

Construcción de la realidad social desde la participación ciudadana en entornos virtuales y desde los discursos mediáticos

Malvina Eugenia Rodríguez

malvirodriguez@gmail.com

Universidad Nacional de Villa María, Argentina

Elizabeth Theiler

elitheiler@hotmail.com

Universidad Nacional de Villa María, Argentina

RAIGAL. Revista Interdisciplinaria de Ciencias Sociales

N° 2, abril - septiembre 2016 (Sección Comunicaciones y Notas, pp. 143-150)

e-ISSN 2469-1216

Villa María: IAPCS, UNVM

<http://raigal.unvm.edu.ar>

Construcción de la realidad social desde la participación ciudadana en entornos virtuales y desde los discursos mediáticos

Resumen

La investigación analiza la construcción de realidad social desde la participación ciudadana en nuevos entornos virtuales y su rol atribuido en los discursos mediáticos en la provincia de Córdoba, Argentina entre 2013 y 2015, tomando como casos de estudio medios de las ciudades de Córdoba, San Francisco y Villa María. El propósito fue identificar, sistematizar y describir nuevas formas de comunicación y participación ciudadana que implican la construcción de “realidades sociodigitalizadas”, es decir, la configuración del espacio público a partir de la publicidad que adquieren discursos privados, individuales o grupales a través de las redes sociales y de entornos de virtualidad, en tanto la cobertura mediática participa reconstruyendo dichos entornos y por ende, los canales de participación ciudadana en el espacio público. Se analizaron los discursos ciudadanos en entornos virtuales así como los discursos mediáticos, tomando como eje el reconocimiento de la participación ciudadana en hechos de alta significación social. Se comprueba que la construcción de realidad a partir de estos discursos se presenta como antagonica, configurando realidades múltiples en permanente competencia. El proyecto espera contribuir al debate teórico sobre la cuestión, así como al mejor conocimiento de los medios y de la participación ciudadana en entornos virtuales.

Palabras clave: construcción de realidad; participación; redes sociales; discurso mediático

Introducción

La investigación parte principalmente desde la categoría “realidad social”, dado que la misma es transversal no sólo a la construcción mediática sino también a la participación ciudadana. Desde una perspectiva constructivista, que implica la idea de realidad social construida discursivamente y concede una relevancia significativa a los medios masivos de comunicación en dicho proceso, en este proyecto nos propusimos observar y conocer el modo en que es producida la actualidad en medios cordobeses, en tanto conjunto de fenómenos de la vida social.

Los discursos mediáticos, hasta el momento con reconocida y privilegiada capacidad de nominación e imposición de sentidos, se reconfiguran con los mensajes de los entornos virtuales y las realidades múltiples resultan fenómenos sociales a partir de los cuales se pueden observar las formas que adopta la recurrente disputa por la nominación del mundo social, su ordenamiento y sus posibilidades de transformación.

En tal sentido, la construcción y reconstrucción de “realidad social” se dinamiza por la participación de los actores en el espacio público político (políticos, periodistas y ciudadanos) en un contexto de configuración autónoma (no necesariamente independiente pero tampoco de respuesta masiva) de los discursos, en un complejo espacio de interacción en redes que reconfiguran realidades “sociodigitalizadas”.

La investigación analizó la construcción de realidad social desde la participación ciudadana en nuevos entornos virtuales y su rol atribuido en los discursos mediáticos en la provincia de Córdoba, Argentina entre 2013 y 2015, tomando como casos de estudio las localidades de Córdoba Capital, San Francisco y Villa María. En el proceso de dos años de trabajo se lograron identificar, sistematizar y describir analíticamente nuevas formas de comunicación y participación ciudadana que implican la construcción de realidades socio-digitalizadas, es decir, la configuración del espacio público a partir de la publicidad que adquieren discursos privados, individuales o grupales a través de las redes sociales y de entornos de virtualidad, en tanto la cobertura mediática participa reconstruyendo dichos entornos y por ende, los canales de participación ciudadana en el espacio público.

