

MEDIOS Y OPINIÓN PÚBLICA

DENIS RENÓ
MARCELO MARTÍNEZ
CAROLINA CAMPALANS
— EDITORES ACADÉMICOS —



COLECCIÓN TEXTOS
DE CIENCIAS HUMANAS



realcode



UR

Medios y opinión pública

Medios y opinión pública / editores académicos Denis Renó, Marcelo Martínez, Carolina Campalans. — Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, Escuela de Ciencias Humanas, 2015.
xiv, 284 páginas. — (Colección Textos de Ciencias Humanas).

ISBN: 978-958-738-561-8 (rústica)

ISBN: 978-958-738-562-5 (digital)

Medios de comunicación de masas / Opinión pública / Internet – Aspectos sociales / Periodismo / Violencia / Prensa / I. Título / II. Serie.

303.38

SCDD 20

Catalogación en la fuente – Universidad del Rosario. Biblioteca

amv

Diciembre 3 de 2014

Hecho el depósito legal que marca el Decreto 460 de 1995

Medios y opinión pública

Denis Renó
Marcelo Martínez
Carolina Campalans
—Editores académicos—



Colección Textos de Ciencias Humanas

- © 2015 Editorial Universidad del Rosario
© 2015 Universidad del Rosario, Escuela de Ciencias Humanas
© 2015 Denis Renó, Marcelo Martínez, Carolina Campalans, Marcelo Martínez Hermida, Luis Antonio Ogando, Fermín Galindo Arranz, José Lorenzo Tomé, Xosé Manuel Baamonde Silva, Karina Janz Waitowicz, Sérgio Luiz Gadini, María José Martínez Ordóñez, Manuel Martínez Nicolás, Aníbal Orué Pozzo, Ana Belén Puñal Rama, Aimée Vega Montiel, Óscar Alfeirán, Andressa Kikuti Dancosky, Cintia Xavier, Arnau Gifreu Castells, José Luis Terrón, Margarita Ledo Andión, Juan A. Hernández Les, Thomas Tufte

Editorial Universidad del Rosario
Carrera 7 No. 12B-41, of. 501 • Tel: 2970200 Ext. 3112
<http://editorial.urosario.edu.co>

Primera edición: Bogotá, D.C., febrero de 2015

ISBN 978-958-738-561-8 (rústica)
ISBN 978-958-738-562-5 (digital)

Coordinación editorial: Editorial Universidad del Rosario
Corrección de estilo: Sebastián Montero Vallejo
Diseño de cubierta: Miguel Ramírez, Kilka DG
Diagramación: Precolombi EU-David Reyes
Impresión:

Impreso y hecho en Colombia
Printed and made in Colombia

Fecha de evaluación: 16 de agosto de 2013

Fecha de aceptación: 10 de octubre de 2013

Todos los derechos reservados. Esta obra no puede ser reproducida sin el permiso previo escrito de la Editorial Universidad del Rosario

Contenido

Introducción	xi
<i>Denis Renó</i>	
<i>Marcelo Martínez</i>	
<i>Carolina Campalans</i>	
¿Comunidad, opinión pública y medios?: una propuesta inicial del estudio de sus relaciones y fracturas a propósito de los medios comunitarios.....	1
<i>Marcelo Martínez Hermida</i>	
Espacio público, medios y relaciones comunicativas entre ciudadanos y poderes públicos.....	21
<i>Luis Antonio Ogando</i>	
Possibilidades de revitalização da esfera pública habermasiana pelas plataformas multimidiáticas ciberespaciais	39
<i>Juçara Gorski Brittes</i>	
Jürgen Habermas, espacio público y dimensiones comunicativas	51
<i>Fermín Galindo Arranz</i>	
<i>José Lorenzo Tomé</i>	
<i>Xosé Manuel Baamonde Silva</i>	

Folkcomunicação, mediações e formação da opinião: Contrastes (e tensões) entre os fluxos comunicacionais massivos e populares na constituição da esfera pública	69
<i>Karina Janz Woitowicz</i> <i>Sérgio Luiz Gadini</i>	
Representación de la migración en la opinión pública: 'storytelling', discurso político y migración	83
<i>María José Martínez Ordóñez</i>	
Culturas periodísticas: propuesta teórica y aplicación empírica al análisis del periodismo político en España	103
<i>Manuel Martínez Nicolás</i>	
Autoritarismo, representaciones y medios en Paraguay.....	121
<i>Aníbal Orué Pozzo</i>	
Violencia de género y medios de comunicación. Los casos de México y España	141
<i>Ana Belén Puñal Rama</i> <i>Aimée Vega Montiel</i>	
Opinión pública y marca territorio: la emoción como reclamo turístico en Galicia, Bretaña e Irlanda.....	163
<i>Óscar Alfeirán</i>	
As diferentes construções da opinião pública sobre cultura digital e direitos autorais em jornais brasileiros com a nova ecologia dos meios.....	181
<i>Andressa Kikuti Dancosky</i> <i>Cintia Xavier</i> <i>Denis Renó</i>	
Del usuario pasivo al interactor activo: Cuando la audiencia suma en la construcción del discurso documental	197
<i>Arnau Gifreu Castells</i>	

