

Democratic culture in mass media societies: a necessary review

Abstract

Interested in the historical setting of the public space, it starts from the forthcoming of collective communication devices in the 20th century, this article shows a focus in the relationship between Media - Democracy. The main part of the reflection is the democratic culture and the political speech, linked to the State and affected by the dynamics of the daily news. Therefore, news are understood as a media product from the contemporary societies, from which it is demanded the opposing condition of keep following out with the classic pressure of the commercial journalism, but having a great amount of responsibility facing the symbolic stability of actual democracies. This article summarizes a portion of the research called "La Democracia Venezolana en Primera Página" made by the author in Universidad de los Andes (Venezuela).

Keywords: Media, Democracy, Democratic Culture, News

Resumen

Interesados en la configuración histórica del llamado espacio público a partir de la aparición de dispositivos de comunicación colectiva en el siglo XX, este artículo refleja una revisión centrada en la relación medios-democracia. La cultura democrática y el discurso público asociado al Estado, incididos por la dinámica diaria de las noticias es parte central de la reflexión. La noticia es entendida así como un producto mediático propio de las sociedades contemporáneas, a la que se le exige la contradictoria condición de seguir cumpliendo con las clásicas presiones del periodismo comercial, pero con un peso importante de responsabilidad frente a la estabilidad simbólica de las democracias actuales. Este artículo resume parte de la investigación "La Democracia Venezolana en Primera Página" realizada por la autora en la Universidad de Los Andes, de Venezuela.

Palabras claves: Medios, Democracia, Cultura Democrática, Noticias, Dinámica Massmediática

Ysabel C. Briceño Romero (Venezuela): Comunicadora Social Universidad de los Andes, núcleo Táchira, Venezuela. Magister en Ciencias Políticas y Doctora en Ciencias Humanas. Investigadora del Centro Nacional de Cálculo Científico de la Universidad de Los Andes (CeCalCULA). Combina su trabajo de investigación con el desarrollo de prácticas comunitarias para la apropiación de tecnologías de información y la realización de trabajos periodísticos en este tema.

E-mail: ysabelbr@ula.ve

Cultura democrática en las sociedades Massmediáticas: una revisión necesaria

Ysabel Briceño

Introducción

Entendida la cultura como "la totalidad de las significaciones, valores y normas poseídas por las personas en interacción, y la totalidad de los vehículos que objetivan, socializan y transmiten estas significaciones" (Sorokim, 1973) uno de los aspectos que debe seguir considerándose en las reflexiones actuales sobre la cultura democrática es el proceso de incidencia de los medios de comunicación social en la relación Estado-Sociedad. En este sentido, la configuración histórica del llamado espacio público a partir de la aparición de dispositivos de comunicación colectiva en el siglo XX puede darnos una idea progresiva de los esquemas culturales que la sociedad fue adquiriendo alrededor de la idea democrática.

Enmarcamos esta revisión en una interpretación de los denominados espacios urbanos de masa en los que los medios tradicionales (prensa, radio y televisión) han podido alcanzar una ocupación importante. Dejamos así de lado los nuevos esquemas de interrelación signados por una condición de hipermediación, cuya principal protagonista es Internet; esta nueva condición requiere otros caminos de interpretación que no son abordados en este artículo. Queremos en este sentido dejar clara la importancia de dejar solvencia en la comprensión de esos escenarios tradicionales

para cualquier intento de nuevas revisiones y nuevos tiempos, en los que cualquier deuda interpretativa podría arrastrar caminos confusos.

Nuestro interés es reflejar una trayectoria histórica de la construcción del espacio público, tejiendo un camino de interpretación asociada con la relación medios-democracia, principalmente en los escenarios que fueron construyendo valores asociados a la cultura democrática en el siglo XX. Finalmente, le dedicaremos un espacio a la construcción de la noticia como un producto propio de las sociedades contemporáneas, a la que se le exige la contradictoria condición de seguir cumpliendo con las clásicas presiones del periodismo comercial, pero con un peso importante de responsabilidad frente a la estabilidad simbólica de las democracias actuales.

Formas históricas de construcción del espacio público

Hacer una revisión de la naturaleza del espacio público, opuesto al espacio privado, y los cambios generados a partir de los medios de comunicación nos parece necesario, en tanto que lo consideramos indicador importante en la relación clásica entre Estado y Sociedad Civil y en la determinación de aquellos componentes que inciden en el aspecto comunicacional en distintos contextos de la democracia.

