

Dirección del Proyecto: María Cristina Mata *

Investigadores: Pablo Carro, Liliana Córdoba, Daniela Monje, Liliana Nicolino, María Soledad Segura, Juan Carlos Simo.

Título: CONDICIONES OBJETIVAS Y SUBJETIVAS PARA EL DESARROLLO DE LA CIUDADANIA COMUNICATIVA

Ciudad: Córdoba, Argentina, 2005

Producción: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, www.c3fes.net

Nota: Este texto puede ser reproducido con previa autorización con un objetivo educativo y sin ánimo de lucro.

CONDICIONES OBJETIVAS Y SUBJETIVAS PARA EL DESARROLLO DE LA CIUDADANIA COMUNICATIVA

I. INTRODUCCION

I.1. Objeto de Estudio

El ejercicio de la ciudadanía comunicativa, es decir, **el reconocimiento y ejercicio de los derechos a la información y la comunicación consagrados jurídicamente y la búsqueda de su ampliación**, suele ser tematizado en diversos estudios y propuestas de acción social como condición necesaria para revertir, mediante la participación de los individuos en la esfera pública y política, los crecientes niveles de exclusión económica y social que existen en nuestras sociedades y para consolidar el sistema democrático.¹ Pero la enunciación del ejercicio esa condición no pasa de ser una proposición formulada a manera de ideario y son escasos los conocimientos sistemáticos que permiten fundar diagnósticos ajustados acerca de su vigencia, alcances y limitaciones.

Esa generalizada situación en el campo de los estudios de comunicación constituye, a nuestro juicio, un problema relevante en tanto impide comprender las articulaciones entre comunicación y poder, resultando igualmente insuficiente para fundar estrategias orientadas a consolidar la ciudadanía comunicativa o a fortalecer los procesos democráticos mediante prácticas comunicativas contra-hegemónicas².

De ahí que nuestra investigación se propuso abordar, como objeto de estudio, las condiciones de posibilidad de existencia de la ciudadanía comunicativa en la sociedad cordobesa, es decir, se propuso conocer hasta qué punto existe, en nuestra sociedad, conciencia y ejercicio de los derechos a la información y la comunicación.

* Investigadora en comunicación. Profesora investigadora en la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.

¹ Entre otros ver Atilio Borón "Democracia y Ciudadanía", en *Desarrollos de la Teoría Política Contemporánea*, S. Gaveglia y E. Manero Comp. Homo Sapiens Ediciones, Rosario, 1996; Hugo Quiroga, "El ciudadano y la pregunta por el estado democrático", Documentos, Colección papeles de investigación, UNR, 2000; Manuel A. Garretón, "Democracia, ciudadanía y medios de comunicación. Un marco general" en AAVV, *Los medios: nuevas plazas para la democracia*, Calandria, Lima, 1995.

² Una excepción la constituyen sin duda los aportes investigativos y de intervención desarrollados, entre otros, por la Asociación Civil Calandria en Perú, bajo la conducción de Rosa María Alfaro.

Una de las estrategias para dar cuenta de ese objeto fue una indagación empírica de carácter cuantitativo acerca de los **Conocimientos, prácticas y expectativas vinculadas a la ciudadanía comunicativa**

La encuesta realizada a mayores de 18 años buscó obtener información acerca de la situación de información/desinformación experimentada por la población cordobesa tanto a partir del papel cumplido por los medios masivos de comunicación como por los organismos de carácter público. Además, indagó acerca de las representaciones existentes en torno a los roles de periodistas y medios y acerca de las posibilidades expresivas de la población. Finalmente, también se recogió información sobre el reconocimiento de la población de sus derechos ciudadanos y sobre prácticas desarrolladas en relación con su vigencia y ampliación.

II. DESARROLLO DEL ESTUDIO

La primera tarea que desarrollamos fue un ajuste de las diversas categorías de análisis implicadas en nuestro objeto de estudio cuya operacionalización se revelaba imprescindible para el diseño empírico de la indagación.

En segundo lugar, a partir de dichas categorías, determinamos los aspectos (variables e indicadores) sobre los cuáles recoger información a fin de alcanzar los objetivos propuestos.

En tercer lugar se realizó el diseño de trabajo de campo para recolectar dicha información. Ello implicó establecer criterios para la elaboración de la muestra poblacional, la producción del cuestionario que se utilizaría y la búsqueda de recursos especializados para esa labor, escogiéndose personas vinculadas al Instituto de Estadística de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba.

II.1. Categorías de análisis

El reconocimiento y ejercicio de los derechos a la información y la comunicación consagrados jurídicamente y la búsqueda de su ampliación, es decir, el ejercicio de la ciudadanía comunicativa, debe ser postulado en su doble condición de “conciencia” y práctica”. En ambos casos, dada la diversidad de condiciones sociales y las particularidades propias de los individuos que integran una sociedad, no existe un único “estado de conciencia” ni un único “tipo de práctica”. De ahí la necesidad de postular la existencia de diferentes **niveles o grados** de la ciudadanía comunicativa, que expresamos en las siguientes categorías:

a. Ciudadanía comunicativa formal

Se entiende por tal la condición de todos los individuos a quienes se les reconocen derechos a la información y la comunicación, por encontrarse comprendidos en disposiciones jurídicas (constituciones nacionales y provinciales, declaraciones de derechos, pactos internacionales, etc.). Esta categoría remite al estatuto jurídico alcanzado, en cada realidad particular, por la información y la comunicación pública.

b. Ciudadanía comunicativa reconocida

Se entiende por tal la condición de quienes conocen esos derechos como inherentes a su condición de integrantes de una sociedad determinada y son, incluso, capaces de valorar hasta qué punto ellos tienen vigencia efectiva. Esta categoría remite a la ciudadanía comunicativa como referente identitario, es decir, como a una condición a partir de la cual los sujetos se piensan a sí mismos.

c. Ciudadanía comunicativa ejercida

Se entiende por tal la condición de quienes desarrollan prácticas sociales reivindicatorias de dichos derechos, en pos de su vigencia y/o ampliación. De ahí que esta categoría pueda asimilarse a la noción de “conciencia práctica”.

d. Ciudadanía comunicativa ideal

Se entiende por tal las proposiciones en torno a la información y la comunicación pública que, desde postulaciones teórico-políticas y de expectativas de transformación social, se plantean como metas alcanzables u horizontes utópicos en vinculación con los procesos de democratización de las sociedades

El ejercicio de la ciudadanía comunicativa en cualquiera de sus niveles, se encuentra estrechamente vinculado a la existencia de un conjunto de **condiciones** de diversa índole: **objetivas y subjetivas**, categorías que debemos precisar para llevar adelante nuestro estudio.

e. Condiciones objetivas para el ejercicio de la ciudadanía

Se entienden por tales los dispositivos económicos, políticos y culturales que intervienen de manera directa en el establecimiento de un régimen de derecho, es decir, tanto en su formulación como en su vigencia, y en el establecimiento de modalidades comunicativas públicas en que tales derechos se expresen. De ahí que consideremos como condiciones objetivas para la existencia de la ciudadanía comunicativa,

- *Las regulaciones y políticas comunicativas vigentes en nuestra sociedad*, expresadas tanto en las normativas vinculadas a los derechos de comunicación, como en las políticas estatales desarrolladas en relación con tales derechos y su ejercicio.
- *Las lógicas informativas y comunicacionales hegemónicas* que impiden o menoscaban la vigencia de los derechos de información y comunicación, su reconocimiento y ejercicio.
- *Las prácticas y movimientos sociales, políticos y culturales* orientados a fortalecer tales derechos.

f. Condiciones subjetivas para el ejercicio de la ciudadanía

Se entienden por tales los significados compartidos por los integrantes de la sociedad acerca de los derechos a la información y la comunicación en tanto cultura operante en las prácticas que desarrollan con respecto a ellos. Son, en otras palabras, las disposiciones específicas a partir de las cuales individuos y grupos pueden auto-representarse como ciudadanos en el

terreno de la comunicación y hacer efectiva esa condición. De ahí que consideremos como condiciones subjetivas para la existencia de la ciudadanía comunicativa,

- *Las representaciones hegemónicas y contrahegemónicas* acerca del derecho a la comunicación.
- *Las motivaciones y fundamentos presentes en las experiencias y prácticas* propias de individuos y colectivos, desde las cuales se asumen las vinculaciones con los actores legalizados y legitimados como responsables de la vigencia de derechos en cada sociedad y las vinculaciones con los actores legitimados como mediadores comunicativos.
- *Las expectativas* que individuos y colectivos sociales expresan en torno a las potencialidades transformadoras del ejercicio al derecho a la comunicación, tanto en el sentido de perspectivas de acción como de utopías orientadoras de las mismas.

II.2. Aspectos a analizar

Teniendo en cuenta las categorías anteriormente precisadas, se determinaron los aspectos sobre los cuáles recoger información en el trabajo de campo:

a. Conocimientos requeridos para el ejercicio de la ciudadanía comunicativa.

