Bourdieu que aunque no le dedicó mucho al campo periodístico, nos dejó algunas claves que lo determinan y que valdría la pena profundizar: las categorías de percepción de los periodistas marcadas por el *habitus*, la necesidad de los medios de llegar a un público lo más amplio posible, el efecto de verdad que se produce por mirar entre medios lo que uno y otro dicen y lo que el discurso periodístico dice sobre sí mismo. Este conjunto de preocupaciones tiene estrecha relación con el problema de la agenda y la mirada periodística. Bourdieu afirmó que los productos periodísticos son muy homogéneos y lo explica a partir de las imposiciones de las fuentes y la lógica de la competencia de los medios<sup>15</sup>.

La mayor o menor dosis de pluralismo político o de opinión no dependería entonces del voluntarismo y de las capacidades profesionales de los periodistas, de sus destrezas en reportería o de la concepción más o menos democrática imperante en los medios –si es que la hubiere–, sino que, hay que decirlo de una vez y que valga como hipótesis de trabajo, *es un imposible práctico desde las formas de estructuración del discurso periodístico*. A pesar del discurso del periodismo sobre sí mismo, que habla de promover el debate público, sus estrategias de lectura de la realidad hacen todo lo contrario. Las aproximaciones y los trabajos de análisis de medios de Teun Van Dijk lo que demuestran es que más que la información del día lo que los medios ofrecen son *modos de lectura de la realidad*. Según la tesis de la imposibilidad pluralística del discurso periodístico, por más calificado, por más profesional que sea un periodista, jamás podría ser pluralista, en virtud de las rutinas y

los hábitos profesionales. Por más recursos, por más personal capacitado que tuviese un medio, jamás podría ser pluralista. Ni un medio ni el conjunto de los medios podrían construirse en situación de pluralismo en tanto no estén insertos en una cultura pluralista. Detrás de la gran trampa de la objetividad, elemento central del discurso autorreferencial de los periodistas, se agazapa un sistema de exclusiones que niega de plano el pluralismo y lo reduce a la visión de dos contrarios<sup>16</sup>.

En la escena de la política, dicho de modo radical, habría que afirmar que si bien es necesario con frecuencia construir los consensos en términos de gobernabilidad –siempre que se haga democráticamente–<sup>17</sup>, el oficio del periodismo quizás consista en hacer justamente lo contrario: tomar por oficio la visiones contradictorias y complejas que pugnan por abrirse un espacio en la esfera pública. Este es un nuevo modo de estructuración de “la verdad” en el discurso periodístico.

En el fondo la pregunta está planeada sobre las relaciones entre la comunicación y el pluralismo en al menos tres sentidos:

**Político:** un nivel en que se expresan visiones diferenciales en contextos de sociedades políticas en las cuales está garantizada la oposición y la existencia de partidos políticos o visiones alternativas de otro

- 16 Miralles, Ana María. Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana. Bogotá: Editorial Norma, 2001. Capítulo 1. Diez problemas de la opinión pública. Pp. 23-46. Añádase a esto los avances de la investigación **Lo que callan los medios**, de la UPB, en la que se rastrean 20 años de exclusión de actores, discursos y temas del espacio público por los medios de comunicación, específicamente en los diarios El Tiempo y El Colombiano.
- 17 Es necesario hacer esta aclaración porque ya el propio Sartori había advertido la existencia del consenso sin consentimiento, que pulula en las democracias precarias.
- 18 Miralles, Ana María. La ilusión comunicativa. Algunos comentarios sobre el efecto teflón. Artículo para la Revista Foro # 54 de 2005. Ediciones Foro Nacional por Colombia .Pp 100- 107. En ese artículo, que estudia la política de comunicación del presidente Álvaro Uribe, se analiza el modo en que la fuente se convierte en emisor, lo cual tiene efectos negativos para la democracia y el pluralismo político.
- 19 Discurso político no por su procedencia sino por la textura y el cariz de sus relatos. No alude a la clase política sino a la despolitización de la ciudadanía al aislarla del poder de la palabra. A esta conclusión parcial hemos llegado en la investigación **Lo que callan los medios**. Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín. Colombia.
- 20 Dahl, Robert. Entrevista sobre el pluralismo. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. 2003. El término poliarquía hace referencia al pluralismo y fue propuesto por el autor desde 1953. Indica la multiplicidad de grupos en competencia.