En este sentido, podemos observar que “lo público” ha adquirido distintas significaciones a través de la historia, como bien lo señalan autores como Thompson (Thompson, 1998, pág. 163): “en la medida en que las viejas instituciones cambiaban y empezaban a aparecer otras nuevas, los términos “públicos” y “privado” se utilizaron de nuevas maneras y, en cierta medida, fueron redefinidos por los cambios en el dominio de los objetos a los que se refería”.

Desde la Grecia Clásica hasta nuestros días, podemos apreciar los cambios que sobre lo público y lo privado se han gestado en su interpretación, los cuales consideramos como una consecuencia de presiones históricas erigidas a partir de la aparición de nuevas instituciones sociales que le fueron dando un sentido distinto a la presencia del Estado y su relación con el entorno. En la Grecia Clásica el espacio público es conformado por ciudadanos que se reúnen para discutir cuestiones de interés común que giraban en torno al Estado.

A partir del Siglo XVI, lo público empieza asociarse a toda actividad o autoridad derivada del Estado. Emerge lo privado como aquellas esferas de la vida que quedan excluidas o separadas de este. Inicia la separación clásica entre Estado y Sociedad Civil interpretada por Hegel como una esfera de individuos privados, organizaciones y clases reguladas por la ley civil y formalmente distintas a la ley del Estado.

La aparición de los partidos políticos contribuyó a formalizar una mediación entre Estado y Sociedad Civil, cuyas modalidades de comunicación se fueron expresando progresivamente de acuerdo con las posibilidades del contexto, desde el encuentro público en plazas y calles, pasando por las modalidades impresas facilitadas por la aparición de la imprenta, hasta

llegar a la compleja construcción *massmediática*¹ fortalecida por dispositivos tecnológicos audiovisuales. Así se fue construyendo una “manera de conocer” los asuntos vinculados a las tomas de decisiones inherentes al Estado y sus implicaciones en la sociedad civil, a partir de referencias que han exigido componentes comunicacionales, vinculando los derechos de ciudadanía a la necesidad de estar informado.

Para finales del siglo XIX y gran parte del siglo XX surge un ámbito de particular incidencia en la conformación del espacio público, a partir del cual también se generan diferencias con los períodos anteriores: al fortalecerse la propiedad privada en la lógica progresiva del mercado se adopta una relación entre el Estado y su entorno, marcada fuertemente por la economía, es decir, lo privado incluye ahora aquellas “organizaciones económicas que operan en el mercado económico y que están orientadas en cierta medida a la obtención de beneficios” (Thompson, 1998, pág.165)

En los siglos XIX y XX se levantan complejas organizaciones económicas y surgen instancias de naturaleza estrictamente privadas, asociadas al manejo de la información y cuyo principal espacio de ganancias está garantizado a partir de la mercancía de las ideas, construidas día a día con referencias cotidianas que inauguraron estilos narrativos y empezaron a hacer del espacio público un lugar de intercambio entre la ficción y la realidad. Bajo esta condición empieza a ser inspirado el trabajo informativo de los denominados medios de comunicación social, en el que la prensa se fortalece, aparece la radio, y luego la televisión, incidiendo sobre nuevas modalidades comunicativas y, en consecuencia, sobre la naturaleza de lo público.

Para Thompson (Thompson, 1998), la

¹ Nos referimos al término *massmediático* recurrentemente, asociándolo a la existencia compleja de redes informativas estimuladas por medios que difunden mensajes a públicos amplios y en distintos espacios, todo esto vinculado a la concepción mercantilista del manejo de la información. Nos limitaremos a la aparición de la prensa, radio y televisión y su desarrollo en las sociedades capitalistas del siglo XX. Los autores le confieren términos distintos a estos medios (de comunicación, de información, *mass media*); sabiendo las reservas de muchos sobre las definiciones concebidas, nosotros lo haremos indistintamente, dependiendo del autor que manejemos.

incidencia de la aparición y desarrollo progresivo de los medios de comunicación social en la conformación del espacio público, tiene varias explicaciones, pero para nuestros fines, nos quedaremos con dos de ellas. La primera de ellas es la que este autor relaciona con “la propiedad pública tradicional de la co-presencia”, condición que es característica del espacio público, antes de la aparición de los medios, ante la necesidad de compartir un espacio común, cada vez que se participaba en la construcción simbólica de este espacio.