De la temática analizada emergen cuestiones acerca de las formas de participación política en los nuevos entornos virtuales. Para ello es necesario indagar qué descripción de realidad hacen los medios masivos y cómo producen esa realidad. Siguiendo a Niklas Luhmann (2000), estas indagaciones conducen a un interrogante que, como filosofía de la sociedad de la información, se plantea: ¿Qué tipo de sociedad es ésta, que permanentemente se informa sobre sí misma? Las hipótesis de partida pueden sintetizarse de la siguiente manera:

- a) La complejidad de los canales de participación ciudadana se incrementa exponencialmente con el devenir de los nuevos entornos virtuales y sus múltiples utilidades. Los nuevos canales configuran un mapa conflictivo de hipervinculación que acerca al ciudadano común la posibilidad de instalación de temas en la agenda pública. Los canales más significativos por su grado y velocidad en el impacto del mensaje comunicado son las redes sociales, blogs, sitios webs, entre otros, con capacidad de construir significado en diferentes grupos sociales, incorporando un sello identitario de expansión privilegiada respecto de los medios tradicionales.
- b) Los medios configuran una realidad antagónica y paralela sobre la participación ciudadana en entornos virtuales, contribuyendo a la construcción de escenarios complejos donde conviven realidades múltiples.
- c) Los nuevos entornos virtuales y los medios tradicionales se retroalimentan en la construcción de agendas y discursos, configurando una realidad social múltiple y muchas veces antagónica con versiones de realidad en convivencia o competencia.

El proyecto implicó la aplicación de un diseño cuali-cuantitativo que combinó:

Análisis de contenido de base cuantitativa del programa “Cara y Cruz” de Radio Universidad, del programa “Radioinforme 3” de la emisora Cadena 3, ambas con sede central en la ciudad de Córdoba y del programa “Mirate Segunda Edición” del canal Mirate de Villa María.

Análisis de discurso del diario La Voz de San Justo de San Francisco.

Para el análisis de contenido se trabajó con un sistema de categorías de base única para medios radiales y televisivos. Luego de revisar el corpus registrado se seleccionaron tres grandes temáticas para orientar el trabajo de campo: las elecciones 2015, la situación económica general y la violencia contra la mujer, todos de alta significación social. Si bien la investigación analiza la construcción de actualidad desde 2013 para la definición de temáticas, se trabajó sobre corpus registrados en un período menor: desde el 1 de octubre de 2014 al 15 de agosto de 2015 para el análisis de contenido; desde octubre 2014 a junio de 2015 para el análisis de discurso.

Marco referencial

Aquello que llamamos actualidad, y que provoca entre los sujetos comentarios o fundamenta decisiones, es el producto final de la industria de la información. Mediante ese proceso industrial los MCM producen realidad social compuesta por hechos que no existen como hechos sociales antes de que los medios informativos los construyan (Verón, 1987). Paralelamente, los nuevos entornos virtuales se convierten en canales de producción y distribución de discursos tanto de políticos como de

ciudadanos que cooperan, compiten o entran en colusión con los discursos de los MCM (Muraro, 1997), contribuyendo a una construcción compleja de realidad social digitalizada.

Partiendo de la idea de que existen varias “realidades”, los MCM se ven en la necesidad de duplicarlas en función de su interés. Como sostiene Luhmann (2000) esta duplicidad se logra en la referencia a sí mismo (autoreferencia). Según este autor, este proceso se da bajo dos cogniciones: en la constitución de un sistema que se reproduce así mismo y donde el sistema observa cuándo es capaz de distinguir entre autoreferencia y heteroreferencia.

Los MCM producen y reproducen un conocimiento del mundo que termina siendo un referente para todos porque las descripciones directas que se hacen del mundo en los medios, en conjunto con las descripciones indirectas que presentan en su publicidad y su entretenimiento, comunican una realidad que sin proponérselo nos lleva a un horizonte de incertidumbre, que se alimenta de rupturas. Pero que también conserva una codificación susceptible de “maniqueísmos dolosos” (donde hay buenos y malos, héroes y villanos, amigos y enemigos, etc.) cuyas intenciones muchas veces no es posible percibir.

A partir de la concepción constructivista, este proyecto se propuso analizar la participación ciudadana en nuevos entornos de virtualidad y el discurso mediático en la (re)construcción de realidad social. En este contexto, la participación ciudadana está directamente relacionada al modelo de democracia y, a la clase de vínculo que se quiere construir entre gobierno y sociedad civil. Esta concepción surge de pensar la democracia desde una perspectiva de generación de espacios de reflexión, deliberación y conocimiento que permitan el reconocimiento de limitaciones del accionar del gobierno y la intervención de la ciudadanía en los asuntos públicos (Subirats, 2001).

En términos de Cunill Grau (1999), la participación ciudadana ha sido definida como “la intervención de la sociedad civil en la esfera de lo público”. Actualmente, este nuevo espacio público es tan distinto a las estructuras y dinámicas de los espacios públicos anteriores que existe un espacio público antes y después de las TIC. A través de ellas se modifican las reglas de la interacción social tradicional produciéndose nuevas formas de socialización y de participación virtual, tanto individual como grupal y con impacto tanto en los mismos entornos virtuales como en los espacios no virtuales.

