

Ciudadanía y medios de comunicación: los límites de una esperanza

Mabel Grillo*

Resumen

La creciente aparición de integrantes del público en espacios mediáticos ha hecho pensar en el potencial de los medios de comunicación para la expansión de la ciudadanía. Si bien la ciudadanía es una condición necesaria para la ampliación de los derechos institucionalmente establecidos y para la realización de aquellos que habiendo sido legalmente logrados aún no se cumplen en los hechos, partimos de la idea que excede el campo de los derechos e implica una condición que faculta a los integrantes de una sociedad para las luchas con los poderes establecidos. Por su parte, los medios integran a sus programaciones las intervenciones del público, dotándolas de contenidos y formatos apropiados a su anclaje institucional. Expresan el modo en el que socialmente se produce la política, en el marco de los límites que el mercado pone a las democracias. El artículo profundiza esta argumentación dando cuenta de resultados de investigaciones realizadas en ámbitos locales.

Palabras clave: Ciudadanía. Medios de comunicación.

Abstract

[Citizenship and Mass Media: a hope's boundaries]

The recent participation of the public in the means of communication has made us reflect on the potential for the expansion of citizenship which is a condition necessary for the widening of institutionally established rights and for the enforcing of legal rights which are not exercised in real life; however, our approach goes beyond this field and implies a condition which enables the member of a society to struggle with the powers established. On the other hand, the media make the public participate in their programs providing them with contents and formats appropriate for the institutional framework. The media express the way in which politics is socially produced within the boundaries that market imposes on democracy. This article goes deeper into the argumentation and gives the results of research at local level.

Key words: Citizenship. Mass Media.

* Profesora titular de la Universidad Nacional de Río Cuarto.

El hecho de que cada vez mayor número de personas, muchas de ellas comunes, algunas que ni siquiera han intervenido en hechos noticiosos, participen en espacios televisivos de géneros diversos puede llevar a imaginar que los medios de comunicación y en especial la televisión han posibilitado la construcción de espacios que colaboran en la profundización y ampliación de la vida democrática. No obstante, estas apariciones en la pantalla, las llamadas telefónicas o los correos electrónicos, han pasado a constituir en numerosas ocasiones una coartada para la espectacularización, un ingrediente forzado del curso regular de un programa o la exhibición de problemas privados con un tratamiento alejado del interés común. Esto nos estaría indicando que las posibilidades que los medios ofrecen para construir espacios de participación están siendo subutilizadas para generar y profundizar prácticas ciudadanas. En este artículo nos aproximamos conceptualmente al problema de la ciudadanía para luego proponer dimensiones que consideramos relevantes para estudiarlo en términos del espacio que ofrecen los medios de comunicación. Para ello, retomaremos algunos resultados que hemos obtenido en investigaciones realizadas en los últimos años.¹

Identidad ciudadana y política democrática

Los derechos y deberes implican la capacidad de ser sujeto de un determinado ámbito y la ciudadanía es la reivindicación y reconocimiento de esos derechos y deberes frente al poder (Garretón, 1995: 103). Ahora bien, cuando este poder se juega en el marco de una política democrática, el modo en el que ejercitamos la ciudadanía está íntimamente vinculado al objetivo según el cual construimos la política. En líneas generales, sobre este tema concordamos con la posición de Chantal Mouffe para quien la política democrática debe sostenerse tanto sobre la tradición de la democracia liberal como del republicanismo cívico. Es por ello que miramos el problema de la ciudadanía desde un punto de tensión entre la libertad individual y el bien común. (Mouffe, 1999)

Aceptar que hay un bien común por encima de nuestro interés privado es una condición necesaria para el goce de la libertad individual, siempre que aprobemos la idea de que un bien común sustancial resulta insostenible, desde el momento en que el poder ya no se encuentra en nuestras sociedades naturalmente ligado ni a la ley ni a alguna fuente superior de conocimiento.