Esta relación directa de las personas con los hechos y con el aspecto conversacional, típico del espacio público previo a la dinámica *massmediática*, sugiere un modelo de comunicación llevado más por la necesidad de acudir a argumentos discursivos presionados por el intercambio cara a cara, condición que cambia progresivamente con la aparición de los medios y su utilización en la construcción simbólica de los hechos: “con la ampliación de la disponibilidad ofrecida por los media, la propiedad pública de los individuos, las acciones o acontecimientos, dejan de vincularse al hecho de compartir un lugar común. Una acción o acontecimiento puede ser hecho público a través de la grabación, y transmitida a otros que no están físicamente presentes en el tiempo y en el espacio en el que ocurre” (Thompson, 1998, pág. 169).

Esta disponibilidad de la que habla Thompson acelerada en el siglo XX por los adelantos tecnológicos, construye paralelamente un entramado de necesidades en torno a la profesionalización de personas que manejen la información bajo las exigencias mediáticas que surgieron en escuelas europeas y norteamericanas. Así se construye un eje de acción-recepción sobre los asuntos del Estado, en el que gran parte de la sociedad recibe mensajes

construidos a partir de versiones de terceros y además bajo una modalidad cada vez más audiovisual. Esto, sin duda, significa un dominio por parte de empresas e individuos que se han ganado el aval para garantizar la continuidad de la visibilidad del Estado, propiciando formas de comunicación que reacomodaron las expectativas en torno a la discusión pública de ideas asociadas al Estado.

Esta manera de construir el espacio público, pasa, siguiendo a Thompson, de ser una comunicación asociada a la comunicación interactiva, a una comunicación desespacializada, dirigida a distintos sectores en contextos fragmentados, con distintos ámbitos de influencia, lo cual, a su vez, hace más compleja la conformación de la opinión pública.

Otra de las características de las que habla Thompson, es la que se refiere a la forma en la que se construye la visibilidad del Estado, producida por medios de comunicación, cada vez de manera más frecuente a través de la televisión: “en las condiciones sociales y políticas del siglo XX, las políticas de las sociedades liberales democráticas no tienen otra alternativa (sic) que la de someterse a la ley de la visibilidad compulsiva” (Thompson, 1998, pág. 182).

Este tipo de construcción de la visibilidad de los asuntos del Estado, está estimulada por una dinámica *massmediática* inspirada en agendas rápidas e improvisadas, propias de antiguas normativas periodísticas que han unificado el manejo de la información en estilos similares, sin diferenciar los objetos referenciales construidos². Lo anterior nos obliga a considerar algunos enfoques sobre la discusión democrática a partir de la comprensión mediática, toda vez que puede detectarse que la construcción actual del espacio público pareciera responder más a las necesidades de gestión de empresas de información,

² Cuando hablamos de diferenciar los objetos referenciales construidos, hacemos alusión a que en la construcción de la agenda periodística, los medios se refieren a distintos temas con distintos grados de incidencias, como lo veremos más adelante. Lo importante acá es resaltar la tendencia a uniformizar el tratamiento de la información.

que a la condición mediadora, de entendimiento y dilucidación de diferencias a partir de la constitución de ideas necesarias entre una estructura de Estado y la sociedad que lo rodea.

La noticia: ¿cápsula de sentido en la sociedad?

La naturaleza económica de la industria informativa es evidente, pero el control de su producto ya hemos comentado que es complejo y no depende solamente de los intereses sobre la oferta del servicio. Para Ortega y Humanes (Ortega & Humanes, 2000, pág. 84) "el empresario mediático ha de enfrentarse con la fabricación de un tipo de bien cuya definición y naturaleza no controla".

El proceso de producción deviene entonces en un bien particular denominado noticia, cuya fabricación supone un ejercicio intelectual, pero afiliado a pautas que hacen compatibles el negocio de la información *massmediática*, con los mecanismos de levantamiento diario del producto. Un negocio cuyo principal objetivo es mantener la atención del lector día tras día.

La elaboración de la noticia le compete a un profesional que en el siglo XX fue fortaleciéndose como especialista en el manejo de la información diaria: el periodista. Sobre este profesional recae el compromiso de (re)construir la simbología cotidiana, a través de criterios de priorización y estilos narrativos que han sido pautados por influencia del periodismo norteamericano, referencia obligatoria para garantizar la continuidad de esta labor, en medio de exigencias mercantilistas³.