En la era de la información (Castells, 2001) se debate la movilización de la sociedad a través del poder de las redes sociales y si se configuran como instrumentos para motivar la participación. Según Castells, las sociedades cambian a través del conflicto y se gestionan mediante la política. Así, la comunicación mediada por TIC, se está convirtiendo en un medio esencial de comunicación y organización en todos los ámbitos de la actividad. Los movimientos sociales y los agentes políticos lo utilizan transformándolo en una herramienta privilegiada para actuar, reclutar, organizar, informar, etc. En este panorama, el ciberespacio se está convirtiendo en un terreno en disputa.

Esto nos lleva a reflexionar sobre las formas de construcción de realidad que – para la opinión pública – suele presentarse como “información” por parte de los MCM. Asimismo, alienta el análisis de los contenidos que circulan en las redes sociales y que adquieren cada vez mayor importancia en la dinámica de construcción de agenda temática percibida como “realidad” por la opinión pública.

En este marco, las redes sociales representan instrumentos que, ante su uso, permiten desarrollar procesos de comunicación, en donde lo que se publica puede ser discutido por una numerosa cantidad de personas. Sin embargo, las herramientas digitales, hasta este punto, solo cumplen un rol de organización y de plataformas de interacción (Fernández, 2008).

Principales resultados del trabajo empírico

En cuanto al reconocimiento de los canales de participación ciudadana en el proceso de construcción de la realidad en nuevos entornos virtuales, observamos en esta investigación que los medios habilitan espacios de participación fundamentalmente a través de la entrevista telefónica o grabada, en el caso de los programas radiales y televisivos, o de la particular conformación del contrato

de lectura en el caso del medio gráfico. Las TIC se encuentran presentes como canal y fuente en las nuevas formas de vinculación entre medios y audiencias. Excepto en el medio de alcance nacional (Cadena3), los medios analizados se encuentran aún en una etapa incipiente de desarrollo de las nuevas tecnologías y de su inserción en los procesos de producción de noticias con participación de los públicos.

El canal de cable Mirate –de importante audiencia en Villa María, la tercera ciudad de la provincia de Córdoba en número de habitantes– y su principal informativo, no realizan un uso intensivo de las redes sociales, a pesar de disponer de las mismas y contar con importantes números de seguidores. Sin embargo, la ciudadanía se hace presente fundamentalmente a través de las consultas y entrevistas realizadas por noteros que pertenecen al equipo del programa. El programa adquiere, especialmente en un año electoral, un lugar preponderante en la formación de la agenda política. El manejo de las fuentes es claramente local, aún para el abordaje de temas provinciales y nacionales. La participación de la audiencia no ofrece indicadores de debates y controversias, se identifican canales para expresarse, lo que no garantiza las condiciones para que se establezca la participación.

En cuanto a los programas radiales se puede afirmar que poseen dos tipos de diferencias, la primera y determinante para la caracterización de su audiencia, es el posicionamiento ideológico. En el caso de Radioinforme 3 de Cadena3, podría identificarse más afín al gobierno provincial y con clara oposición al kirchnerismo. Opuesto a la referenciación de Cara y Cruz de Radio Universidad. Esto se evidencia en el tratamiento de los temas, en el tenor y nivel de controversia. No obstante, los periodistas de Radioinforme3 intentaban demostrar la aparente independencia del medio, y fundamentalmente del programa, a intereses partidarios y su apertura a la pluralidad de voces. Situación que intenta ser reforzada por el conductor Clariá en la interacción con la audiencia y con el resto del equipo periodístico. Es decir, pervive la idea del rol neutral de los MCM como garantizador de la manifestación de todas las voces.

En el caso del medio gráfico, quedó expuesto que en correspondencia con los valores a partir de los cuales el diario analizado produce un discurso de la información podemos colegir que la prioridad y exclusividad en el ejercicio de reproducción de las voces social e institucionalmente legitimadas opera como el cierre de un circuito semántico desde el cual La Voz de San Justo propone a sus lectores un modo de conocer y comprender la realidad local/regional a partir de la cual pensar y actuar. Es decir, es el medio el que –en cierta manera– construye la visibilidad de las voces ciudadanas a partir del acuerdo tácito establecido en su contrato de lectura con la ciudadanía.

Al intentar revelar el rol atribuido a la participación ciudadana en los discursos mediáticos sobre hechos de alta significación social, encontramos algunas similitudes y diferencias significativas en los distintos medios.