Pero si un bien común sustancial resulta imposible tampoco podemos dar prioridad absoluta al derecho sobre el bien común –como sostiene la posición liberal–, porque para ello sería necesario un cierto tipo de sociedad con institucio-

1. "Regionalización, medios de comunicación e identidades locales". Agencia Córdoba Ciencia (2000-2004) y SECYT/UNRC (2000-2002); "Espacios de interacción mediática, procesos de identificación y participación ciudadana" (2002-2004). SECYT/UNRC; FONCYT.

nes específicas que aseguren la igualdad y el respeto, las cuales serían, a su vez, "consecuencia de la revolución democrática" (Mouffe, 1999: 94). Si bien el principio de la libertad constituye la gramática de una política que garantice el derecho ciudadano de participación en la cosa pública, sólo en una sociedad que se proponga a sí misma el bien común, el derecho estará aliado a la justicia.

Desde esta perspectiva, la vida política concierne a la acción colectiva, pública; apunta a la construcción de un "nosotros" en un contexto de diversidad y de conflicto. La mejor manera que encontramos de definir a la ciudadanía en este marco es como la identidad política que se crea a través de la identificación con la *res-publica*.

Pero, al mismo tiempo, y como dice Mouffe, es "algo a construir no dado empíricamente" (1999: 96). Una forma de identificación, no una entre tantas como en el liberalismo, ni la más importante y dominante, como en el comunitarismo: "Es un principio de articulación que afecta a las diferentes posiciones subjetivas del agente social, aunque reconociendo una pluralidad de lealtades y el respeto a la libertad individual". (Mouffe, 1999: 101)

Como dijimos, la vida política implica la construcción de un "nosotros" en un contexto diverso y animado por conflictos. En estos conflictos aparecen poderes diferenciales que procuran fijar las pautas sobre las cuales girará el nosotros y el bien común respectivo. En la sociedad moderna no hay un centro depositario del poder, no hay garantía última ni fuente trascendental. El poder, por decirlo de alguna manera, se expone a una indeterminación. Si aceptamos esto, entonces, cuando el poder se juega en el marco de una política democrática son importantes todos los esfuerzos por construir identidades ciudadanas. (Mouffe, 1999)

Para Vermeren las interrogaciones sobre la ciudadanía surgen de un presupuesto no elucidado: el ciudadano es un sujeto poseedor de derechos, y toda la cuestión es saber si esos derechos se ejercen o no. Es a partir de allí que todos los discursos de la filosofía política se sostienen en la inadecuación del derecho al hecho, en el diagnóstico de déficit de ciudadanía. (Vermeren, 1999)

A su vez, al hablar de identidades ciudadanas hay un presupuesto compartido por muchos autores de que no es porque haya derechos institucionalizados que hay ciudadanos. En realidad, como dice Vermeren:

[L]a ciudadanía vendría sobre todo de la producción del acto perpetuo por el cual se tiende a devenir ciudadano pero sin lograr instalarse en la ciudadanía. El ciudadano es en algún sentido un ciudadano virtual, que sólo puede serlo en acto a cada instante.

Reinventar la política sería entonces reconstituir el sujeto como sujeto político (...) que en ciertos momentos se reencuentra en su condición de ciudadano. (Vermeren, 1999: 24-26)

Es en el marco de la permanente necesidad de construcción de procesos de identificación con prácticas ciudadanas y de escenarios donde el poder se pueda construir en el ejercicio de esas prácticas en libertad, que podemos imaginar a medios y públicos generando espacios que promuevan el interés y la participación en la cosa pública y la definición del bien común. No obstante, es conveniente que despejemos expectativas ambiciosas remarcando que la naturaleza institucional de los medios los muestra apenas como habilitantes², nunca determinantes de los procesos sociales. Esto no quiere decir que ese papel se cumpla mecánicamente; son agentes activos de la necesaria mediatización de significados, tanto de la circulación más o menos amplia de los mismos, como de su expansión o estrechez expresiva.

Los medios de comunicación como espacios de participación

La posición de los autores que estudian el papel de los medios de comunicación en la sociedad, y en particular en lo que respecta a la democratización y a la participación del público en los escenarios que construyen, es diversa y, algunas veces, contrapuesta.

