

PERIODISMO CÍVICO O CIUDADANO, ALCANCES Y LIMITACIONES. ¿AYUDA AL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN?

Investigador USAL:
Zavala, Jacinto Edgar (edgar.zavala@usal.edu.ar).

Resumen

Esta investigación plantea cuáles son los desafíos que debe enfrentar el periodismo actual, sobre todo en el campo del género de investigación, y cuál es el aporte que puede hacer el llamado periodismo cívico, ciudadano o participativo para encarar una labor que satisfaga los requerimientos de la sociedad.

En la primera parte de este estudio se trabajó con los diarios *Clarín*, *La Nación*, *Página 12* y *Perfil* acerca de las formas en que estos medios reflejan la participación ciudadana a partir de cartas de lectores y redes sociales como Facebook o Twitter. Se analizaron las ediciones de dichos periódicos desde el 2 de enero al 30 de junio de 2015, lo que equivale a un total de 576 periódicos. Se estudió la cantidad de noticias de primera plana (4 810 unidades) y el espacio dedicado a los lectores (2 647 mensajes).

La segunda parte del trabajo abordó los noticieros de televisión. Se analizaron las ediciones del mediodía y noche, según una muestra determinada durante el año 2016, de los canales 7, 9, 11 y 13, los cuales emiten sus contenidos desde la Ciudad de Buenos Aires. El total de las emisiones analizadas fue de 36, y se clasificaron las noticias con la misma metodología que la usada para los periódicos. Se cuantificó, también, el espacio dedicado a que los televidentes manifiesten sus inquietudes.

Como conclusión se estableció que tanto los diarios impresos como los noticieros de televisión dedican muy poco espacio y tiempo al periodismo de investigación. Respecto de la participación ciudadana, casi la totalidad de las cartas de lectores publicadas por los diarios refieren a la repercusión que tuvo en sus lectores la agenda de temas planteada por cada medio. No hubo ningún caso en que los periódicos tuvieran en cuenta alguna inquietud manifestada por sus lectores y desarrollaran una investigación periodística. Lo mismo ocurre con la televisión, donde la participación de los televidentes es casi inexistente, solo se puede dar a través de mensajes en Whatsapp o Twitter.

Desde el punto de vista de los aportes de este trabajo para el campo del periodismo de investigación, puede concluirse que los medios tradicionales siguen marcando la agenda en la opinión pública y no invierten tiempo ni espacio para profundizar temas que respondan a las características del género. Tampoco se observa una decisión concreta desde los medios de dar cabida a los lectores o televidentes.

Palabras clave: periodismo; nuevas tecnologías; periodismo de investigación; ciudadanía; nuevos medios

Abstract

This research considers the challenges current journalism has to face, especially in the field of research, and what contribution the so-called civic, citizen or participatory journalism can make to carry out a work that meets the requirements of society.

In the first part of this study, we worked with the newspapers *Clarín*, *La Nación*, *Página 12* and *Perfil*, focusing on the ways in which these media reflect citizen participation from readers' letters and social networks such as Facebook or Twitter. The editions from January 2 to June 30, 2015, of these newspapers were analyzed, which is equivalent to a total of 576 newspapers. We studied the amount of front-page headlines (4,810 units) and the space allocated to readers (2,647 messages).

The second part of the work covered television newscasts. Noon and evening editions of channels 7, 9, 11 and 13 that broadcast their contents from the City of Buenos Aires were analyzed according to a sample determined during the year 2016. A total amount of 36 emissions were examined, and each news item was classified with the same methodology as the one used for newspapers. The space allotted to viewers for expressing their concerns was also quantified.

As a conclusion, it was established that both printed newspapers and television newscasts devote very little space and time to investigative journalism. Regarding citizen participation, almost all the readers' letters published in the newspapers refer to the repercussion that the agenda of issues set by each medium had on the readers. There was no case in which the newspapers took into account some concern expressed by their readers and developed a journalistic investigation. This is also true for television, where audience participation is almost non-existent –it can only take place through Whatsapp or Twitter.

From the point of view of the contributions of this study to the field of investigative journalism, it can be derived that traditional media continue to set the agenda in public opinion and do not invest any time or space to deepen issues that respond to the features of the gender. Neither is a concrete decision observed from the media to take readers or audiences into account.

Keywords: journalism; new technologies; investigative journalism; citizenship; new media