- Conocimiento por parte de la población y de integrantes de organizaciones sociales de las regulaciones y disposiciones jurídicas y políticas en torno a los derechos a la información y la comunicación
- Conocimiento de características generales del sistema de medios masivos de comunicación
- Conocimiento de la lógica informativa de los medios masivos de comunicación públicos y privados.
- Conocimiento de mecanismos para el acceso a la información pública

b. Prácticas ciudadanas en materia de comunicación

- Demandas desarrolladas por la población y las organizaciones sociales en torno a los derechos a la información y la comunicación
- Reivindicaciones desarrolladas por la población y las organizaciones sociales en torno a los derechos a la información y la comunicación

c. Reconocimiento y satisfacción de derechos

- Conciencia acerca de derechos ciudadanos en general y derechos a la información y la comunicación en particular
- Niveles de información y/o desinformación experimentados en relación con medios masivos y otras fuentes públicas
- Conciencia acerca de desigualdades expresivas.

d. Expectativas ciudadanas en materia de comunicación

- Necesidades informativas y expresivas
- Valoración de la práctica social como motor de cambio

II.3. Trabajo de campo

El trabajo de campo consistió en la realización de una encuesta poblacional en base a una muestra de carácter aleatorio por conglomerados. Se seleccionaron mediante los procedimientos correspondientes 50 puntos muestrales en los que se realizaron 370 encuestas a hombres y mujeres mayores de 18 años de diferentes niveles socioeconómicos.

Para la realización de la encuesta se elaboró el cuestionario que consta en Anexo I. Una vez aplicada la misma, se realizó la codificación definitiva de respuestas y su procesamiento estadístico en base al cual se exponen los resultados obtenidos en el siguiente capítulo

III. RESULTADOS OBTENIDOS

III.1. Conocimiento de medios de comunicación

El conocimiento de los medios masivos que brindan información y su utilización por parte de la población de la ciudad de Córdoba fueron la base empírica a partir de la cual poder valorar hasta qué punto se reconoce contar con un nivel adecuado de conocimiento acerca de lo que sucede

III.1.1. Conocimiento de Radios que brindan información

Cuarenta y nueve emisoras de alcance local y nacional son reconocidas por la población encuestada como radios que brindan información.

La radio más conocida es LV3. La mencionó el 77% de los encuestados. En segundo lugar se ubica LV2, emisora conocida por el 42% de ellos. En tercer lugar se ubica Radio Universidad con el 30%. Excepto Radio Nacional, que es mencionada sólo por el 10% de los encuestados, las radios más conocidas son las emisoras en AM de la ciudad de Córdoba.

En cuarto lugar se ubica la FM 100.5 (28 %). En quinto, la FM Popular, con el 23 %. En sexto lugar, FM Suquía (11 %); en séptimo Radio Nacional (10%); en octavo, FM La Mega (9%); en noveno lugar se encuentra FM Power (6%) y Cadena 100 y Radio Mitre en décimo lugar (ambas con 5 %).

Las radios que se definen a sí mismas como comunitarias son muy poco conocidas; las más conocidas son FM La Ranchada y FM Sur, mencionadas por el 1.6% y 1.4% de la población respectivamente. Mientras tanto, FM María, de la Iglesia Católica, es conocida por el 4% de la población.

Alrededor de otras 35 emisoras en FM fueron mencionadas muy escasamente (entre una y 10 menciones).

Sobre un total de 1014 menciones de emisoras, en el 81% de ellas los encuestados no pudieron identificar a quiénes pertenecen. En un 17% de las menciones, identificaron correctamente a los dueños de las radios y en el 2% proporcionaron datos incorrectos.

Este generalizado desconocimiento acerca de la propiedad de las emisoras que se mencionan, se acentúa en los sectores bajo y marginal de la población.

En lo que respecta al modo en que se vincula la edad con el conocimiento de los dueños de las emisoras, se advierte que son las personas mayores (41 años y más) quienes tienen datos más precisos al respecto.

III.1. 2. Conocimiento de canales de TV que brindan información

Los tres canales de televisión abiertos de la ciudad de Córdoba son los más reconocidos por la población encuestada como proveedores de información, alcanzando un porcentaje similar (entre el 84 y el 88%).

Otros 20 canales que se reciben vía cable fueron mencionados como proveedores de información. Entre ellos, en primer lugar se ubica Crónica TV (23% de menciones). En segundo lugar TN (14%); en tercero Telefé Canal 13 y Canal 9 (9%); en cuarto, América TV (8%); en quinto Canal 7 (5%); en sexto, los canales deportivos (4%); en séptimo la CNN (3%); en octavo, la señal de cable local Canal 2 y el Canal 26 (2%).

Sobre un total de 1305 menciones de canales de televisión, en el 94% de los casos, los encuestados no pudieron identificar sus dueños. En un 4% de las menciones, los encuestados conocían quiénes eran los propietarios, y en el 2% de las menciones los entrevistados proporcionaron datos incorrectos.

Si bien los propietarios de canales de TV son poco conocidos por la población, el sector alto es quien los identifica correctamente en mayor medida. Ese conocimiento decrece a medida que se desciende socio económicamente: en el 97% de las menciones realizadas por personas de niveles bajo y marginal no se reconocen los dueños de los canales de TV.

Al igual que en el caso de las radios, son las personas mayores de 40 años quienes tienen un conocimiento levemente superior respecto de quiénes son los dueños de los canales de TV.

III.1.3. Conocimiento de Diarios

El diario más conocido por la población es La Voz del Interior: el 94% de los encuestados lo menciona. En segundo lugar, Día a Día con el 43%; en tercer lugar, La Mañana de Córdoba, 42%; en cuarto, Clarín (31%); en quinto La Nación (23%); en el sexto, Hoy Día Córdoba (16%); en el séptimo, Ámbito Financiero (7%); en el octavo, Página/12 (5%); en el noveno, Crónica y Reporte 15' (ambos con el 4%) y en décimo lugar Comercio y Justicia y La Razón (ambos con el 3%).

Alrededor del 2 % de los encuestados no conoce ningún diario.

Sobre un total de 1032 menciones de diarios, en el 95% de los casos los encuestados no pudieron identificar sus dueños. En un 2.4% de las menciones, los encuestados conocían quiénes eran los propietarios, y en el 2.5% de las menciones restantes, los entrevistados proporcionaron datos incorrectos.

Son en este caso las personas pertenecientes a los sectores medios quienes pueden identificar en mayor proporción a los propietarios de los periódicos: lo hace un 4% de quienes conocen diarios, mientras hace lo propio un 2.5% de quienes pertenecen a sectores altos, y ningún integrante del sector bajo-marginal.

Si bien no hay diferencias significativas por edad, los menores de 41 años son quienes menos datos poseen acerca de los propietarios de los diarios que conocen (3%). Es, al igual que en el caso de las radios y los canales de televisión, un dato que lleva a pensar de qué modo hay un registro más claro de la propiedad de medios de comunicación por parte de quienes conocían a sus “antiguos propietarios”, anteriores a la época de fusiones y concentraciones empresarias.

III.1.4. Conocimiento de Revistas

En primer lugar, cabe destacar que un 25% de los encuestados no conoce ninguna revista publicada en la ciudad de Córdoba.

La Luciérnaga³ es la revista publicada en Córdoba más conocida. La mencionó el 26% de los encuestados. En segundo lugar se ubica Aquí Vivimos, con el 11%. En tercer lugar, Rumbos, la revista que se edita los domingos junto con el diario La Voz del Interior (10%). En el cuarto, Matices (5%); en quinto, Nueva (3%) la revista que se edita los domingos junto con el diario La Mañana de Córdoba (antes con La Voz del Interior).

Sobre un total de 231 menciones de revistas, en el 86% de los casos, los encuestados no pudieron identificar sus dueños. En un 9% de las menciones, los encuestados conocían quiénes eran los propietarios, y en el 5% de las menciones restantes, los entrevistados proporcionaron datos incorrectos.

Nuevamente son los sectores socioeconómicos medios quienes poseen datos sobre los propietarios de las revistas que conocen: así ocurre en un 12% de casos del estrato medio, en el 9% del estrato alto; y en el 4% del sector bajo-marginal.

Son los mayores de 41 años quienes identifican preferentemente los propietarios de las revistas (un 15%).

III.1.5. Medios estatales y de organismos públicos

Las radios que pertenecen al estado u a organismos públicos (universidades) fueron mencionadas 171 veces por los encuestados como emisoras conocidas, lo que representan un 17% del total de radios mencionadas

³ Publicación producida por una ONG que comercializan en la vía pública adolescentes y jóvenes pertenecientes al sector marginal, identificados en ocasiones como “chicos de la calle”.

Sólo 20 encuestados reconocieron correctamente a quiénes pertenecen esas emisoras. En esos casos, se indagó si identificaban diferencias entre la información brindada por ese tipo de emisoras y las de propiedad privada. El 55% considera que existe mucha diferencia en el modo de informar. Un 25% considera que hay poca diferencia y el 20% cree que no hay ninguna diferencia. Las poquísimas personas que reconocen diferencias se ubican en los sectores medios de la población y aluden a la mayor calidad informativa que tendría Radio Universidad por sobre el resto.

También se indagó si esos encuestados reconocían diferencias entre el modo en el que participan los oyentes en las emisoras estatales y/o públicas y las emisoras de propiedad privada. Sobre 18 respuestas, el 61% reconoció que existe mucha diferencia; el 17% que existe poca; y el 22% que no hay ninguna diferencia.

En este caso la diferencia es a favor de las radios de propiedad privada las cuales, según opinaron encuestados de diversos sectores sociales, permiten mayor participación de la audiencia que las radios públicas locales.

Los canales que pertenecen al estado u a organismos públicos (universidades) fueron mencionados 328 veces por los encuestados (25% del total de menciones) como canales conocidos.

Sólo 15 encuestados (4%) reconocieron correctamente a quiénes pertenecen esos medios. En esos casos, se indagó si identificaban diferencias entre la información brindada por ese tipo de canales y los de propiedad privada. El 47% considera que existe mucha diferencia en el modo de informar, aunque son prácticamente inexistentes las razones para sustentar esas diferencias. Un 26.5% considera que hay poca diferencia e idéntico porcentaje cree que no hay ninguna.