El tratamiento del VIH/sida en los medios impresos de España y de la República Dominicana: el papel de las ONG en la formación de la opinión pública.....	209
<i>José Luis Terrón</i>	
La imagen velada o la inquietante extrañeza	227
<i>Margarita Ledo Andión</i>	
Del cine y de la prensa: para qué sirven	243
<i>Juan A. Hernández Les</i>	
Voz, ciudadanía y acción cívica: desafíos para la comunicación participativa	263
<i>Thomas Tufte</i>	

Introducción

El concepto de opinión pública, surgido en el marco de la modernidad occidental y en el contexto del largo camino hacia la democratización del sistema político y de la sociedad, ha estado históricamente vinculado al estudio de los medios de comunicación. Dicha relación ha recibido diversos abordajes, que han oscilado entre la reflexión teórica y el empirismo, con algunas propuestas puntuales de integración entre ambas perspectivas. Los autores que participan en esta compilación se mueven entre ambos terrenos. Además, consideran la relación que vincula opinión pública y medios desde una perspectiva plural de estos últimos; es decir, los textos presentados a continuación no restringen su ámbito de reflexión a los medios masivos. También se toman en consideración algunas manifestaciones locales de la opinión pública, incluso algunas vinculadas a expresiones culturales populares. Por otra parte, estos textos también contribuyen a vincular los procesos de opinión pública con los debates más actuales sobre teoría de la comunicación, como por ejemplo aquellos que han vuelto a poner de relieve el concepto de narrativa, relacionándolo con la conversación pública y la producción de los medios de comunicación, sean o no de masas. Todos los autores que participan en esta compilación forman parte de la Red Europa América Latina de Comunicación y Desarrollo (Real_Code), en la cual participan académicos de España (principalmente, vinculados a la Universidad de Santiago de Compostela) y América Latina.

El primer capítulo, “¿Comunidad, opinión pública y medios?: una propuesta inicial del estudio de sus relaciones y fracturas a propósito de los medios comunitarios”, presentado por Marcelo Martínez Hermida, ofrece discusiones sobre la temática que sirven como base para la construcción de toda la obra en sí. Martínez presenta conceptos que direccionan toda la discusión presentada en este libro de manera provocadora y desafiante.

De igual manera, Luis Antonio Ogando presenta el capítulo siguiente bajo el título “Espacio público, medios y relaciones comunicativas entre ciudadanos y poderes públicos”, que complementa la discusión presentada anteriormente y la amplía para los espacios públicos y su relación con la comunicación y con los medios. Tal discusión es importante para preparar a los lectores para las cuestiones que están porvenir en los otros artículos.

Para construir conceptos, son presentados dos capítulos fundamentales para consolidar las discusiones teóricas del libro, conceptuando o debatiendo las ideas de Jürgen Habermas, fundamental autor para el tema. En un primer momento, Juçara Gorski Brittes presenta el capítulo “Possibilidades de revitalização da esfera pública habermasiana pelas plataformas multimidiáticas ciberespaciais”, que, además, rescata las ideas del autor para la discusión del espacio público, presentando al mismo tiempo propuestas para su existencia en el mundo contemporáneo, en el que lo digital y el ciberespacio vienen modificando las estructuras tradicionales. En un segundo momento, Fermín Galindo Arranz, José Lorenzo Tomé y Xosé Manuel Baamonde Silva presentan el capítulo “Jürgen Habermas, espacio público y dimensiones comunicativas”, que, de cierta manera, complementa la discusión anterior, por lo que recomendamos la lectura de los dos secuencialmente para quienes tienen interés en reflexionar sobre las ideas habermasianas.

Siguiendo las cuestiones sobre espacio público, Karina Janz Woitowicz y Sérgio Luiz Gadini presentan una importante discusión a partir de los conceptos de la folkcomunicación, teoría de la comunicación desarrollada por el académico y periodista brasileño Luiz Beltrão. Con el capítulo “Folkcomunicação, mediações e formação da opinião: contrastes (e tensões) entre os fluxos comunicacionais massivos e populares na constituição da esfera pública”, los autores invitan a los lectores a una reflexión sobre la construcción de la opinión pública, esencia del trabajo de Beltrão.

En seguida, tenemos el aporte del capítulo “Representación de la migración en la opinión pública: ‘storytelling’, discurso político y migración”, desarrollado por la ecuatoriana María José Martínez Ordóñez. En el texto, Martínez Ordóñez mezcla migración y discurso político en la construcción de la opinión pública. El tema se apoya en realidades ecuatorianas que, además, pasan por cambios considerables, ya que los emigrantes regresan poco a poco al país debido a la crisis europea.