Walter Lippmann (Lipmann, 1986, pág. 56), famoso periodista norteamericano, logra

precisar en 1922, en medio del paroxismo que significó la apertura de la prensa comercial, lo siguiente:

"Cuando llega al lector, cada periódico es el resultado de toda una serie de selecciones en cuanto a cuales ítems deben imprimirse, en qué posición se los debe publicar, cuánto espacio debe ocupar, que énfasis se le debe dar a cada uno. Aquí no hay pautas objetivas. Hay convenciones..."

Ahora, el problema de asegurarse la atención (del lector). Es un problema de provocar sentimiento de identificación personal con las notas que está leyendo. Las noticias que no ofrecen esta oportunidad de introducirse en la lucha que describen no pueden atraer a un amplio público". (Walter, 1986, pág. 96)

Esta lógica de atracción al lector estimuló el levantamiento de una serie de pautas que fueron determinando al periodista algunos criterios de valoración de la noticia y que hoy día, permanecen casi intactos, desde hace más de un siglo.

Amparándose en las técnicas de difusión colectiva, las primeras pautas de valoración de la noticia respondieron a criterios como el que Roger Clasusse (Clasusse, 1961, pág. 12) describe en la década del cincuenta:

"El placer que se encuentra en el escándalo, en los dramas, en los proyectos espectaculares es rasgo de los hombres de nuestro tiempo, quienes encuentran en estos relatos la oportunidad de liberar "en la intimidad de la alcoba", instintos que la sociedad rechaza sin

misericordia. El suceso diverso "el hecho sangriento", las noticias sensacionales son el terreno en que se desenvuelve esta necesidad de psicoterapia, liberación y satisfacción de los instintos primitivos que, rechazados constantemente bajo la inhibición, provocan frustraciones y angustias".

A pesar de que el tiempo se ha encargado de estimar explicaciones distintas acerca de los usos y efectos de los medios, no ha habido en la democracia una práctica periodística que no se resista a esta antigua pauta para capturar la atención de la gente, a partir del manejo de criterios emotivos y exagerados en la selección de la noticia.

Para Borrat (Borrat, 1989, pág. 118):

"Hay varios valores acerca de los cuales parece existir un acuerdo entre quienes seleccionan, construyen y comunican públicamente las noticias. Destacan entre ellos lo reciente, lo súbito, lo unívoco, lo predecible, lo relevante, lo próximo del hecho noticiable, dando prioridad a las tramas acerca de la política gubernamental, la política exterior y la política interna del Estado, la economía, la industrial; a lo que es conflicto o desastre o tiene "interés humano" o resulta negativo o dramático; a lo que puede personificarse: a los estados centrales y a las elites del propio país".

Estos criterios sensibilizan la unificación de la agenda temática planteada por los distintos medios informativos, sobre los cuales se han ido estableciendo progresivamente mecanismos homogéneos para seleccionar la noticia, calificarla, priorizarla y (re)construir la realidad. Esto hace que en determinados lugares, los titulares *massmediáticos*, no reflejen radical diferencia sobre los temas planteados.

Los criterios de valoración de la noticia se fueron determinando cuando la prensa era el medio principalmente destinado al manejo de la información diaria. Luego, la aparición de la radio y la televisión, así como los adelantos tecnológicos, no sólo facilitaron en el formato audiovisual la explotación de los elementos de selección de la noticia, sino que estimularon un proceso de coproducción, donde la imagen y el sonido reforzaban e ilustraban cada vez con mayor espacio de credibilidad lo plasmado en el medio impreso.