14 Op.cit.

15 Bourdieu, Pierre. Sobre la televisión. Barcelona: Anagrama, 1997. p. 30.



tipo de movimientos. En este sentido en el campo comunicativo esta situación tendría su expresión en la problematización de la agenda periodística como la gramática de la visibilidad/opacidad del poder e incluso de la gobernabilidad democrática<sup>18</sup> así como también en la presencia/ausencia del discurso político<sup>19</sup> en el discurso periodístico. Se trataría de enfrentar esa gramática del poder expresada en el predominio de la noticia por medio de la expresión comunicativa de la poliarquía<sup>20</sup>.

**De opinión:** vinculado al ejercicio de la libertad y diversidad de opiniones en el campo abierto de la sociedad. Desde la perspectiva de agenda mediática aparecerían aquí los protagonistas indirectos y directos del acontecer, la inclusión/exclusión de actores y voces que participan en el espacio público de los medios disputando diferentes sentidos de realidad el ventilar en público visiones contradictorias y complejas más allá de la bipolaridad que marca el discurso periodístico bajo el imperativo de la objetividad.

**Cultural:** en este punto el pluralismo no puede ser confundido con los procesos de diferenciación social descritos por Sartori<sup>21</sup>, es decir, no se le puede tomar por las sociedades plurales de grupos diferenciados, pues en ese sentido nos llevaría a la paradójica afirmación de que muchos países africanos son pluralistas. Hablo de las diferentes identidades vinculadas al ejercicio de la ciudadanía cultural, si se quiere en términos del multiculturalismo con las *ciudadanías diferenciadas*, aquellas a las que les son reconocidas (aceptadas) sus diferencias sin discriminaciones positivas ni negativas en el marco de un concepto general igualitario de la condición de ciudadanía. Este es uno de los retos principales de la filosofía liberal en su intento de pasar de la concepción homogénea de los ciudadanos en el espacio público político basada en la tajante separación de los ámbitos público y privado, esfera en la "que se condensa un cúmulo diferencial de rasgos que constituye la particularidad real de los individuos(...)"<sup>22</sup> al reconocimiento e inclusión de la diversidad ya no solamente de opiniones en el plano político, sino en la configuración de las identidades culturales dictada por el pluralismo de valores. Nuevamente, sin caer en las

trampas de lo folclórico o en chauvinismos, el periodismo local tendría que hacer un trabajo en la línea de no negar visibilidad o informar de manera discriminatoria a los grupos considerados como diferentes de una vaga idea de lo nacional o de la cultura hegemónica.

Nuevamente es necesario advertir que la invitación al pluralismo nada tiene que ver con ciertas posturas posmodernas del todo vale y que permitir estos niveles de pluralismo antes señalados no exime a las sociedades de lo que Adela Cortina enuncia como "la potenciación de una ética compartida por todos los miembros de esa misma sociedad, porque sin unos mínimos morales compartidos, difícilmente van a sentirse ciudadanos de un mismo mundo".<sup>23</sup>

## 5. Conectar lo local con lo nacional y lo global

Desde el campo del urbanismo Rem Koolhaas reivindicó la idea de volver a lo pequeño luego de analizar el insatisfactorio proceso de modernización de las ciudades y el trabajo del urbanista cuando "el tardío redescubrimiento de las virtudes de la ciudad clásica en el momento de su imposibilidad definitiva puede haber significado el punto de no retorno, el momento fatal de la desconexión, de la descalificación. Ahora son especialistas en dolores fantasmas: médicos que discuten las peculiaridades de un miembro amputado"<sup>24</sup>. Por ello la única salida que ve es que el urbanismo abandone la antigua posición de poder y pase a una situación de "relativa humildad" desde la que tendrá que representar la incertidumbre, la hibridación y hasta reinventar el espacio psicológico en donde el urbanista ya no sería constructor sino *sujeto* de la ciudad. Volver la mirada hacia lo local no es encerrarse en el gueto. Eso no es posible más que en sociedades premodernas y que además no han alcanzado la modernización. Volver a lo pequeño significa más bien encontrar lo que hay de universal en el ámbito local, "pues nuestras ciudades son hoy el ambiguo y opaco escenario de algo no representable ni desde la diferencia excluyente y excluida de lo étnico-autóctono, ni desde la inclusión uniformante y disolvente de lo moderno"<sup>25</sup>. Durante un tiempo los

21 Sartori, Giovanni. Fundamentos del pluralismo. Revista Foro. Ediciones Foro Nacional por Colombia. Bogotá. Mayo de 1997. pp 23-35.