También se indagó si esos encuestados reconocían diferencias entre el modo en el que participan los televidentes en los canales estatales y/o públicos y los canales de propiedad privada. El 29% reconoció que existe mucha diferencia; el 35.5% que existe poca diferencia e idéntico porcentaje que no hay ninguna. La mayor diferencia se establece como en el caso de las radios- en tanto se siente que en los canales públicos hay menos participación de la audiencia y que son más “aburridos”.

III.1.6. Medios de organizaciones sociales

Las radios que pertenecen a diversos tipos de organizaciones sociales fueron mencionadas 31 veces por los encuestados (3% del total de emisoras mencionadas) como emisoras conocidas.

Sólo 9 encuestados reconocieron correctamente a quiénes pertenecen esas emisoras. En esos casos, se indagó si identificaban diferencias entre la información brindada por ese tipo de emisoras y las restantes. El 67% considera que existe mucha diferencia en el modo de informar. El 11% que existe poca diferencia y el 22% restante considera que no hay ninguna.

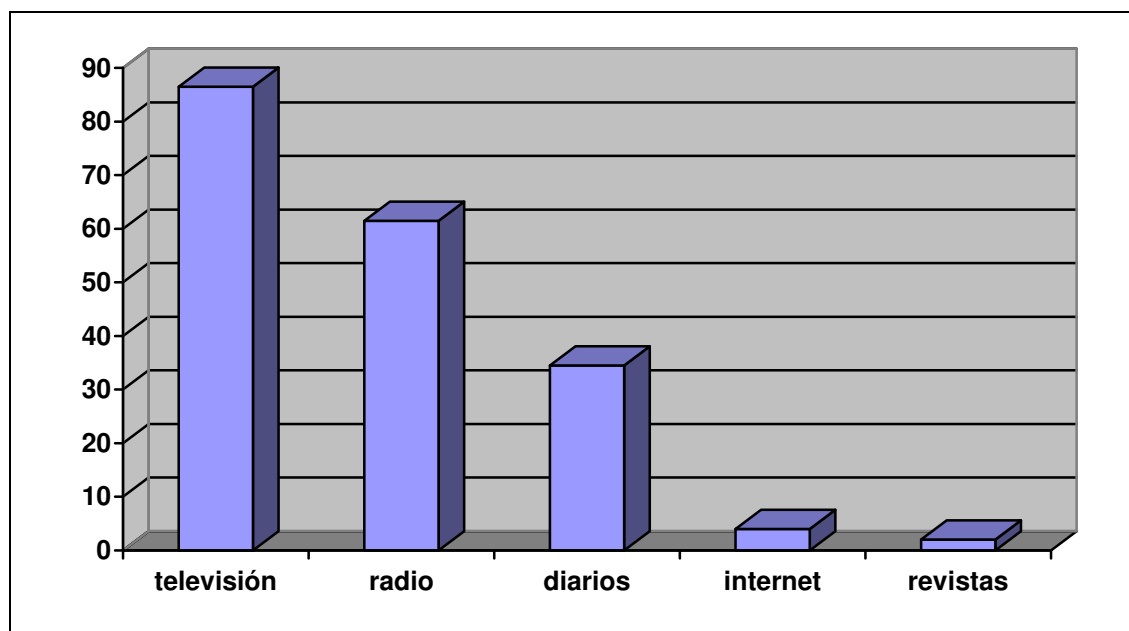
Dos son los tipos de diferencias entre emisoras de organizaciones educativas y religiosas con las demás. En el primer caso se alude a la pobreza informativa de la radio de la Universidad Blas Pascal; en el otro se destaca la visión cristiana de la información provista por Radio María, el único medio que pareciera establecer cierta identificación sectorial con sus oyentes.

También se indagó si esos encuestados reconocían diferencias entre el modo en el que participan los oyentes en las emisoras de esas organizaciones y las restantes emisoras. La mitad dijo que no hay ninguna diferencia y un tercio que existe mucha diferencia. En general, se considera que en estas emisoras hay menor participación de la audiencia que en las radios comerciales.

III.2. Medios a través de los que se informa la población de la ciudad de Córdoba

El medio más utilizado por la población de la ciudad de Córdoba para conocer noticias es la televisión. La utilizan el 86.5% de encuestados. En segundo lugar, utilizan la radio (61.5%). En tercer lugar, los diarios (34.5%). En cuarto lugar, diversos sitios de Internet (4%). En quinto lugar, revistas que se publican en Córdoba (2%).

Uso de medios con fines informativos



La cantidad de personas que utilizan con ese fin la televisión coincide con los datos obtenidos a nivel nacional por una investigación realizada por la Secretaría de Medios de la Nación en 2005⁴.

En lo que concierne a las radios, a nivel nacional un 85% de las personas se definen como “oyentes” y el Informe de la Secretaría de Medios destaca que lo predominante es la audición de emisoras en FM en las que “no se busca información ni noticias”. Ello sería congruente con el hecho de que sólo un 61.5% de los habitantes de la ciudad de Córdoba se informen a través de radios.

⁴ Según dicho informe un 85% de la población, a nivel nacional, dice informarse a través de los noticieros de la televisión. Pero el mismo informe indica que eso se produce sobre todo en el interior del país.

En cuanto al uso de diarios para informarse, el porcentaje de utilización local (34,5%) es notablemente inferior al dato obtenido a nivel nacional por el estudio al que hacemos referencia, según el cual el 50% de argentinos dicen leer diarios, acercándose más al porcentaje de lectura registrado en las provincias del noreste del país (36.4%)

III.2.1. Emisoras de Radio

La cantidad de emisoras utilizadas para informarse es mucho menor que la cantidad de emisoras reconocidas como proveedoras de información. Sólo se utilizan con ese fin 22 radios de las 49 que se conocen, es decir, un 45% de ellas. Además de esta suerte de achicamiento del campo radiofónico para fines informativos, se observa una alta concentración en torno a tres emisoras que constituyen la Cadena 3: LV3, FM 100.5 y la FM Popular, concentran el 70% del total de menciones de radios utilizadas para informarse.

La radio más escuchada por la población para obtener información periodística es LV3, mencionada por el 41% de los encuestados. En segundo lugar se ubica la FM 100.5, mencionada por el 9% de los encuestados. En tercer lugar se ubica la FM Radio Popular (7%). Esto quiere decir que el 57% de los encuestados utilizan para informarse las emisoras que integran el grupo de Cadena 3, cadena de alcance nacional y que se difunde y escucha en el extranjero vía internet. En cuarto lugar se ubica LV2 (6%). En quinto lugar, Radio Universidad (5%). En sexto, FM Suquía (2.4%) y en séptimo FM La Mega y Radio Nacional (1.6%).

El alto porcentaje de la población que se informa a través de LV3 se corresponde con su predominio informativo en todos los estratos sociales. Para todos los sectores socioeconómicos se trata de la emisora que más se escucha para obtener información: 37% en los sectores medio, 49% en el bajo y marginal y del orden del 42% para el sector alto.

También cabe destacar que la FM 100.5 (perteneciente al grupo Cadena 3) es la segunda radio más escuchada en los tres estratos considerados, compartiendo este puesto con la FM Popular (también del mismo grupo) en el nivel socioeconómico bajo marginal, y con LV2 y Universidad en los sectores medios.

Por otro lado cabe señalar que existen algunas emisoras que no son utilizadas por todo los sectores de la población para informarse: la FM Power (integrante de los Servicios de Radio y Televisión de la Universidad Nacional de Córdoba) sólo es empleada como medio informativo por los sectores altos y medios. Los sectores altos no utilizan para informarse ni la FM Popular ni la FM Suquía. Radio Nacional Córdoba no es utilizada con ese fin por los sectores altos ni tampoco por los sectores marginales.

No se observaron diferencias por género respecto a la elección de emisoras escuchadas para informarse.

III.2.2. Canales de Televisión

Si bien se mencionan 23 canales como medios televisivos aptos para informarse, sólo se utilizan efectivamente como tales 14, es decir, un 61% de los mencionados. Pero el escenario se restringe mucho más aún al comprobarse que aún cuando se utilizan para informarse 11 canales que se reciben a través del sistema de cable -incluyendo aquellos especializados en

programación informativa- ellos sólo representan el 12% sobre el total de canales mencionados. La información se busca básicamente en los tres canales locales de señal abierta que, de este modo, concentran el 88% de las menciones de canales.

El canal de televisión más utilizado por la población para obtener información periodística es Canal 12, mencionado por el 52% de los encuestados. En segundo lugar se ubica Canal 8, mencionado por el 50%, y en tercero Canal 10, (36%). A partir del cuarto lugar se ubican las siguientes señales que se reciben a través del sistema de TV por cable: Todo Noticias, 5%, Crónica TV (4%), América (3%); Telefé (2%), Canal 13 (1%). El Canal 7, de propiedad estatal sólo es mencionado por el 0.5% de los encuestados.

Canal 8 y 12 son los más vistos en todos los estratos, aunque se destaca su elección en los sectores bajo-marginal y medio. Asimismo, Canal 10 es elegido por el 40% de quienes pertenecen al estrato medio como canal para informarse, el 36% de quienes pertenecen al estrato alto y el 34% del bajo-marginal.

El género de la población no parece incidir en la utilización de canales de televisión para informarse.

III.2.3. Diarios

Un 60% de la población no utiliza ningún diario para informarse. Ese porcentaje decrece en los estratos alto (50%) y medio (58%) y se incrementa significativamente en el estrato bajo-marginal (73%). En lo que respecta a la edad, el segmento poblacional de entre 26 y 40 años es el que más utiliza los diarios para informarse (aquí el porcentaje de no utilización decrece al 54%). Entre hombres y mujeres no se observan diferencias significativas al respecto.