La segunda parte del libro, denominada “Aplicaciones”, presenta estudios de caso sobre la temática, llevando al lector a hacerse una idea sobre la manera de aplicar los conceptos presentados anteriormente en la obra.

En el primer capítulo “Culturas periodísticas: propuesta teórica y aplicación empírica al análisis del periodismo político en España”, Manuel Martínez Nicolás hace una mezcla entre los conceptos teóricos y sus aplicaciones en la práctica, específicamente en el periodismo político español. Ello se justifica porque la opinión pública está presente de manera fundamental en el periodismo político.

Aníbal Orué Pozzo presenta en el segundo capítulo una discusión poco difundida pero de igual importancia. Bajo el título “Autoritarismo, representaciones y medios en Paraguay”, los lectores pueden conocer el escenario paraguayo de la construcción de la opinión pública que involucra no solamente al país, sino también a las naciones del Mercosur, después del cambio de Gobierno de 2012, considerado por los países del eje como resultante de un golpe de Estado y un atentado a la democracia.

Un tema fundamental para la agenda de discusiones es presentado por Ana Belén Puñal Rama y Aimée Vega Montiel en el capítulo “Violencia de género y medios de comunicación. Los casos de México y España”. En el texto, las autoras ofrecen aportes para conocer y comprender el escenario de la construcción de la opinión pública sobre violencia de género en los dos países, lo que puede servir de base, no solamente teórica sino también metodológica, para nuevos estudios aplicados a otros escenarios.

El gallego Óscar Alfeirán presenta en su texto una discusión sobre la opinión pública aplicada al desarrollo económico y, por consiguiente, social. Para ello, desarrolla el estudio titulado “Opinión pública y marca territorio: la emoción como reclamo turístico en Galicia, Bretaña e Irlanda”, con una comparación entre las tres regiones.

En un momento social en que la comunicación P2P convive con leyes contra la libertad de expresión, Adressa Kikuti Dancosky, Cintia Xavier y Denis Renó presentan el capítulo “As diferentes construçõs da opinião pública sobre cultura digital e direitos autorais em jornais brasileiros com a nova ecologia dos meios”, que discute el escenario de la discusión en los principales periódicos de Brasil. En el texto, los autores ofrecen una importante reflexión para la opinión pública sobre el tema “¿qué es cultura digital?”.

De igual manera, Arnau Gifreu Castells presenta el capítulo “Del usuario pasivo al interactor activo. Cuando la audiencia suma en la construcción del discurso documental”, una discusión sobre participación ciudadana en los procesos de construcción o reconstrucción mediática. Para ello, presenta un texto que propone la participación de la audiencia en la construcción de obras documentales.

Un importante estudio sobre opinión pública es presentado por José Luis Terrón en el capítulo “El tratamiento del VIH/sida en los medios impresos de España y de la República Dominicana: el papel de las ONG en la formación de la opinión pública”. El texto señala el importante papel que tienen los medios en conjunto con organizaciones para instrucciones sobre enfermedades y cuidados necesarios para su prevención, en este caso analizando dos realidades mediáticas: España y República Dominicana.

Margarita Ledo Andión presenta en el capítulo “La imagen velada o la inquietante extrañeza” un texto definido por la autora como “un título de crisis para un sujeto en crisis”, en el que la castración de la opinión pública es el tema principal. Para ello, se apoya en ideas de Noam Chomsky, además de otros autores fundamentales para esta discusión acerca de la opinión pública y el debate político de un grupo social.

En el penúltimo capítulo del libro, Juan Hernández Les presenta un aporte significativo para el tema. Bajo el título “Del cine y de la prensa: para qué sirven”, el autor traza una relación entre cine y prensa para la construcción de la opinión pública, haciendo que el séptimo arte reciba una importancia merecida en estos procesos.

Finalmente, en el capítulo “Voz, ciudadanía y acción cívica: desafíos para la comunicación participativa”, Thomas Tufte ofrece insumos para cumplir con los desafíos propuestos por el mismo texto: el desarrollo de procesos comunicacionales en los que la participación social es el pilar fundamental.

Con esta tabla de contenidos, *Medios y opinión pública* presenta reflexiones y discusiones que aportan a la construcción de la opinión pública desde los medios de comunicación y que son pertinentes en un momento de la historia en el que los ciudadanos buscan de manera incesante la participación, en un escenario donde los medios y las tecnologías existentes ofrecen posibilidades para ello. El libro, además, hace aportes para el desarrollo de nuevos estudios relacionados con el tema y para la evolución del periodismo como real constructor de una opinión pública democrática. Buena lectura.

Denis Renó
Marcelo Martínez
Carolina Campalans
Editores académicos