Sobre los temas a abordar, podemos ver que el periodismo abrió posibilidades a todo acontecimiento que permitiera la explotación de los criterios anteriormente citados; no obstante, el abanico temático de la agenda informativa es amplio y con grados distintos de incidencia en la vida de un individuo. Miquel Rodrigo Alsina habla de distintos niveles de incidencia de la noticia en el destinatario:

1. *Implicación directa y personal. Son aquellas noticias que afectan directamente a la vida cotidiana del individuo. Por ejemplo, la subida de los impuestos*
2. *Implicación directa y no personal. Afecta directamente de forma emotiva o ideológica, pero no tiene una incidencia relevante en la vida cotidiana de la persona. Por ejemplo, la victoria del equipo del fútbol de que se es simpatizante.*
3. *Implicación indirecta. No afecta directamente al individuo, que percibe la noticia como algo que sucede en otro tiempo y a otras personas. Por ejemplo, la victoria de otro equipo de fútbol.*
4. *No implicación. El individuo se siente indiferente a la información recibida. Por ejemplo, la baja de Siemens en la Bolsa de Francfort (1989, p.103)*

En el entendido de una incidencia que depende de las características de cada individuo,

³ Con la aparición del nuevo papel y de los nuevos sistemas de plegado, fue posible dar otra coherencia, íntima a las páginas de los diarios y de las revistas y desarrollar un metalenguaje comunicacional más allá de las palabras, codificado por los tipos de letra, el tamaño de los titulares, la disposición jerárquica que a su vez crea una jerarquía de la noticia desde 1840, con un periodismo norteamericano que muy pronto inaugura con estas pautas el fenómeno sensacionalista acerca del tratamiento de la información, el cual a pesar de ser matizado considerablemente años más tarde, inspira aún en nuestros días el tratamiento de la información (ver más en Historia y Comunicación Social, Manuel Vásquez Montalbán, 1997)

lo anterior intenta darle a la noticia, la garantía de abarcar el mayor interés posible. Podemos ver que la implicación directa y personal y la implicación directa y no personal, con mayores niveles de incidencia, dependen de un contexto compartido y de una asimilación de códigos y valores comunes que debe manejar quien jerarquiza la información.

No obstante; la diferencia entre estos se estima en que el manejo de la información, derivado de la primera incidencia (directa y personal), es mucho más delicado para la estabilidad simbólica de una sociedad, pues implica la toma de decisiones sobre asuntos que competen a todo el colectivo, mientras que la segunda incidencia (directa y no personal) penetrará en algunos sectores aislados, con menor repercusión sobre el debate público.

Borrat (Borrat, 1989) llama a esta diferenciación, noticias blandas y noticias duras, dependiendo del grado de interés periodístico, por la incidencia que puedan tener en el colectivo, siendo las primeras de mayor interés y las segundas, calificadas por aspectos más triviales.

Estudios recientes de la psicología aplicada a grandes colectivos prefieren hablar de objetos sociales de la representación mediática, refiriéndose a objetos sociales densos o duros cuando los valores sociales tratados en los medios influyen directamente en objeto y, por tanto, la polémica y controversia son mayores, y a objetos sociales blandos, sobre los cuales se observa mayor consenso porque la modalidad que pueden tomar no altera significativamente la vida cotidiana de las personas (Calonge, 2001).

Hay, pues, una diferenciación en los temas abordados que queda clara tanto para quien trabaja la jerarquización diaria de las informaciones, como para quien las recibe. Por ejemplo, los temas referidos al Estado, la educación, el aborto, la democracia, son distintos a los consejos de moda, el deporte, cuidado

personal, farándula.

Sin embargo, y a pesar de los distintos grados de importancia para el debate público, no hemos encontrado criterios diferentes de abordaje en el tratamiento de la información. Es decir, la tendencia recurrente es utilizar los mismos estilos narrativos, para la presentación de asuntos vinculados a la toma de decisiones públicas, construcciones ligeras que pueden ir difuminando, desde la presentación *massmediática*, el tratamiento simbólico de los espacios públicos y privados, en ocasiones solapados.

Por otro lado, la condición de producción diaria de la información construye una lógica *massmediática* asociada a lo efímero, con presentación de notas cortas y rápidas que probablemente estimulen el debate, pero, sin continuidad o profundización sobre el tema, siendo este un elemento clave en la oferta de noticias generadas por los medios de comunicación en la sociedad contemporánea.

Para algunos autores, esta condición constituye una "resemantización" constante que a partir del funcionamiento de los *mass media* hacen más complejos los procesos de sentido y de inferencia en la actualidad Arisó (Arisó, 2012), sobre todo cuando los objetos sociales duros no solo son los más abordados, sino que constituyen referencia importante en las sociedades contemporáneas.

Esta incidencia de la lógica *massmediática* en el debate público ha sido objeto de estudio, principalmente por la escuela francesa, incorporando la discusión a un proceso complejo de crisis de legitimidad de lo político.