Cuando Eric Macé estudia el público participante en programas de entretenimiento, ve estas actuaciones como compensaciones frente a la desintegración y la exclusión social. Sostiene que los medios se constituyen en el instrumento para mostrar aquello que la audiencia quiere manifestar y ofrecen un espacio de participación a los sectores excluidos de la participación social. Plantea que la industria cultural propone paliar las situaciones sociales de aislamiento y exclusión social de ciertos sectores, ofreciendo una integración a "su propio sistema" como sustituto de integración y reconocimiento social. De esa manera "ofrecen una participación directa y democrática a los excluidos de la participación social". (Macé, 1997: 200)

Para Winocur, los participantes en los espacios de los medios han adquirido experiencia en esa práctica y ello les ha permitido desarrollar habilidades his-

2. Retomamos el término "habilitante" de Roger Silverstone (2004) para dar cuenta de la idea generalmente asumida de que los medios no son causa de procesos sociales específicos sino que participan de ellos traduciéndolos y mediatizándolos.

triónicas para desempeñarse con soltura “al aire”. Todos han aprendido cuáles son las reglas de cada medio: lo que se puede o no decir, la manera para expresarlo, y qué estrategias discursivas deben usarse para impactar al auditorio en cada caso. Winocur sostiene que la “fascinación” por participar expresa más una necesidad de ser escuchado y ejercer un gran protagonismo que de esperar una respuesta o solución a los problemas.

Para la autora, los programas al estilo *talk show* ofrecen una ventana “legítima” para ventilar el rencor, realizar una queja, expresar sentimientos de enojo y angustia, utilizando el lenguaje corriente sin formalismos. Lo que importa no es sólo una oportunidad para la traducción de las demandas y reivindicaciones, sino la ilusión de ser tomado en cuenta, de trascender el estrecho marco de la casa y el vecindario y volverse “visible” en el espacio público.³ (Winocur, 2002)

En síntesis, el público en realidad no espera que los medios (la TV, la radio, el diario) solucionen sus problemas y al medio tampoco le interesa averiguar qué desenlace tuvieron las historias, salvo que ameriten convertirse en una novela por entregas. Lo que importa para ambos es el factor publicitario. Para los primeros significa volverse “visibles” en la escena pública; para los segundos, historias que venden. En definitiva, se da una transacción de intereses.

Pero Winocour va más allá al plantearse el problema de las diferentes competencias para la participación mediática. Sostiene que si bien esta necesidad mutua abre un espacio fundamental de negociación que representa importantes posibilidades para la ampliación de la esfera pública, hay una tensión entre intereses diversos, muchas veces en pugna, que no siempre se resuelve a favor de los que demandan presencia en los medios. De hecho, aquellos participantes y porción de auditorio que piensan de manera “distinta” si no “venden” de manera inteligente su participación, corren el riesgo de quedar excluidos del discurso por la vía de la omisión, de la censura o por su condición de minoría. Esto tiene como consecuencia la producción de un modelo de participante y de formas de participar que contribuye a reproducir los estereotipos acerca de “lo que piensa la mayoría”, “lo que es de interés común”, y además acerca de cómo, cuándo y dónde decirlo. (Giglia y Winocur, 1996: 83)

John B. Thompson pone el acento en un aspecto diferente. Sostiene que con el desarrollo de las sociedades modernas, el proceso de formación del yo se nutre progresivamente de materiales simbólicos mediáticos. Para el autor, vivir en un mundo con esa característica acarrea nuevas responsabilidades que pesan considerablemente sobre nuestros hombros. Algunos individuos no asumen estas responsabilidades, otros se lanzan a campañas y protestas en nombre de los otros no-presenciales. Es un sentimiento de responsabilidad hacia los otros lo que gene-

3. Sonia Livingstone y Peter Lunt (1997) sostienen que en los *talk show* se celebra al individuo a través de las experiencias personales y la búsqueda de soluciones particulares.