En el caso del canal televisivo villamariense, la centralidad de las elecciones le otorga una orientación discursiva claramente hacia el tratamiento de lo político como eje de la producción de noticias. Ahora bien, las voces ciudadanas se hacen visibles a través de las entrevistas llevadas a cabo por los noteros que, no en el estudio, pero sí en la calle salen a interpelar a la población en sus ámbitos cotidianos de producción y circulación de discursos. Esto genera una importante presencia del público local al cual está dirigido el programa pero a partir de la agenda instalada por el medio.

Por otra parte, la ciudadanía se hace presente en los programas radiales a través de mensajes de texto, llamadas telefónicas, entrevistas y participación desde redes sociales, especialmente en Cadena3. Si bien prima la formación de agenda mediática como disparador para la participación, la radio permite un nivel de interacción (agradecimientos al periodista o instalación de temas de cobertura como accidentes de tránsito) que dinamiza la construcción de realidad a través de la participación ciudadana.

Ahora bien, cuando nos propusimos caracterizar los orígenes, motivaciones y destinatarios de los discursos ciudadanos en entornos virtuales sobre hechos de alta significación social, comprendimos que los medios, especialmente los radiales y televisivos, no ofrecen una cobertura continua y profunda sobre los hechos que cuentan con participación y opiniones de la ciudadanía, como para realizar inferencias del contexto que enmarca esa participación. Los medios radiales y audiovisuales poseen

condicionamientos propios de sus especiales prácticas de producción periodística (inmediatez, necesidad de brevedad, espectacularización y fascinación por lo novedoso, competencia entre medios que exige la continua renovación y por ende superficialidad en el tratamiento y seguimiento de la información, entre otras) que no se han modificado desde la postulación del *newsmaking*, sino que por el contrario – y por la particular convivencia con otros espacios de producción habilitados por las nuevas tecnologías – se han acentuado y acelerado.

Conclusiones y lineamientos para la discusión

La realidad y su construcción o reconstrucción a través de los medios de comunicación y nuevos entornos virtuales, comparte como sujeto de la comunicación tanto a los medios tradicionales como a los sujetos independientes en su rol de hacedores de discursos. Ambos se constituyen en espacios capaces de producir hechos significativos desde una noticia o afirmación. Sin embargo, los MCM poseen la potestad de reconocer o no a la ciudadanía y su participación en el centro de la escena o atribuirle un espacio complementario.

Los MCM (re) construyen los acontecimientos y a través de sus discursos legitiman su “ideología”. Por lo que, es sabido que la realidad no es algo que se nos aparece como “dada”, ni contiene una verdad a la cual se pueda acceder transparentemente; sino que los medios construyen un “efecto de lo real” (Verón, 1981).

La selección de la información y su organización al interior de cada MCM implica una forma particular que tiene el medio de ver el mundo y darle un orden de prioridad; a su vez, produce una visión de mundo en sus públicos configurando así un tipo determinado de destinatario. Cada medio determina cuáles son las noticias que merecen un análisis y un lugar privilegiado dentro de su diagramación; y las jerarquizan según quiénes son los actores involucrados, las fuentes de información con las que cuentan, la gravedad del hecho, entre otras.

Con el surgimiento de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), los MCM amplían los criterios de elección de tema, ya que el público tiene la posibilidad de proponer o imponer temas de agenda. El modelo comunicativo de la Era de la Información contribuye a reducir la dependencia de los canales tradicionales de comunicación.

En tal sentido, nos proyectamos proponer categorías teórico-analíticas sobre la relación entre participación ciudadana y construcción social de la realidad en medios masivos y en nuevos entornos virtuales. Encontramos en la categoría de la “sociodigitalización” de la realidad en la actualidad, un punto de partida para comprender la compleja relación entre participación ciudadana y construcción de realidad.

Podemos afirmar, y aún reconociendo la necesidad de ampliar el trabajo de campo y el abordaje metodológico, que los medios se encuentran aún en posesión de la construcción de agenda, al menos de manera privilegiada. En la provincia de Córdoba, como ejemplo del interior mejor posicionado de la Argentina, el desarrollo tecnológico en y hacia los medios de comunicación masivos no ha logrado reemplazar formas anteriores de interacción ciudadana. Con lo cual, nuestra primera hipótesis no resulta completamente reconocible en los resultados de nuestro trabajo de campo.