El diario más utilizado para conocer noticias es La Voz del Interior. Lo menciona el 32% de los encuestados. Muy alejados se ubican otros diarios locales y nacionales. Así, el segundo lugar lo ocupa Día a Día (4%). El tercer lugar es compartido por La Mañana, Hoy Día Córdoba y La Nación (2%). En cuarto lugar, Clarín (1%). Como se advierte, los diarios locales son los más utilizados para informarse por la población de la ciudad. Y tal como ocurría con el caso de las radios, se produce aquí un fenómeno de concentración. Sumando las menciones recibidas por La Voz del Interior, Día a Día y Clarín -pertenecientes al mismo complejo empresario- ellas representan un 84% del total.

Al igual que ocurría con LV3, La Voz del Interior es el diario más utilizado por todos los sectores sociales para informarse. Día a Día ocupa el segundo lugar en las menciones de los sectores bajo marginal y medio, mientras que La Nación y La Mañana de Córdoba comparten ese segundo puesto en el sector alto.

III.2.4. Revistas

El 91% de la población afirma que no utiliza revistas para informarse. Un escaso 1% menciona a La Luciérnaga y Aquí Vivimos como revistas que se publican en Córdoba a través de las cuales se informan.

III.2.5. Sitios de Internet

El 10% de la población reconoce informarse a través de Internet. El sitio más mencionado es el de La Voz del Interior (La Voz On Line) con el 3% y en segundo lugar el del diario Clarín (1%).

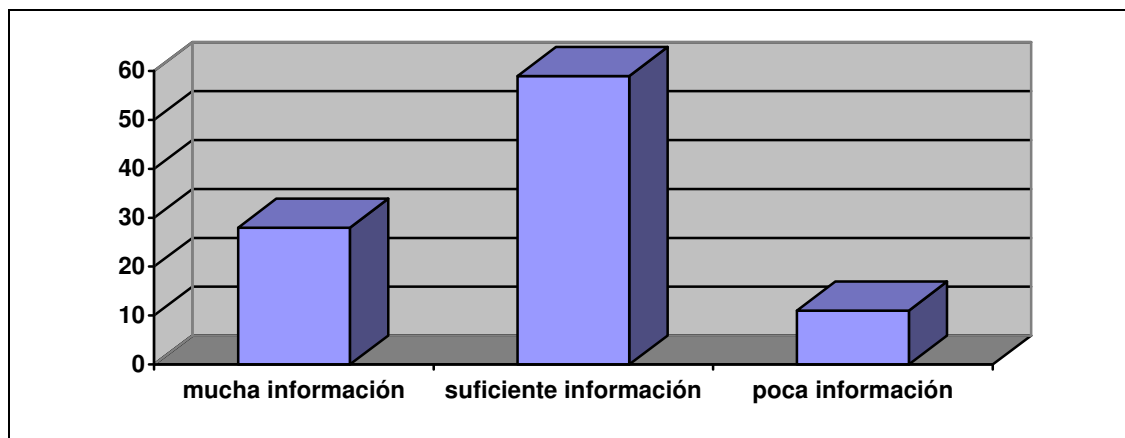
El uso de internet como medio de información guarda relación con el nivel socioeconómico de la población y su edad. Usan internet con ese fin entre un 10% y un 11% de los sectores altos y medios y lo utiliza un 2% del sector bajo marginal. En cuanto a la edad, quienes más utilizan este medio son quienes tienen hasta 30 años (12% de ellos). Para el caso de los mayores de 30 años ese porcentaje se reduce al 1%.

Hombres y mujeres utilizan del mismo modo este medio para informarse.

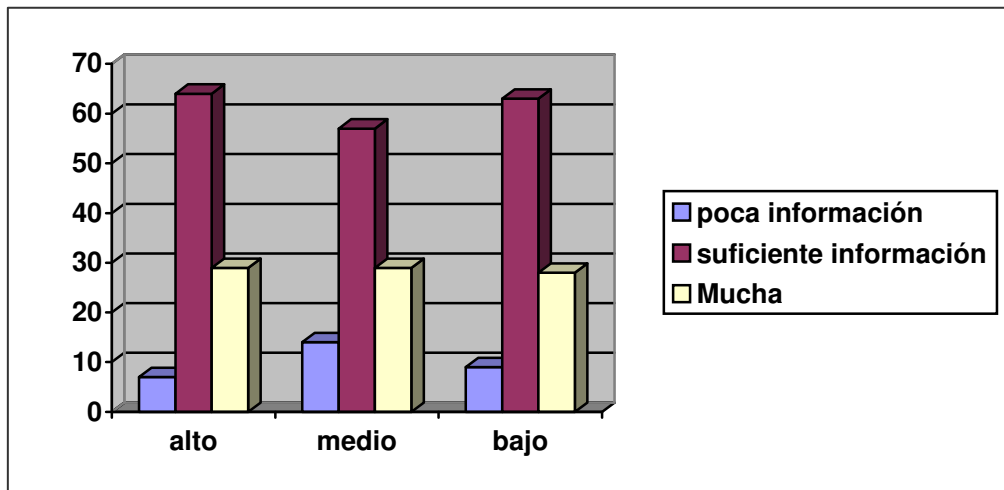
III.3. Satisfacción con la información recibida

Al indagarse el nivel de información que los encuestados consideran tener a partir de las noticias que les proveen los medios que utilizan, se obtiene que un 59% considera poseer suficiente información acerca de lo que sucede. Un 28% considera que tiene mucha información. En cambio, un 11% asegura que tiene poca información.

Niveles de información reconocidos por la población



Niveles de información por sector social



Las personas de estrato alto son quienes se sienten más informadas; sólo un 7% de ellas manifiesta tener poca información, hecho que seguramente se debe a sus mayores oportunidades informativas en relación con el consumo de medios. Luego le siguen las personas de estrato marginal: sólo un 9% de ellas consideran tener poca información, hecho que tal vez pueda deberse a su escaso conocimiento de posibles fuentes a las cuales acceder o por tener menores expectativas al respecto. Los sectores medios son quienes sienten con más fuerza el tener poca información (14%). Y también son estos sectores quienes en menor medida manifiestan tener suficiente información (55%).

Prácticamente no existen diferencias entre hombres y mujeres al valorar su satisfacción con la información que reciben de los medios masivos. En lo que respecta a edad, son los mayores de 60 años quienes en menor medida sienten tener poca información (3% de ellos) mientras que son las personas de edad intermedia, entre 26 y 40 años, quienes más experimentan esa impresión (17%).

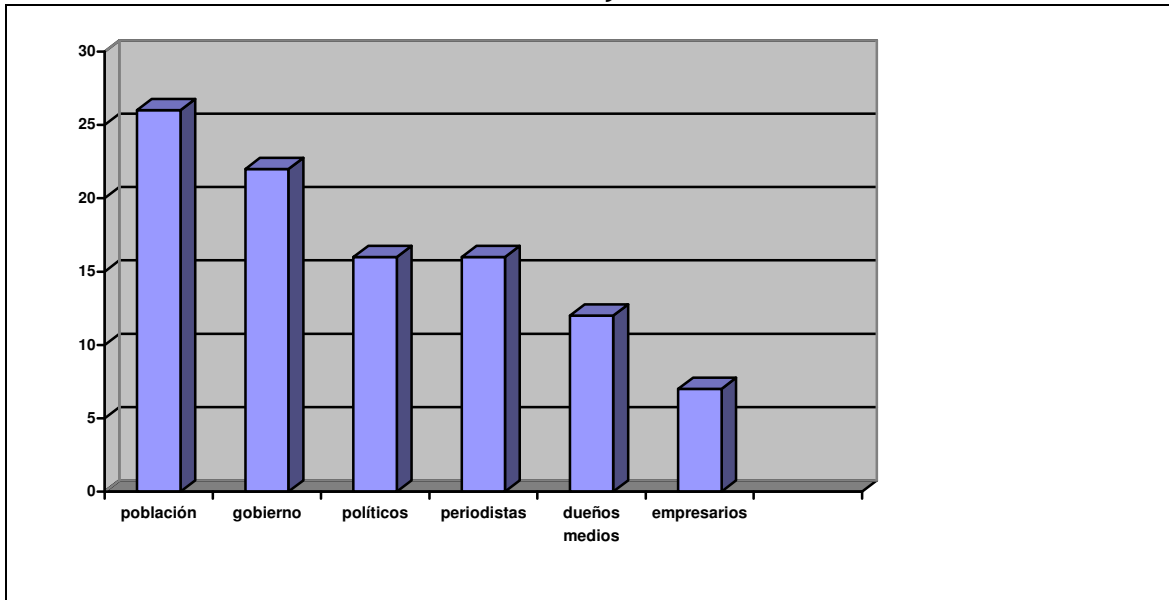
III. 4. Consideraciones sobre la información de los medios masivos

III.4.1. ¿Cómo informan los medios?

A los encuestados se les solicitó que, entre varios criterios posibles de ser utilizados por los medios de comunicación para producir información, eligiesen dos.

Al analizar el peso que tiene cada criterio sobre el total de respuestas dadas, se obtiene el siguiente resultado: los medios producen la información que difunden teniendo en cuenta lo que quiere saber la población, 26%; teniendo en cuenta lo que el gobierno quiere dar a conocer, 22%; teniendo en cuenta lo que interesa a los políticos, 16% ; el mismo porcentaje según lo que interesa a los periodistas; 12% teniendo en cuenta lo que interesa a los dueños de los medios y 7% según lo que interesa al sector empresarial.