ralmente lleva a las personas desconocidas a manifestarse en los medios para hacer una denuncia, un reclamo, plantear una esperanza o simplemente hacerse oír. (Thompson, 1998)

Entendemos, además, que estos espacios ciudadanos no deben ser simplemente asociados a la formación y participación de las opiniones sino igualmente a un lugar simbólico de representación y construcción de las identidades y las jerarquías de los microespacios públicos, a las redes de oposición política y a las diferentes formas de representación social. (Le Guern y Leroux, 2000)

En este abanico de posibilidades y límites que se le otorgan a los medios en el debate que se ha establecido sobre el alcance que tienen para dar visibilidad, para promover la participación de integrantes de sus públicos en los espacios comunes por ellos ofrecidos y, también, para producir imágenes de ciudadanía, parece interesante reconocer cuáles son las modalidades que efectivamente se ponen en práctica en situaciones específicas diversas. Resulta necesario identificar y promover aquellas temáticas y tratamientos que de alguna manera trascienden lo espectacular o lo banal y muestran alternativas para la construcción de espacios ciudadanos. Podemos imaginar que en la miríada de posibilidades de participación mediática que públicos y medios construyen, las motivaciones son variadas e, incluso, muchas veces se combinan contradictoriamente. La cuestión es preguntarnos –con Garretón– si es posible construir en los medios escenarios propicios para la ciudadanía o si en ellos sólo se asumen formas ilusorias de su ejercicio. (Garretón, 1995: 103)

Ciudadanía y contextos de interacción mediática

El debate actual sobre el papel de la tecnología comunicacional en el proceso de globalización tiene claras implicaciones políticas. Las identidades políticas puestas más claramente en cuestión son aquellas que históricamente se organizan alrededor de las sociedades nacionales; en este marco, es común que imaginemos al ciudadano como ciudadano de una nación. Nicholas Garnham sostiene que mientras la globalización propugna un concepto paralelo de ciudadanía global y estructuras políticas con representatividad global, estamos en estados nacionales y nuestra identidad ciudadana es nacional. (Garnham, 1993)

La ciudadanía se propone como una condición que iguala en derechos y deberes a todos los habitantes de un territorio que, administrado por el estado, constituye como espacio de identificación a la nación. Es verdad que en numerosos países, entre los cuales se encuentran los latinoamericanos, la constitución de la nación implicó conflictos y dominación, por ejemplo de etnias y clases, pero la ciudadanía fue un instrumento que siempre utópicamente se interpuso a los poderes excluyentes de la sociedad que actúan en nombre de la nación.

Lo cierto es que la ciudadanía ha asumido, en los últimos tiempos, nuevos y complejos significados a la luz de cambiantes situaciones históricas. Cuando se han estudiado las relaciones entre medios y ciudadanía, en particular en Estados Unidos y Europa, se ha privilegiado el análisis del modo en que los medios representan a las minorías étnicas, sexuales, nacionales, etcétera. Así, algunos autores como Renato Rosaldo consideran que en la actualidad la ciudadanía cultural es el camino para el ejercicio del reclamo por el reconocimiento y la igualdad de derechos ante el estado. (Rosaldo, 1997)

Lechner, por su parte, destaca el papel activo que han asumido viejas y nuevas asociaciones como vecinales, clubes, ONG, y agrupaciones diversas, independientes del estado, en la consolidación de nuevas esferas de pertenencia. Estas agrupaciones movilizan demandas de reconocimiento social más amplios y contribuyen al ejercicio de formas de hacer política que han transformado las prácticas ciudadanas. (Lechner, 2000)