22 Thiebaut, Carlos. Vindicación del ciudadano. Un sujeto reflexivo en una sociedad compleja. Barcelona: Paidós, 1998. p. 182.

23 Cortina, Adela. Los ciudadanos como protagonistas. Barcelona: Galaxia Gutenberg, 1999. p. 31.

24 Koolhaas, Rem. ¿Qué fue del urbanismo? Revista de Occidente. # 185. Octubre de 1996. Madrid: Alianza Editorial. Pp.5-10.

25 Martín Barbero, Jesús. Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Bogotá: Fondo de Cultura Económica, 2003. p.350.

estudios de vida cotidiana fueron una moda en el campo de la comunicación. No creo que se trate de volver a ello. Sin embargo los asuntos de la localidad suelen ser bastante universales: problemas de acueducto, elecciones locales, recolección de basuras, poderes locales en pugna, inversión extranjera, fiestas distintivas y un largo etc, constituyen un repertorio de temas similares aquí y allá. Jean-Francois Tetú pone el acento sobre tres componentes que definen lo local: la proximidad, incorporando la teleproximidad; el sentido de pertenencia o de exclusión y la participación, es decir ser tenido en cuenta y escuchado<sup>26</sup>.

La *universalidad* está también en la idea de ser culturas porosas a las influencias. El problema de los valores e identidades locales no radica en su preservación a toda costa sino en su capacidad de entrar en diálogo con otras sin perder su sentido. Cuando se habla de ciudadanía mundial es preciso reconocer que no es sólo desde lo económico sino que en el campo de la política, de los derechos humanos y de la cultura las relaciones entre lo local y lo global ha significado un avance. Hay que pensar por ejemplo en las denuncias que organizaciones internacionales de derechos humanos hacen cuando las presiones y amenazas impiden hacerlo en el ámbito local o movimientos políticos pacifistas como los de los escudos humanos que protegen la vida de personas de otra nacionalidad amenazadas, como el impactante caso de Rachel Corrie, una estudiante estadounidense de 23 años perteneciente a un movimiento pacifista que intentaba detener los bulldozers israelíes que tumbaban casas de kamikazes y sus familiares con la gente adentro. Corrie murió atropellada por uno de esos bulldozers.

## 6. Ser guías prácticos de la cultura

Entre los retos para el periodismo local hay algunos que son más modestos quizás pero no por ello menos importantes. Sin caer en visiones folclóricas y en una supuesta defensa de lo autóctono, el periodismo debería ocuparse más y mejor de los asuntos propios de la cultura. Los medios que mejor han leído las necesidades informativas de la gente en términos prácticos son aquellos que han sabido configurar en lenguaje periodístico una verdadera agenda cultural. No me refiero simplemente a un listado de actividades para hacer hoy, que es lo que aparece, así como las