Sectores en función de cuyos intereses se informa



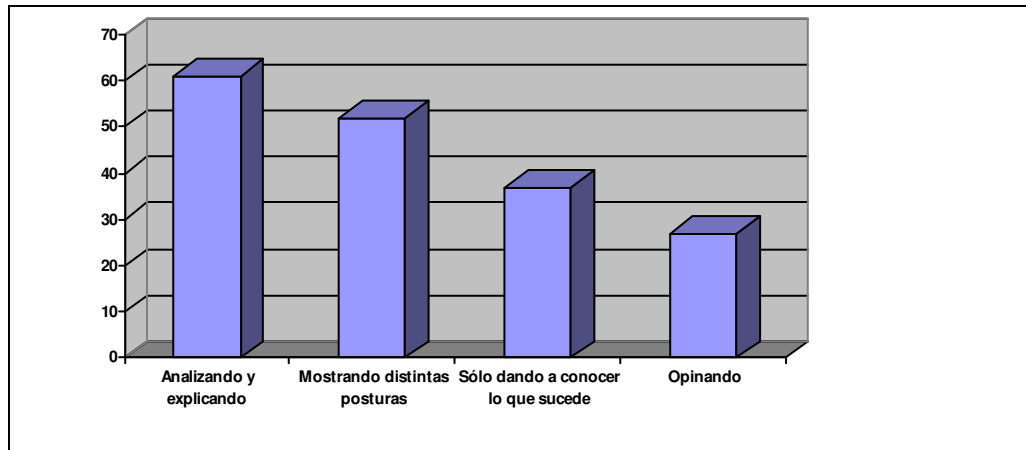
Esos resultados indican que si bien predomina levemente lo que la gente quiere saber, como criterio para la producción de información por parte de los medios, ellos no han logrado imponer su auto-representación como instituciones básicamente regidas por el interés de la población. El 74% de respuestas que aluden a otros criterios de producción de la información, entre las cuales los intereses del gobierno y los políticos concentran un 37% de ellas, indica un significativo grado de conciencia acerca del relativo lugar que ocupan, para los medios, las necesidades informativas de las personas, en relación con otros intereses sectoriales.

III.4.2. ¿Cómo desean ser informados?

También se solicitó a los encuestados que eligiesen dos posibles modos de informar por parte de los periodistas. Un 61% de la población prefiere que los periodistas “analicen y expliquen lo que sucede”. Un 52% prefiere que los periodistas “den a conocer diferentes posturas acerca de lo que sucede”. En cambio, un 37% manifiesta que deben “limitarse a dar a conocer lo que sucede”; y un 27% piensa que deben “opinar sobre lo que sucede”. Resultados que corroboran las demandas formuladas a los periodistas por organizaciones ciudadanas de Córdoba y que pudimos establecer a partir de anteriores investigaciones⁵

⁵ Ver Mata, Sgammini, Córdoba, Nicolino y Maffini (coords.) *Demandas ciudadanas de información*, Informe de Investigación, Escuela de Ciencias de la Información – UNC, Córdoba abril de 2003

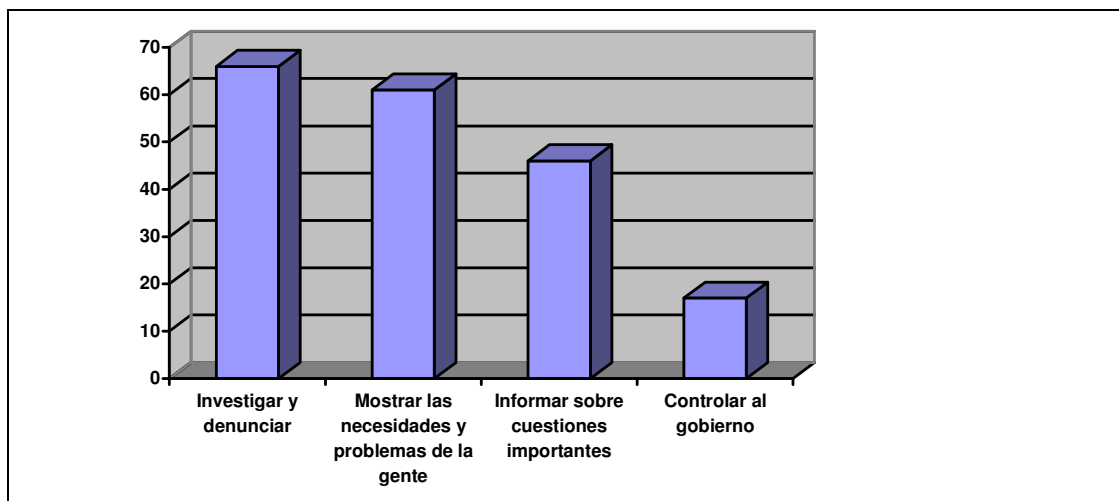
¿Cómo deberían informar los periodistas?



III. 4. 3. Funciones de los periodistas.

Entre cuatro posibles funciones a cumplir por los periodistas, se solicitó a los encuestados que las ordenasen según la importancia que les atribuían. Considerando las dos respuestas a que cada uno concedió más importancia, la principal función que deben cumplir es “investigar y denunciar todas las irregularidades que hay en la sociedad” (66% de la población la menciona como la función más relevante o la que ubican en segundo término) En segundo lugar, consideran que los periodistas deben “mostrar las necesidades y problemas de la gente ante quienes tienen poder de decisión” (61%). En tercer lugar, consideran que los periodistas “deben informar sobre cuestiones importantes” (46%) y por último, que los periodistas deben dedicarse a “controlar al gobierno” (17%).

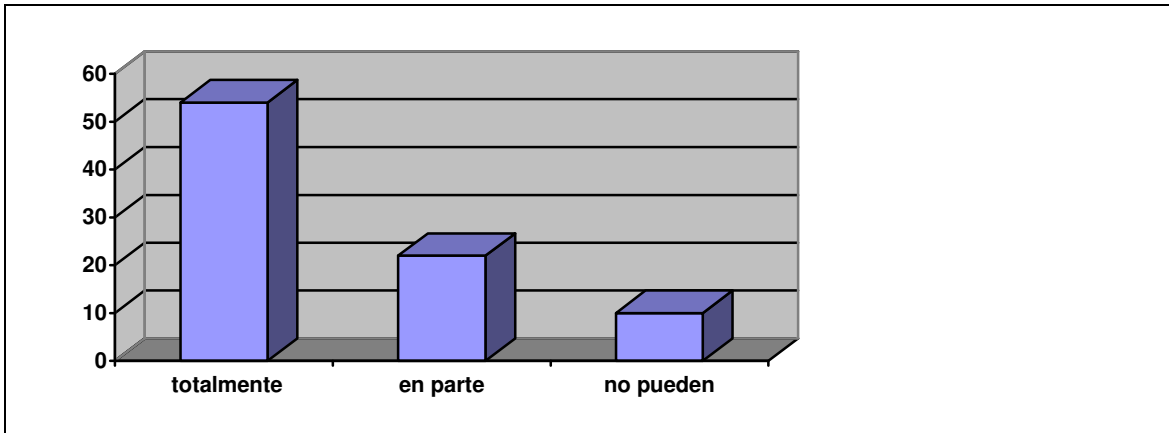
Funciones que deben cumplir los periodistas



En general, independientemente del sector social al que se pertenece, a la edad o al género, la mayoría de los encuestados (54%) consideran que los periodistas pueden cumplir las cuatro funciones antes expuestas. Un 22% considera que sólo pueden hacerlo “en parte”, y un 14%

consideran que “no pueden cumplirlas”. Un 10% de la población encuestada no pudo expresar opinión al respecto.

Grado de cumplimiento de funciones



III.4.3.1. ¿Por qué pueden cumplirse?

Las razones por las cuales se afirma que tales funciones pueden ser cumplidas se relacionan con diversas dimensiones de los medios masivos de comunicación, la propia actividad periodística y las condiciones en que ella se realiza.

La principal razón -predominante en todos los sectores sociales- está vinculada con el nivel de profesionalidad de los periodistas, las competencias adquiridas para el ejercicio de la profesión, y los medios con que cuentan para desarrollar su labor. Sus niveles de capacitación (el haber estudiado para eso); el tener una profesión que les habilita para manejar datos, investigar y denunciar; el contar con recursos técnicos para llevar adelante esas tareas, son los modos recurrentes de fundamentar la posibilidad de los periodistas de cumplir las funciones atribuidas

En segundo lugar, y también en todos los sectores sociales, se esgrimen razones que son, al mismo tiempo, de orden constativo y prescriptivo. Se afirma que los periodistas pueden cumplir esas funciones porque es “su obligación”, porque “en eso consiste su trabajo”, porque “si son honestos pueden hacerlo”, porque “es su obligación”. En realidad, más que de razones, se trata de una ratificación de las funciones que se les han atribuido a los periodistas y la convicción de que ellos deben poder cumplirlas porque es el papel que les cabe socialmente.

Una tercera razón, constante en todos los sectores sociales está vinculada al poder social que tienen los medios de comunicación y los periodistas y al hecho de que es el público quien alienta su cumplimiento.

Otro tipo de razones -como la vigencia de la democracia que garantiza la libertad de expresión; las actitudes éticamente comprometidas de periodistas que “no tienen miedo de decir lo que sucede”, “que se juegan”, “que no se dejan apretar por el poder”; o el hecho de

que los medios de comunicación les permiten a los periodistas cumplir esas funciones- son minoritarias y sólo son enunciadas por sectores medios y bajos.

III.4.3.2. ¿Por qué sólo pueden cumplirse parcialmente?

En este caso, la dispersión de razones es mucho más evidente, casi como indicando que el 22% de encuestados que opina que los periodistas no pueden cumplir todas las funciones que se les atribuyen, lo hace a partir de una consideración más específica de su labor y las condiciones en que ella se ejerce.