Eliseo Verón (Verón, 1995, pág. 137) explica de esta forma que "al implantarse un mercado de consumo (dominado) por la lógica de la comunicación comercial producida a través de los medios... (se determina) una lógica de corto plazo, destinada a manejar del mejor modo posible el universo complejo y cambiante del imaginario cotidiano de los consumidores".

Así, siendo el discurso político una mercancía más del mercado de los medios, Verón critica severamente: "asistimos, por un lado, a la decadencia del campo donde se ejercía la gestión de los colectivos de largo plazo (el de lo político) y, por otro, al dominio creciente de otro campo (el de los medios) esencialmente orientado por la gestión de los colectivos de corto plazo; este es, según mi opinión, el sentido profundo de la crisis de legitimidad de lo político, de la que tanto se habla hoy" (Verón E., 1995)

Lippmann advertía en los inicios del periodismo comercial lo siguiente: "tal como la verdad social está organizada hoy, la prensa no está constituida para proveer de una edición a la siguiente la cantidad de conocimiento que demanda la teoría democrática de la opinión pública" (Lippmann, 1968, pág. 99)

Críticamente, las exigencias de comunicación dialógica y de razonamiento estable que exigen los principios democráticos no pueden estar alimentadas exclusivamente por patrones referenciales como los establecidos por la lógica *massmediática*, pues a todas luces esto sería incompatible con la estabilidad simbólica aspirada.

Recordemos que para sobrevivir en esta lógica de inmediatez e impacto, la construcción de la noticia se ampara en la utilización de esquemas mentales o estereotipos que "facilitan un catálogo informativo en la memoria" (Vincent, 1981), "reducen la disonancia cognitiva inquietante" (Deutsch, 1961) o "representan un necesario instrumento de economía para el aprendizaje" (Wolf, 1987)

Rodrigo Alsina asevera: "téngase en cuenta que la concepción de noticia, como tradicionalmente se ha aceptado, es lo opuesto a la noción histórica o científica del hecho significativo, que es repetitivo y constante, no excepcional" (1989, pág. 28).

Ortega y Humanes (Ortega & Humanes, 2000, pág. 66) sostienen que "el periodista,

acuciado por exigencias profesionales, no sólo supeditará la continuidad en el tratamiento informativo de los acontecimientos a fragmentarias y rompientes primicias (con lo que la sociedad se torna ámbito de lo inconexo y por lo mismo difícilmente inexplicable), sino que buscará con afán aquellas fuentes que por su posición están en condiciones de proporcionarle materiales "impactantes".

Pero paradójicamente, esta premisa ha seguido avalando el clásico tratamiento informativo y presentación diaria de las noticias, conjuntamente con un espacio cada vez más amplio y poderoso por parte de los medios en la producción de sentido que, cotidianamente socializa conductas entre los actores de una democracia, gracias también a un debilitamiento inversamente proporcional de las instituciones tradicionales que otrora se encargaban de esto.

Sin dejar de lado la necesidad de simplificar la información diaria, creemos conveniente para la democracia garantizar un colectivo constituido por individuos que logren hacer lecturas más allá de las aparentes y que reduzcan la posibilidad de construir opiniones basadas en los tipos de esquema mental ya discutidos.

Ello solo se logra con la adaptación de las antiguas referencias educativas a los nuevos contextos, así como la creación de espacios alternativos que formen nuevos ciudadanos en una sociedad mediática y, por supuesto, revisando y replanteando el papel actual de los medios en una sociedad que es distinta a la que quisieron reflejar desde los inicios del periodismo, hace más de un siglo.

Consideraciones de cierre

El tratamiento informativo que se establece como lógica a los periodistas en su formación profesional, probablemente haya dejado sin pertinencia a la dinámica *massmediática*, frente a las exigencias que se les genera en medio de la

democracia.

La historia les confiere a los medios una cuota de confianza como referencia y orientación permanente en el debate público, en asuntos de gran complejidad social y en momentos de severa crisis institucional, función para la cual probablemente no estén naturalmente formados los profesionales de la información, dado que se reflejan aspectos más técnicos que de contenido, en la práctica.