carteleras de cine y que revelan la burocratización del periodismo que se ocupa de los temas identificados como culturales. Tomarle gusto a las actividades de la cultura local en primer lugar pasa por reconocer las propias y las visitantes y en articularlas no como un listado de cosas por hacer sino en convertirlas en temas que se relacionan con el propio ethos sociocultural. Esas actividades están llenas por ejemplo de pequeñas obras de teatro con títulos sugestivos que interpelan la precariedad del empleo en las sociedades contemporáneas o se burlan de los estereotipos del hombre productivo. ¿Por qué no darles un tratamiento periodístico más allá de la reseña del lugar y la hora? En cambio todos los años cuando llega la zarzuela se desempolva el mismo reportaje central y se publican casi idénticas fotografías. No estoy reeditando la vieja disputa entre la cultura culta y la cultura popular que ocupó buena parte de los debates de la comunicación en los años 80. Quiero decir que nuestras ciudades tienen ofertas culturales variadas que no basta con reseñar: son motivos para adentrarse en el conocimiento de lo propio, de nuestra forma de estar en el mundo y que pueden ser motivo de polémica. El arte –no todo, por supuesto- ha sido vanguardia y por lo tanto está en capacidad de mostrar caminos, poner en duda los estereotipos y las verdades basadas en costumbres tiránicas como diría John Stuart Mill en su libro *Sobre la libertad*, burlarse de las estratagemas del poder o visibilizar personajes de la ciudad. Las festividades no se pueden describir como un hecho más, el periodista tiene que hacer de intérprete de los significados que esas fiestas perdieron o que conservan en relación con nuevas valoraciones de la vida local. Aguzar la vista frente al *acontecimiento* cultural y no frente al evento cultural es una de las claves para valorar sin chauvinismos la cultura propia, superar la mirada carente de volumen, rasguñar las historias más allá de las descripciones y no hacer necesariamente crónica, género para el que no todo el mundo está dotado. Se trata de convertir la cultura en noticia aunque no bajo los parámetros de las 5 w.

## 7. Democratizar la disputa de la agenda pública

A mi juicio el de la agenda es uno de los principales temas de reflexión tanto en la política como en la comunicación. Muchos han sido los estudios de agenda realizados. Desde teorías sobre el problema de la agenda, hasta comprobaciones empíricas de esas teorías.

Uno de los estudios más reconocidos a la hora de hablar de la agenda periodística es el de la *Agenda*

26 Tetú, Jean-Francois. El espacio público local y sus medios de comunicación. En: Comunicación y política. Compiladores: Gilles Gautier, André Gosselin y Jean Mouchon. Barcelona: Gedisa, 1998. p.318.

*Setting*<sup>27</sup> con sus dos niveles, el de la "imposición" de los temas y su jerarquía desde los medios hacia la agenda pública. Y el segundo nivel, menos popular y con dificultades de comprobación empírica, el de la influencia directa en los contenidos de las lecturas sobre la realidad. Si se aceptara el segundo nivel de la *agenda setting* querría decir que los públicos de los medios no solamente aceptarían la propuesta y el orden de los temas sino las interpretaciones contenidas en las informaciones periodísticas.

Igualmente hay quienes se han basado en el primer nivel de la *agenda setting* para defender la noción de consenso como opuesta al conflicto (error que Sartori se ha encargado de criticar con argumentos sólidos) y que permitiría, al identificar los temas comunes, mantener el estado de sociedad. En ese sentido, el disenso y el conflicto serían entendidos como un factor de disolución social, con lo cual la *agenda setting* más que una comprobación del efecto en la agenda pública sería un aporte al control social<sup>28</sup>.

Las reflexiones de Manuel Martín Serrano<sup>29</sup> acerca de la selección de hechos del acontecer y su acompasamiento con la formación social, en este caso la capitalista que si bien no han tenido la suficiente difusión en el ámbito académico, constituyen un aporte importante porque revela justo lo que la *agenda setting* mantiene en la opacidad: el modo de producción del periodismo y por ende los resortes de esa selección que conocemos con el nombre de agenda.

Luhmann<sup>30</sup> reflexiona sobre el discurso periodístico y observa cómo la sorpresa y la estandarización crecen juntas para producir valor informativo, la presentación del escándalo (que favorece el fortalecimiento de la norma y de la moral), la discontinuidad, los conflictos, el empleo de cantidades en la presentación de la información de actualidad, el peso que la lejanía confiere a la información, las exigencias de la actualidad que lo

llevan a concentrarse en los casos particulares, son parte de los selectores por medio de los cuales se trabaja en la escogencia de la información y se apoyan en rutinas.

Los trabajos de Dominique Wolton<sup>31</sup> en la perspectiva de la comunicación política proponen entender la democracia a partir del equilibrio inestable entre las agendas de los tres actores que se pueden expresar legítimamente en público sobre la política: los medios, los políticos y la opinión pública. En su análisis resalta la preocupación por las situaciones en las que el desequilibrio es marcado por el predominio de la agenda mediática.