Existen dos razones predominantes que, a su vez, son enunciadas por encuestados de todos los sectores sociales. Una es la relación de dependencia que los periodistas tienen en los medios masivos, medios en los cuales son los propietarios o “jefes” quienes deciden. La otra es el condicionamiento y las presiones a que son sometidos desde diversas esferas de poder, entre las cuales se destacan las que provienen del gobierno, de la clase política y de los representantes del poder económico. Este tipo de razón se hace más evidente cuando los periodistas tratan de superar esos condicionamientos. Por ello se afirma que no pueden cumplir cabalmente sus funciones porque “si enfrentan al poder sufren persecuciones”, porque “si tratan algunas temáticas son censurados”.

En tercer lugar, entre los sectores medio y bajo, se ubica un tipo de razones vinculadas a deficiencias de los propios periodistas. Cumplen parcialmente sus funciones porque su labor es de baja calidad: “sólo informan acerca de lo que ocurre en algunos ámbitos”, “son sensacionalistas”, “son tendenciosos”, “son parciales”, “más que informar opinan”, “dan informaciones incompletas”, etc. Por otro lado, se les atribuye conductas éticas y políticas que debilitan o impiden cumplir las funciones esperadas. Por ejemplo, se afirma que “no se juegan”, que “tienen vinculaciones con ciertos sectores políticos”, que “se autocensuran para cuidar su puesto de trabajo”. También se alude, pero en mucho menor medida, a que carecen de formación o no siempre cuentan con los medios para realizar su labor.

Finalmente, el cumplimiento parcial de las funciones periodísticas se relaciona, para los sectores alto y medio, con el condicionamiento económico que sufren los medios masivos de comunicación, a raíz de su financiamiento publicitario. Sólo a nivel del sector social bajo se alude a la desigualdad de acceso a la información que tienen ciertos medios comunitarios respecto de otras grandes empresas informativas.

III.4.3.3. ¿Por qué no pueden cumplirse?

La principal razón por la cual el 14% de encuestados sostiene que no pueden cumplirse las funciones periodísticas es a raíz de los condicionamientos y limitaciones que imponen diversos tipos de poderes políticos y económicos, incluido el gobierno. Esta razón concentra casi el 60% de las respuestas obtenidas y se expresa de diverso modo: se alude a las presiones y querellas que sufren los periodistas; a las trabas que se ponen desde el gobierno y otros sectores para la búsqueda de información; al control que ejerce el gobierno mediante sus recursos económicos.

En segundo lugar se ubican explicaciones que tienen que ver con los propios periodistas. En particular se alude a cuestionables conductas éticas y profesionales expresadas en respuestas

tales como: “mantienen arreglos y acomodados con políticos”; “son títeres manejados por políticos y dueños de medios”, “hacen lo que se les ordena”, “sólo informan acerca de lo que les beneficia”. Pero también explicaciones que aluden a la falta de seriedad y capacidad para realizar su trabajo.

Por último, los periodistas no pueden cumplir sus funciones por su condición de asalariados en los medios, a quienes los dueños limitan e imponen lo que deben hacer.

III.5. Conocimiento de legislación vinculada a medios masivos, derecho a la información y la comunicación

Puede decirse que el desconocimiento de la población acerca de las regulaciones existentes en materia de comunicación y acerca de los instrumentos jurídicos que garantizan los derechos a la información y la comunicación, es casi total.

III.5.1. Horarios de protección al menor

El 75% de la población reconoce que existen leyes que prohíben transmitir por televisión algunos programas en horarios de protección al menor. El 18% de esos encuestados no conoce lo que establecen esas leyes, mientras que el 81% sí es capaz de precisar el alcance de esas normas.

Los jóvenes de entre 18 y 25 años son quienes más reconocen la existencia de esa prohibición (83% de ellos), mientras que los mayores de 60 años son quienes menos conocen esa prohibición (69% de ellos). Los hombres reconocen algo más que las mujeres tal prohibición y son quienes pertenecen al estrato socioeconómico medio quienes la reconocen más que los otros sectores (75%), mientras que es en el sector alto donde menos se reconoce esta prohibición (61%).

III.5.2. Difusión de publicidad

En general, es escaso el conocimiento de las regulaciones existentes en materia de la difusión de publicidad en los medios masivos de comunicación.

Así, por ejemplo, un 26% de la población cree que existen leyes que prohíben la difusión de publicidad dentro de los programas de radio y televisión, lo cual es incorrecto. Otro 38% no puede contestar esa pregunta.

También son pocos (35%) quienes reconocen que existen leyes que determinan cuántos minutos de publicidad pueden difundirse por hora en radio y televisión. Cuanto más alto es el estrato socioeconómico de los encuestados, mayor es el conocimiento que se tiene sobre el particular (38% de los pertenecientes a estratos altos; 40% de los integrantes del sector medio, 28% de quienes pertenecen al estrato bajo-marginal).

De todos modos, sólo el 5.4% de quienes conocen la existencia de una regulación sobre el particular señala exactamente la cantidad de minutos permitidos.

III.5.3. Propiedad de medios

Los encuestados desconocen, en su mayoría que una misma empresa o persona puede ser propietaria de más de un medio de comunicación. Sólo un 32% saben que existe una ley que lo permite. Sin embargo, la mayoría de ellos desconocen cuándo fue dictada esa ley, es decir, desde cuándo se permite la concentración de medios. Sólo un 5% sabe que eso es posible desde 1989.

Los menores de 41 años son quienes en menor medida tienen conocimiento de la existencia de la ley que permite la concentración de medios (el 40% de ellos conoce el tema mientras que lo hace el 69% de las personas de 41 años y más). No se observaron diferencias significativas por estrato socioeconómico

III.5.4. Ley de radiodifusión

Los encuestados también desconocen mayoritariamente cuándo fue sancionada la actual ley de radiodifusión. Sólo un 13% reconoce que esa ley data de la época de la dictadura militar.

Los jóvenes de entre 18 y 25 años son quienes menos conocen cuándo fue sancionada dicha ley (7%) y lo mismo ocurre con los sectores altos de la población (9%) contradiciendo, en este caso la tendencia observada a nivel del conocimiento de otras disposiciones legales

Con respecto a las instituciones que pueden ser propietarias de radios o canales de televisión existe un 10.5% de encuestados que cree que las organizaciones sin fines de lucro pueden ser titulares de dichos medios, lo cual no está permitido.

Por último, cabe señalar que la denominada “Iniciativa ciudadana por una nueva ley de radiodifusión” es prácticamente desconocida por la población de Córdoba. Sólo un 1.6% respondió conocer esa acción emprendida a nivel nacional por un conjunto de organizaciones de la sociedad civil en 2004 con el fin de plantear ante el gobierno nacional la necesidad de derogar la actual ley de radiodifusión y establecer una nueva legislación.

III.6. Acceso la información pública

Un 43% de la población considera que no puede conseguir información sobre las acciones realizadas por el Poder Ejecutivo, la Legislatura y el Poder Judicial provincial. Un 35% considera que sí puede conseguirla y un 12% que puede hacerlo sólo parcialmente.

Entre hombres y mujeres no existen prácticamente diferencias en este aspecto. Son las personas de menor edad (entre 18 y 25 años) quienes en mayor proporción afirman poder conseguir ese tipo de información mientras que las personas de más de 41 años opinan mayoritariamente no poder acceder a ella.

En términos socioeconómicos, los sectores altos manifiestan en mayor porcentaje poder conseguir la información pública (44%) y ese porcentaje decrece en los restantes estratos: así, sólo el 27% de quienes integran el sector bajo- marginal manifiestan similar opinión. En

contrapartida, mientras un 50% de ese sector considera que no puede acceder a ese tipo de información, sólo hace lo propio un 34% de quienes pertenecen al sector alto.

Un 36% de la población sabe que existe, a nivel provincial, una ley que garantiza que cualquier persona pueda conseguir la información de carácter público, aunque no puede precisar cuál es esa ley. Un 27% cree que no existe una ley semejante y el restante 37% no tiene elementos de juicio para contestar.

El conocimiento de este hecho no guarda relación con la edad de los encuestados. Pero es notorio que los hombres responden afirmativamente en mucho mayor medida (43%) que las mujeres (31%) y también quienes pertenecen al estrato socio económico alto (48% de ellos en contraste con el 35% de los sectores medios y bajos y el 30% del sector bajo-marginal).

Por otro lado, un 40% de la población cree que también a nivel nacional existe una ley de ese tipo, lo cual es incorrecto. Se abstienen de contestar un 35% de los encuestados y un 25% sabe que no existe una ley de ese tipo.

III.6.1. Conocimiento y uso del Boletín Oficial

Un 70% de los encuestados desconoce que en la Provincia de Córdoba existe un Boletín Oficial y un 27% sí conoce la existencia de ese medio de difusión de información pública.

Quienes menos conocen ese medio son quienes pertenecen al sector bajo-marginal (16% de ellos) mientras que quienes integran los estratos altos son quienes más conocen de esa existencia (42%).

Un 25% de quienes conocen la existencia del Boletín Oficial no puede contestar qué tipo de información se publica en ese medio. Analizando las respuestas brindadas por el 75% restante, se advierte que un porcentaje mayor de encuestados (31%) reconoce que se publican en él leyes y decretos, y son menores los porcentajes (entre el 14% y el 11%) que reconocen que en él se difunden informes de la administración pública, información judicial e información de sociedades comerciales. Mucho menor es el porcentaje de quienes saben que en el Boletín Oficial se difunde información acerca de las contrataciones realizadas por el Estado (7%).

El 48% de los encuestados que conocen el boletín oficial consultó alguna vez el boletín, mientras que el 43% nunca lo hizo.