Por nuestra parte, estudiamos en la ciudad de Río Cuarto el papel de los medios de comunicación en los procesos de identificación con los espacios locales. Vimos el modo en que se construyen las audiencias locales en términos de vecindario y las implicaciones de esta construcción para los integrantes del público (Grillo, 2004; Rusconi, 2004). A partir de estos resultados, nos propusimos analizar la participación del público en la programación televisiva local, tópico que repetidamente aparecía en el material analizado, tanto en los espacios televisivos como en las entrevistas realizadas a los integrantes de sus audiencias (Grillo et al., 2003; Milani, 2004; Tonello, 2003). Nuestra preocupación se orientó a identificar las potencialidades de esos espacios para la identificación ciudadana. Respondiendo a ese objetivo, construimos una tipología de la construcción que se hace del público y los participantes tratando de reconocer, en los diferentes tipos de participación, modalizaciones que permitieran el reconocimiento y la identificación con la condición ciudadana por parte de quienes constituían sus públicos. En la televisión local la ciudadanía se asocia a la condición de vecinos de una ciudad y el ámbito demandado por estos "vecinos" es el gobierno municipal. Al mismo tiempo, un tipo frecuente de bien reclamado, cuya posesión emerge como un derecho, lo constituyen los servicios públicos. Este reclamo instituye a los ciudadanos en su dimensión de consumidores y clientes de las prestatarias, de las cuales el gobierno municipal aparece como garante. (Rusconi, 2004; Grillo, 2003)

Asimismo, repetidas apariciones de integrantes del público en el noticiero televisivo local expresan disputas personales o de grupos que normalmente están originadas en espacios interpersonales de interacción y son trasladadas a la televisión. Además, alrededor de un tercio de las llamadas telefónicas a la radio son realizadas para establecer contactos con familiares, amigos o conocidos. Si bien este uso de los medios es previsible en una ciudad cuyo tamaño permite grandes posibilidades de conocimiento personal entre miembros de redes cruzadas que atravie-

san audiencias y medios, no deja de indicar una jerarquización de cuestiones cotidianas y particulares por encima de aquellas que se vinculan al bien común o que integran la esfera de lo público. (Milani, 2002; Grillo, 1999; 2001)

En el ámbito nacional, en tanto, en los espacios mediáticos de participación predominan factores vinculados a las características propias del discurso espectacular que caracteriza a la neotelevisión. (Eco, 1986; Cassetti y Odin, 1990)

Predominan los *talk show* y las melodramatizaciones televisivas del reclamo y la demanda. Por ejemplo, en la Argentina de la última crisis los medios de comunicación en general, y la televisión en particular, han dado muestras de ser un campo propicio para la intervención de integrantes de sus públicos y de la sociedad en general en la demanda de reivindicación y reconocimiento. Casullo (2002) ha dado cuenta de que en el pico de la crisis, entre diciembre del 2001 y los primeros meses del 2002, en el ámbito nacional se puso de manifiesto que asambleístas, caceroleros, piqueteros, entre otros grupos de manifestantes, tuvieron como principales aliados –sino como únicos– a los medios de comunicación. No obstante estas observaciones, sólo podríamos concluir que los intereses empresariales de los grandes medios de comunicación aparecieron complementándose a los de los manifestantes, en la medida que generaban, mantenían y aumentaban las audiencias nacionales.

Todas estas constataciones nos muestran que la ciudadanía que se está construyendo rescata aspectos parciales, desagregados, a veces, minúsculos del ejercicio ciudadano. Por ejemplo, el modo seguido en los reclamos por servicios reduce la ciudadanía a demandas que buscan soluciones para dificultades individuales⁴. Corremos el riesgo de identificarla con este conjunto de prácticas concretas. Refiriéndose a este tema de las especificaciones históricas que adoptan las prácticas ciudadanas, Van Gunsteren sostiene que si bien ellas constituyen el eje de las luchas por la ampliación de los derechos,

desde una perspectiva analítica, el concepto (necesariamente más abstracto) de ciudadanía hace referencia a una práctica conflictiva vinculada al poder, que refleja las luchas acerca de quiénes podrán decir qué en el proceso de definir cuáles son los problemas comunes y cómo serán abordados. (Van Gunsteren, citado en Jelín, 2003: 11)

Pensamos que la ciudadanía como proyecto reiteradamente discordante con los hechos surge de la permanente necesidad no sólo de reivindicar los reclamos por lo no cumplido, de ajustar lo que existe a lo que jurídicamente hemos

4. No pretendemos descartar la importancia de los servicios para la calidad de vida. Pero el reclamo aislado, efectuado por un simple agregado de personas, se construye más como una suma de clientes insatisfechos que un conjunto de ciudadanos que utiliza el espacio público por el bien común.

convalidado, sino también de identificar estrategias propias de “políticas de la ciudadanía” que confluyan tanto a esos logros, como a su expansión y al dominio de prácticas conducentes para su ejercicio.