El complejo proceso de producción de información diaria imbuye así al periodista en ámbitos subjetivos, donde se establecen prioridades compartidas con lo que se supone son los intereses de una sociedad, para cuya construcción temática se aplican criterios narrativos, de imagen, sonido, titulares y selección de fuentes, entre otros aspectos técnicos, haciendo suponer que no es papel del medio ser orientador, sino simplemente informar.

Al reconocerse un aporte importante del periodista en la priorización temática diaria y al observarse una reducción de referencias cotidianas al escenario *massmediático*, nos obligamos a preguntar si no es hora de aspirar a una preparación de los nuevos profesionales en especializaciones de temas vinculados al Estado y la democracia. Y por otro lado, de revitalizar el papel de otras instituciones como la escuela en estos nuevos contextos, en el que la lectura mediática debería pasar a ser un factor comprendido y mejor utilizando como espacios de construcción de la crítica hacia el Estado, a partir de individuos formados en procesos de ciudadanía.

Esto podría garantizar, no la construcción diaria de verdades, pues es este un plano de construcción artificial de realidades que seguirían siendo impuestas, pero sí ayudaría a ampliar el panorama de estabilidad normativa, cuyos cambios dependerían más formalmente de una comprensión sobre los problemas sociales y, menos de una aspiración de productos culturales

de corto plazo, recostada de la lógica *massmediática*.

No debemos olvidar que si algo han ganado los individuos de la sociedad actual es el poseer cada vez más posibilidades de apropiarse de manera más justa de esos contenidos significativos que se les ofrece diariamente. En este sentido, Thompson (Thompson, 1998, pág. 66) explica:

Cuando nos apropiamos de un mensaje lo adaptamos a nuestras vidas y a los contextos en los que vivimos. Nos referimos a un conjunto de circunstancias que, en el caso de los productos mediáticos, difieren de las circunstancias en las que se produjo el mensaje

Visto así, la reinterpretación debe estar dada también a partir de la relación que el Estado les ofrece a los individuos para ser autónomos y no presas de las circunstancias mediáticas; dentro de estos individuos también estarían los nuevos profesionales de la información.

Debe, pues, empezarse a ver los medios de comunicación en su relación con el Estado, con el mercado, con las prácticas profesionales, con el marco legal y con otras tendencias que se mezclan en las viejas y nuevas modalidades comunicativas para poder conferirle una explicación más global a la relación medios-democracia.

Bibliografía

Arisó, G. (2012). Sociedad, medios y opinión pública: algunas reflexiones sobre una tríada compeja. <http://www.oocities.org/collegetpark/5025/mesa9a.htm>.

Borrat, H. (1989). *El periódico, actor político*. México: Gustavo Gili.

Borrat, H. (1989). *El periódico, actor político*. México: Gustavo Gili.

Calonge, S. (2001). La representación mediática. Un enfoque teórico. *Conocimiento social y sentido común*, 15-55.

Clausse, R. (1961). *Bosquejo de una sociología de la noticia* (12 ed.). Caracas: Facultad de Humanidades y Educación. Universidad Central de Venezuela.

Deutsch, K. (1961). *El análisis de las Relaciones Internacionales*. Buenos Aires: Paidós.

Lipmann, W. (1986). Periódicos. *El poder de los medios en la política*, 93-101.

Lipmann, W. (1986). Periódicos. *El poder de los medios en la política*, 99.

Ortega, F., & Humanes, M. L. (2000). *Algo más que periodistas: sociología de una profesión*. Madrid, España: Ariel sociología.

Ortega, F., & Humanes, M. L. (2000). *Algo más que periodistas: sociología de una profesión*. Buenos Aires: Ariel Sociología.

Sorokim, P. (1973). *Sociedad, cultura y personalidad: su estructura y dinámica*. Madrid: Aguilar ediciones.

Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. España: Paidós Comunicación.

Thompson, J. (1998). *Los media y la*

modernidad: una teoría de los medios de comunicación. Paidós Comunicación.

Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. España: Paidós Comunicación.

Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Paidós Comunicaciones.

Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Paidós Comunicación.

Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. España: Paidós comunicaciones.

Verón, E. (1995). Interfaces, sobre la democracia audiovisual avanzada. *Nuevo Espacio Público*, 124-139.

Verón, E. (1995). Interfaces, sobre la democracia audiovisual avanzada. *Nuevo Espacio Público*, 127.

Wolf, M. (1987). *La investigación de la Comunicación de Masas: Crítica y Perspectivas*. Barcelona, España Paidós.