III.6.2. Temáticas sobre las que se requiere información

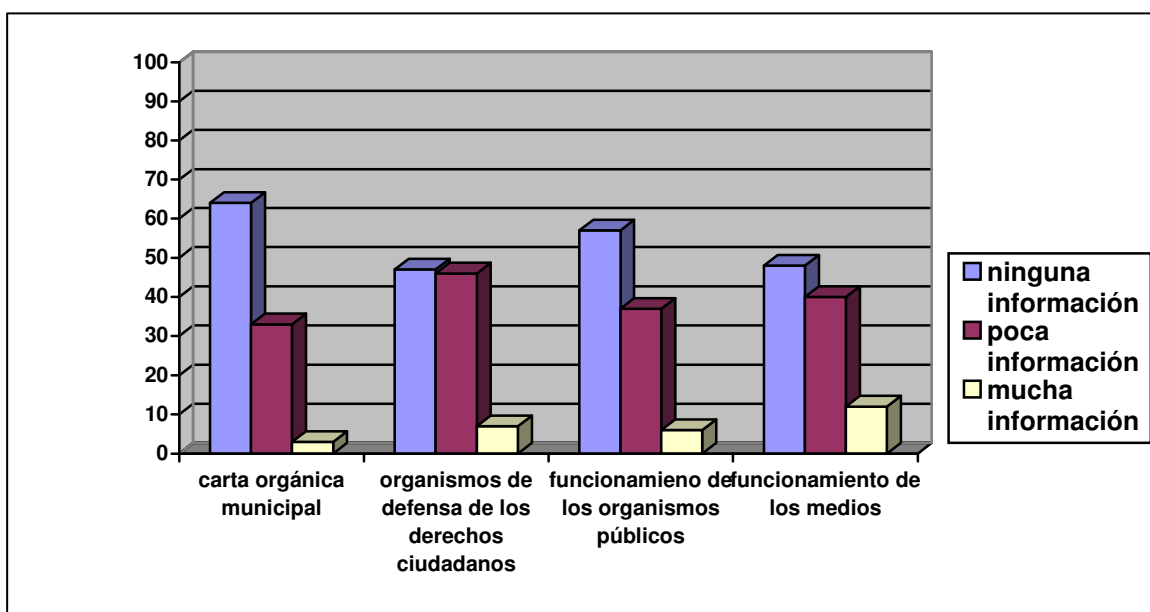
Dentro de nuestra investigación identificamos cuatro áreas significativas sobre las cuales indagar en particular acerca de los niveles de información que la población de Córdoba reconoce tener. Ellas fueron: la carta orgánica municipal -que regula institucionalmente la labor del gobierno local-, los organismos de defensa de los derechos ciudadanos, el funcionamiento de los organismos públicos y el funcionamiento de los medios masivos de comunicación.

El 64% de los encuestados asegura no tener ninguna información sobre lo que dice la carta orgánica municipal sobre la participación ciudadana, mientras que el 33% dice tener poca información. Tan sólo el 3% afirma tener mucha información.

Si bien el 47% de los encuestados afirma no tener ninguna información acerca de los organismos que defienden los derechos de los ciudadanos, el 46% dice tener al menos poca información, y el 7% tiene mucha información.

El 57% de los encuestados no tiene ninguna información sobre el funcionamiento de la Legislatura, el Concejo Deliberante de la ciudad de Córdoba y el Poder Judicial provincial. Un 37% tiene poca información sobre dichos organismos, mientras que sólo el 6% considera tener mucha información.

El 48% de los encuestados afirma no tener ninguna información sobre cómo funcionan los medios de comunicación. El 40% dice tener poca información y el 12% mucha información.

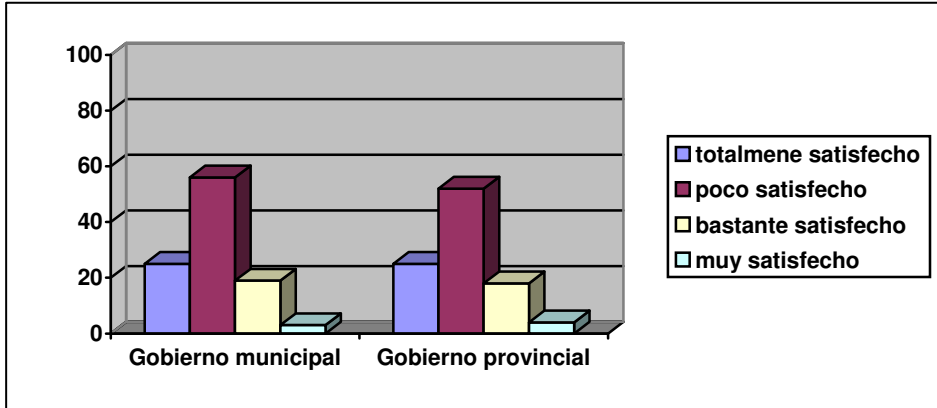


Niveles de información sobre funcionamiento de organismos públicos y medios

En relación con la información brindada por el gobierno de la Municipalidad de Córdoba sobre los servicios que presta y las acciones que realiza, sólo un 3% de la población manifiesta estar muy satisfecha y un 19% bastante satisfecha. Un 56% se manifiesta poco satisfecho y un 20% totalmente insatisfecho.

La situación respecto de la información brindada por el gobierno provincial acerca de sus servicios y los actos de gobierno es similar. Sólo un 4% se manifiesta muy satisfecho, un 18% bastante satisfecho, un 52% poco satisfecho y un 25% totalmente insatisfecho.

Niveles de satisfacción con la información brindada por los gobiernos

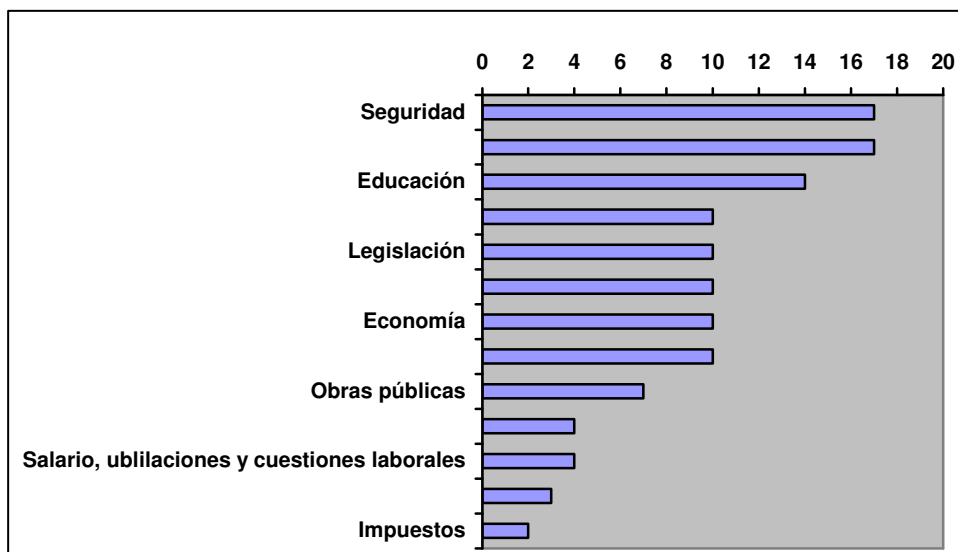


Esa insatisfacción predominante con respecto de la información pública contrasta con la percepción mayoritaria de la población de estar por lo menos suficientemente informada por parte de los medios masivos de comunicación.

Además de esas temáticas específicamente indagadas, interrogados los encuestados sobre cuáles son las temáticas acerca de las cuales como habitantes de la ciudad de Córdoba sienten que carecen de información, el 30% no dio respuesta alguna.

El 17% reconoció necesitar información sobre Seguridad e igual porcentaje sobre Salud; un 14% sobre Educación; un 10% sobre temas referidos a la Justicia e igual porcentaje requiere información sobre Legislación, cuestiones Políticas (incluida acciones de gobierno), Economía y sobre Actualidad; un 7% demanda información sobre Obras Públicas; un 4% sobre Medio ambiente e igual porcentaje sobre Salarios, Jubilaciones y cuestiones laborales; un 3% sobre Servicios; y un 2% sobre temas Impositivos.

Temas sobre los que se reconoce necesitar información



Seguridad

Los encuestados opinan que la información sobre seguridad debería ser brindada prioritariamente por el estado provincial (33% de las respuestas). En segundo lugar, por el estado nacional (25%); y por los medios masivos (22%). En cuarto lugar, por el estado municipal (18%). Al sistema educativo no se le demanda informar sobre este tema.

Salud

Los encuestados opinan que la información sobre salud debería ser brindada prioritariamente por el estado provincial (29% de las respuestas), en segundo lugar por el estado nacional (25%); por el estado municipal (19%); medios masivos (18%); y por el sistema educativo en mucho menor medida (4%).

Educación

Los encuestados opinan que la información sobre educación debería ser brindada prioritariamente por el estado provincial (25% de las respuestas) y por el Estado Nacional (22%). Luego por los medios de comunicación y el estado municipal (21% en ambos casos). Respecto de este tema crece la demanda hacia el Sistema educativo (7%).

Justicia

Los encuestados opinan que la información sobre Justicia debería ser brindada prioritariamente por el estado provincial (30% de las respuestas) y por el estado nacional (24%); en tercer lugar por los medios de comunicación (22%) y luego por el estado municipal (21%). El sistema educativo es mencionado sólo en el 4% de las respuestas.

Leyes

Los encuestados opinan que la información sobre Leyes debería ser brindada prioritariamente por los medios de comunicación (29% de las respuestas); el estado nacional (27%); provincial (25%); municipal (11%); sólo en un 2% de respuestas se menciona al Sistema educativo como responsable por brindar información acerca de cuestiones referentes a legislación.