Los medios de comunicación constituyen escenarios donde se traducen los intereses privados en públicos. Para Bauman, esta traducción en la vida de las democracias es muy importante y actualmente está amenazada desde dos frentes: uno es el poder mundial –extraterritorial– separado de las políticas locales, “el poder que fluye”, y otro lo constituyen los escenarios mediáticos. Señala específicamente a la televisión, cuando transforma nimiedades privadas en cuestiones públicas (Bauman, 2001). La ciudadanía se encuentra hoy en medio de esta confrontación. Su ejercicio requiere de una transformación del individuo en un actor interesado y dispuesto a colaborar por el bien social común. Cuando un individuo reclama por un derecho ciudadano es porque considera que la satisfacción de su demanda beneficia al conjunto. Debiera ser el poder público, el estado, el encargado de evaluar la validez de esa convicción. No obstante, cuando las grandes corporaciones mediáticas son, por un lado, vehículos del poder del mercado global y, por otro, habilitan sujetos a su medida, estamos ante un problema con el potencial liberador que la ciudadanía promete. Quizás, en este punto sea necesario repetir, con Chantal Mouffe, que la profundización de la democracia necesita instituciones democráticas, pero lo paradójico es que ellas sólo se instituyen en un sistema cada vez más democrático.

Si bien es un logro para las luchas ciudadanas que algunos tópicos –como es, por ejemplo, el de los derechos humanos– hoy se instalen en el marco de una ciudadanía universal, muchos derechos consagrados por las sociedades modernas aún no han sido satisfechos. En este sentido, en las sociedades latinoamericanas se debiera insistir en la promoción de ciudadanos políticamente aptos para la lucha por el reconocimiento de derechos sociales básicos, como son la educación, la salud y la vivienda,⁵ así como el respeto a derechos civiles ya consagrados, pero cuya aceptación “de hecho” siempre es puesta en cuestión.

Una perspectiva productiva para pensar al ciudadano desde un punto de vista amplio, en la medida que lo pone en disponibilidad para el debate público sea cual fuere el contexto en el que actúe, es considerarlo con un derecho primordial: “el derecho a tener derechos” (Arendt, 1973). Parece necesario que, para el logro de avances específicos, los integrantes de una sociedad deban construirse

5. Marshall integró –ya en 1950– a la cuestión social en el marco de una ciudadanía social que debía sumarse a la política y la civil. Tom Bottomore, comentando el trabajo de Marshall, aduce que la lucha por la igualdad social debiera consignarse en el campo de los derechos humanos antes que en el de la ciudadanía (Marshall y Bottomore, 2005). Pensamos que los derechos, cualesquiera sean ellos, integran siempre necesariamente el concepto más amplio y abstracto de ciudadanía para el que reservamos –siguiendo a Jelín– su posición conflictiva con el poder (Jelín, 2003). Es por su condición de ciudadanos que individuos y grupos en determinadas situaciones sociohistóricas reclaman derechos.

subjetivamente como portadores de esa condición básica. Cuando el poder se juega en el marco de una política democrática son importantes todos los esfuerzos por construir identidades ciudadanas desde los diversos escenarios que la dinámica social permite. Sólo debiéramos reconocer que los medios actúan en el tope que el mercado impone a las democracias y que para correr ese límite es necesario mucho más que vecinos insatisfechos o clientes de servicios frustrados actuando frente a audiencias que se ejercitan en el regateo emocional que la televisión promueve cotidianamente. Y ese *mucho más* que necesitamos no es una cuestión que pueda esperarse sólo de los medios.