En cuando al segundo supuesto, si podemos observar una multiplicidad de “realidades” en las distintas configuraciones que del espacio público realizan los diferentes discursos mediáticos. El análisis de los cuatro medios ubicados en la ciudad capital y en dos de las ciudades más grandes de la provincia de Córdoba, muestran un panorama variado de selección y tratamiento de la información, independientemente de la magnitud de cada audiencia y de sus posibilidades de intervención en la producción discursiva.

Por último, y en relación a la idea de retroalimentación y antagonismo entre medios tradicionales y nuevos entornos virtuales de la tercera hipótesis, podemos concluir que la multiplicidad de realidades (construidas a partir de las prácticas tradicionales de los medios masivos así como las

nuevas formas de sociodigitalización) se manifiestan en muchos casos antagónicas. La competencia por el decir se complejiza ante un campo que, si bien incipiente, se encamina hacia la ampliación de los canales y espacios de participación.

La concepción weberiana de la realidad como abierta e indeterminada nos llevó a buscar en el análisis de la imposición de significaciones, como lo plantea Verón, la posibilidad de hacer recortes parciales ya sea para el estudio o la crítica social. En la actualidad, esa visión, aún vigente, nos lleva a bucear en los contenidos compartidos, interactivos y en continua competencia entre los múltiples productores de realidades a través de la variedad de mecanismos de visibilización de los discursos. Los medios, que desde la perspectiva de Luhmann, reconstruyen realidades, detentan en gran parte la potestad de visibilización de los discursos políticos y ciudadanos, pero la reconstrucción sociodigitalizada de la realidad ingresa como una competencia, que aún incipiente, pone en cuestión la tradicional función de establecimiento de agenda mediática.

Referencias bibliográficas

- Castells, M. (2001). La era de la información. Vol. II: el poder de la identidad. México: Siglo XXI.
- Cunill Grau, N. (1999). “Significado de la participación ciudadana en el diseño de programas y proyectos sociales”. En Alvarez Lourdes y otros (coord.) Política social: exclusión y equidad en Venezuela durante los años noventa (pp.203-219). Caracas: nueva sociedad/cendes/ildis/fonvis.
- Cheresky, I. (comp) (2006). Ciudadanía, sociedad civil y participación ciudadana. Buenos Aires: Miño y Dávila.
- D’Adamo, O.; García Beaudoux, V. & Freidenberg, F. (2000). Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública. Una imagen, ¿vale más que mil palabras? Buenos Aires: Ed. de Belgrano.
- De Moraes, D. (2010). Mutaciones de lo invisible. Comunicación y procesos culturales en la era digital. Buenos Aires: Paidós.
- Luhmann, N. (2000). La realidad de los medios de masas. Barcelona: Anthropos.
- Martínez Pandiani, G. (2008). La ciberpolítica y los nuevos ciudadanos. Buenos Aires: APOC.
- Menéndez, M. C. (2009). Política y medios en la era de la información. Buenos Aires: La Crujía.
- Mouffe, C. (2007). En torno a lo político. México: FCE.
- Muraro, H. (2000). Políticos, periodistas y ciudadanos. De la videopolítica al periodismo de investigación. Buenos Aires: FCE.
- Rodríguez, M. (2013). Partidos políticos y redes sociales en Argentina. En: Diálogo Político, 1/2103 (73-99). Montevideo: KAS. Recuperado de: <http://www.kas.de/uruguay/es/publications/34656/>
- Subirats, J. (2001). Nuevos mecanismos de participación y democracia. En: Font, J. (coord) Ciudadanos y decisiones públicas. Barcelona: Ariel.
- Theiler, E. (2012). Estado y sociedad civil. La participación ciudadana en los procesos de integración latinoamericanos. Villa María: Eduvim.
- Verón, E. (1987). Construir el acontecimiento. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (1996). La Semiosis Social. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Barcelona: Gedisa.

Sobre las autoras

Dra. Malvina Eugenia Rodríguez

malvirodriguez@gmail.com

Profesora Asociada y Adjunta efectiva. Instituto A.P. de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Villa María. Dra. en Ciencias Sociales y Económicas por la Universidad de Erlangen-Nuremberg, Alemania. Magister en Relaciones Internacionales y Lic. en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Córdoba.

Mgter. Elizabeth Theiler

elitheiler@hotmail.com

Docente de grado en la UNVM y posgrado en temas vinculados a políticas públicas y metodología de la Investigación. Es concursada en la UNVM. Licenciada en Trabajo Social por la UNC. Fue Subsecretaria de Salud de la ciudad de Villa María, Secretaria de Investigación y Extensión y de la Escuela de Gobierno del Instituto AP de Ciencias Sociales de la UNVM. Actualmente es decana del IAPCS de la Universidad Nacional de Villa María.