El exhaustivo análisis de Patrick Charaudeau sobre **El discurso de la información**<sup>32</sup>, habla no solamente de lo que el discurso periodístico dice sobre sí mismo, sino de la complejidad de la instancia mediática que es manipuladora y a la vez manipulada. Se trata de un análisis que se centra básicamente en los dispositivos de la comunicación mediática que se ponen en acción desde los modos de percepción de la realidad y comienzan formalmente con la selección de los hechos que se convierten en noticias, de sus protagonistas y de sus estrategias discursivas.

Por nuestra parte, encontramos los ya mencionados análisis desde el proyecto **Voces Ciudadanas**<sup>33</sup> cuyas reflexiones sobre el problema de la agenda han girado en torno a la inclusión/exclusión de actores, la visibilidad/invisibilidad y la puesta en escena de la polifonía de voces.

Y la última de nuestras investigaciones **Lo que callan los medios**, que hace un análisis frontal de la exclusión de temas, actores y discursos por parte de periodistas y medios de comunicación y que se adelanta por medio del análisis de 20 años de comunicados a la opinión pública pagados en los medios por los excluidos y que hablan no solamente de su exclusión sino de las censuras mediáticas que



27 McCombs, Maxwell y Shaw, Donald. The agenda-setting function of mass-media. *Public Opinion Quarterly*. # 36. 1972. pp. 176-187.  
28 López-Escobar, Esteban. Una dimensión social de los efectos de los medios de difusión: *agenda setting* y consenso. En: *Comunicación y Sociedad*. Vol. 9. # 1 y 2. 1996. Universidad de Navarra.  
29 Martín Serrano, Manuel. *La producción social de la comunicación*. Madrid: Alianza Universidad. 1986.  
30 Luhmann, Niklas. *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthros, 2000. pp 44-54.

31 Wolton, Dominique. Las contradicciones de la comunicación política. En: *Comunicación y Política* Gilles Gauthier, Andrés Gosselin y Jean Mouchon., compiladores. Barcelona: Gedisa, 1998. pp. 110-130.  
32 Charaudeau, Patrick. *El discurso de la información*. Barcelona: Gedisa, 2003. pp 293-298.  
33 Al respecto, ver: *Voces Ciudadanas Una idea de periodismo público*. Editorial UPB, 2000. Medellín y *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Bogotá: Editorial Norma, 2001.

se convierten en negocio para las empresas periodísticas. Los textos de los comunicados no son relatos periodísticos sino políticos, disensos censurados en la información periodística.

Por mi parte ahora quiero enfocarme en una reflexión sobre la agenda no como un repertorio de temas o de hechos que los medios elevan a la categoría de noticia sino como la gramática de sectores en pugna por la visibilidad pública, pero especialmente una gramática del poder o de los poderes. Considero hoy más que nunca que la agenda mediática se ha convertido en un terreno de disputa que se ha desplazado de la política a los medios de comunicación.

¿Es posible pensar la agenda mediática dejando atrás cierta ingenuidad que la presenta como un repertorio de temas y actividades que provienen de las operaciones de conversión del acontecer en hecho y en noticia? ¿Es posible entenderla como una gramática de poder?

¿Podría entenderse la agenda como terreno de disputa de sentidos políticos de públicos hegemónicos y contra-públicos subalternos?

¿Qué está en la base de la homogeneidad de la agenda mediática? ¿Se puede entender la homogeneidad como 1) producto de la competencia de los medios por conquistar y mantener un público amplio y diverso que marca las características de su discurso según lo han analizado entre otros Bourdieu y Luhmann, o 2) como resultado de estrategias discursivas propias del periodismo, es decir, como algo inherente a la mirada periodística?. En ese sentido, se trata de una agenda que se devora a sí misma por cuanto se anula por fuerza de la homogeneidad.

Mi respuesta a estos interrogantes pensando en los retos para el periodismo que se ocupa de lo local o que transcurre en lo local, es que finalmente el problema mayor es cómo replantear las agendas mediáticas, cómo incidir en las agendas públicas y cómo re inventar la mirada periodística sobre la realidad.

Medellín, septiembre 9 de 2005