Bibliografía

- ARENDE, Hannah (1973), *Los orígenes del totalitarismo*. Madrid: Taurus.
- BAUMAN, Zygmunt (2001), *La sociedad individualizada*. Madrid: Cátedra.
- CASSETTI, Francesco; ODIN, Pierre (1990), "De la páleo à la néo télévision. Approche sémio-pragmatique". *Communications*, nº 51. París: Seuil. Pp. 9-26.
- ECO, Umberto (1986), *Estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen.
- GARNHAM, Nicholas (1993), "The Mass Media, Cultural Identity, and the Public Sphere in the Modern World" en *Public Culture*. Vol. 5, 2003. The University of Chicago. Pp. 251-265.
- GIGLIA, Analía; WINOCUR, Rosalía (1996), "La participación en la radio: entre inquietudes ciudadanas y estrategias mediáticas". En *Perfiles Latinoamericanos* Nº 9, Diciembre, FLACSO.
- GRILLO, Mabel et al. (2003), "Espacios de interacción mediática, procesos de identificación y participación ciudadana". Proyecto de investigación. SeCyT-UNRC.
- (2003), "De vecinos a ciudadanos. Crisis y cambio de posición en los procesos de identificación espacial". Ponencia en el *Congreso Internacional América Latina: Identidad, Integración y Globalización*. Córdoba.
- (2004) "Lo local y lo nacional como espacios de identificación espacial en la interacción mediática". En Antonelli, M. (ed.), *Cartografías de la Argentina de los '90. Cultura mediática, política y sociedad*. Córdoba: Ferreyra Editor.
- JELIN, Elizabeth (2003), "Los derechos humanos y la memoria de la violencia política y la represión: la construcción de un campo nuevo en las ciencias sociales". *Cuadernos del Ides* nº 2. Buenos Aires.
- LECHNER, Norbert (2000), "Nuevas ciudadanías". En *Revista de Estudios Sociales*. Nº 5. Bogotá.
- LE GUERN, Philippe; LEROUX, Pierre (2000), "Les limites de l'espace public médiatisé: l'exemple d'une télévision locale". En *Hermès* Nº 26-27. París: CNRS Editions.
- LIVINGSTONE, Sonia; LUNT, Peter (1997), "Un público activo, un telespectador crítico". En Dayan, Daniel, *En busca del público*. Barcelona: Gedisa. Pp. 169-184.

- MACE, Eric (1997), "La Televisión del pobre. La participación del público". En Dayan, Daniel, *En busca del público*. Barcelona: Gedisa. Pp. 185-206.
- MARSHALL, Thomas; BOTTOMORE, Tom (2005), *Ciudadanía y clase social*. Buenos Aires: Losada.
- MILANI, María Teresa (2004), "Inclusión y exclusión en el espacio público televisivo". Informe de beca Agencia Córdoba Ciencia.
- MOUFFE, Chantal (1999), *El retorno de lo político*. Paidós: Barcelona.
- ROSALDO, Renato (1997), "Ciudadanía cultural y minorías latinas en Estados Unidos." En Winocur, R. (ed.), *Culturas políticas a fin de siglo*. México: FLACSO.
- RUSCONI, Carlos (2004), "Ciudadanos, vecinos y consumidores. La construcción del espacio público en el noticiero televisivo local". En Antonelli, M. (ed.) *Cartografías de la Argentina de los '90. Cultura mediática, política y sociedad*. Córdoba: Ferreyra Editor.
- SILVERSTONE, Roger (2004), *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires: Amorrortu.
- THOMPSON, John B. (1999), *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- TONELLO, Alina (2003), "Visibilidad y reconocimiento. La participación del público en los medios locales". Informe de beca Secyt-UNRC.
- VERMEREN, Patrice (1999), "El ciudadano como personaje filosófico". En Quiroga, Hugo; Villavicencio, S.; Vermeren, Patrice, *Filosofías de la ciudadanía. Sujeto político y democracia*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones. Pp. 19-32.
- WINOCUR, Rosalía (2002), *Ciudadanos mediáticos, La construcción de lo público en la radio*. Barcelona: Gedisa.