Actualidad

Los encuestados opinan que la información sobre la actualidad debería ser brindada prioritariamente por los medios de comunicación (28% de las respuestas); el estado nacional (22%); el municipal (17%); por el estado provincial (13%); por las organizaciones sociales (8%) y por el Sistema educativo (4%).

Política

Los encuestados opinan que la información sobre la actualidad debería ser brindada prioritariamente por los medios de comunicación (33% de las respuestas); el estado nacional y el provincial (24% en ambos casos); el estado municipal (20%); por las organizaciones sociales (2%); y por el sistema educativo (1%).

Economía

Los encuestados opinan que la información sobre la Economía debería ser brindada prioritariamente por los medios de comunicación y el estado provincial (28% de las respuestas en cada caso); el estado nacional (25%); el municipal (17%); y por el sistema educativo y las empresas (1% en cada caso).

Obras Públicas

Los encuestados opinan que la información sobre las obras públicas debería ser brindada prioritariamente por el estado provincial (29% de las respuestas); los medios de comunicación (24%); el estado nacional (20%); y el municipal (19%)

Medio ambiente

Los encuestados opinan que la información sobre el medio ambiente debería ser brindada prioritariamente por el estado municipal y el provincial (27% de las respuestas en ambos casos); por el estado nacional (26%); los medios de comunicación (13%); y por el sistema educativo y organizaciones sociales (1,2% en cada caso).

Salarios, Jubilaciones, Cuestiones Laborales

En este caso los encuestados opinan que quienes deberían brindar información son, el estado provincial (31% de las respuestas); el estado nacional (29%) el estado municipal (25%), los medios masivos de comunicación (13%) y las organizaciones sociales (2%).

Servicios

Los encuestados opinan que la información sobre las empresas de servicios públicos debería ser brindada prioritariamente por los medios de comunicación (24% de las respuestas); por el

estado provincial y el estado nacional (21% en cada caso); por el estado municipal (16%), por las organizaciones sociales (5%) y por el sistema educativo (3%).

Impuestos

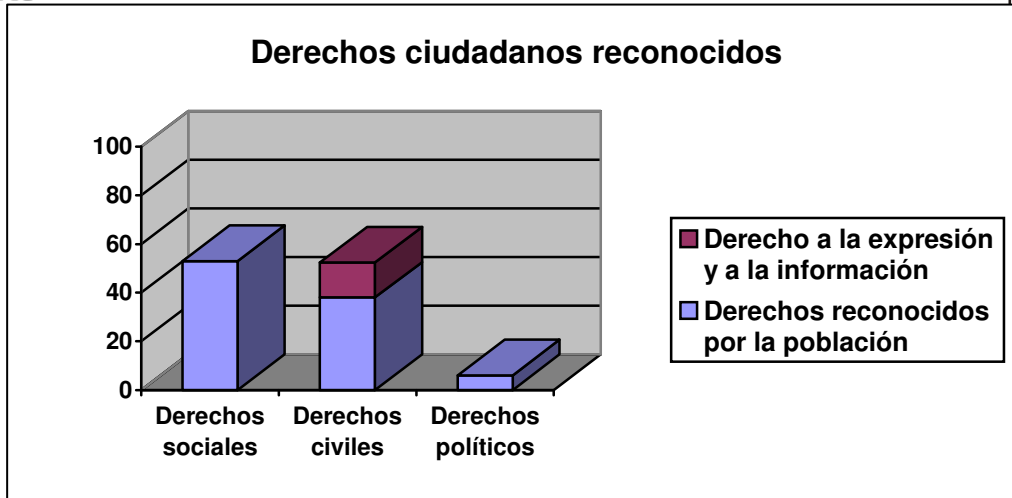
En este caso, se considera que la información debería ser brindada prioritariamente por el estado municipal (39%), el estado nacional (33%), el estado provincial (17%) y por los medios de comunicación y las organizaciones sociales (6% de las respuestas en cada caso).

En términos generales es interesante advertir que la información sobre diversos aspectos que hacen al desarrollo de la vida cotidiana pero en estrecha relación con derechos sociales (salud, educación, seguridad, medio ambiente, entre otros) es demandada básicamente al estado provincial y al estado nacional, mientras que la información de carácter más amplio sobre legislación, política y economía -por ejemplo- es demandada prioritariamente a los medios masivos de comunicación . También resalta el hecho de que la información sobre servicios públicos (en general sobre empresas proveedoras de dichos servicios) es demandada fundamentalmente a los medios masivos.

III.7. Derechos ciudadanos

El reconocimiento de los derechos ciudadanos es dispar. Los derechos más mencionados por los encuestados fueron los siguientes:

- al trabajo (41% de la población)
- a la libertad de expresión (37%)
- a la educación (34%)
- a la salud (30%)
- a la seguridad social (23%)
- a la libertad personal (19%)
- a la vivienda (18%)
- a tener Justicia (18%)
- a la alimentación (17%)
- a la información (17%)
- a elegir y a ser elegido (13%)
- a tener un salario (12%)
- a circular libremente (11%)
- a la vida (8%)
- a la propiedad (7%)
- al descanso (7%)
- a participar en los asuntos públicos (7%)
- a profesar una religión (6%)
- a la libertad de conciencia (6%)
- a la familia (5%)



Analizando los tipos de derechos más reconocidos por la población, se obtienen los siguientes resultados. Predominan los derechos sociales que alcanzan un 53% del total de derechos mencionados. En segundo lugar se ubican los derechos civiles (38.%) y en tercer lugar los políticos (6%). Dentro de los derechos civiles los referidos a la comunicación y la información representan un 14.4%.

III.8. Derechos a la información y la comunicación

III.8.1. Derechos constitucionales

El 62% de los encuestados sabe que en la Constitución Nacional existen artículos que garantizan el derecho a la información y a la comunicación. Las personas más informadas al respecto son las que tienen entre 41 y 60 años (lo sabe un 88% de ellas). Quienes integran los estratos socio económicos altos y medios conocen más que los otros integrantes de la población la existencia de tales artículos (73% estrato alto; 64% estrato medio, 54% estrato bajo- marginal).

Sólo el 16% de quienes poseen ese conocimiento general reconocen el artículo 14 como el que establece la libertad de expresión. Un 2% menciona el artículo 32, referido a la libertad de prensa y de publicar; un 1% menciona el artículo 42 que garantiza el tener información adecuada.

III. 8.2. Censura

Un 66% de los encuestados está de acuerdo en afirmar que en Argentina existen casos de censura. Un 62% de los encuestados, reconoce también que existen casos de censura en la provincia de Córdoba.

La mayoría de los encuestados que consideró que en Argentina y en Córdoba hay casos de censura, no pudo recordar con precisión cuáles fueron las situaciones que fundamentan esa afirmación.

Los casos que sí se mencionan como ejemplos de censura, aluden en su gran mayoría a circunstancias sufridas por periodistas y no por los medios en tanto instituciones que

intervienen en el espacio público. Dentro de esos ejemplos no se suele distinguir entre intentos de censura y casos que efectivamente se han producido.

La mayoría de periodistas que se recuerda han sido censurados son profesionales que se desempeñan fundamentalmente en radio y televisión, aún cuando estos medios no son mencionados en particular. De la prensa gráfica hay sólo una mención. Ninguna de medios informativos de Internet.

Vinculado con la censura, el periodista que más aparece mencionado es Jorge “Petete” Martínez, conductor del primer programa informativo de la mañana de Radio Universidad (AM) y del noticiero de Televisión de Canal Diez, ambos medios propiedad de la Universidad Nacional de Córdoba. Otro periodista cordobés nombrado en menor cantidad de casos en relación a un caso de censura es Tomás Méndez⁶. Las mujeres son, entre todos los encuestados, quienes más recuerdan a estos periodistas como objetos de censura.

Entre los hombres, se mencionan más los casos por sí mismos, sin relación a periodistas. No hay casos emblemáticos, sino que son mencionados aisladamente. La variedad es mucho más amplia que en el caso de las mujeres y se relaciona con un conjunto de resonantes casos de naturaleza política y de índole policial.

La censura también aparece vinculada a situaciones relacionadas con programas televisivos, mayoritariamente por parte de las mujeres. Una encuestada dijo incluso que hay censura porque hay “programas políticos que no se emiten”.

El programa más mencionado es **Televisión Registrada (TVR)**, aunque sin mayores precisiones. Sólo un entrevistado recuerda que fue Rolando Graña (el gerente de contenidos de América TV) quien censuró una emisión⁷.

Los casos de censura evocados pertenecen casi exclusivamente al contexto temporal inmediato, salvo en algunas excepciones, en las cuales se señala como contexto de los hechos de censura a “la dictadura” militar de 1976-1983. Entre las mujeres, la recuerdan encuestadas de diferentes estratos mientras que en los hombres sólo hay una mención en el sector bajo marginal.

III.8.2.1. ¿Quién censura?

El agente censorador está casi siempre despersonalizado. Hay censura pero no se sabe quién censura. Hay escasas excepciones, todas aportadas por mujeres. Son agentes censoradores, por ejemplo, un funcionario universitario que apagó la cámara a un periodista; el gobernador de la provincia cuando “reta” a los periodistas, un conductor de un canal de televisión que impide se emitan entrevistas, un ex funcionario provincial ahora preso que amenaza a periodistas.

Como excepciones, se pueden mencionar dos casos en los cuales los encuestados mencionaron a los periodistas como responsables de situaciones de censura, por no dar información exacta o no publicar hechos ocurridos y a raíz de los cuales la ciudadanía realiza reclamos ante los medios.

⁶ Los entrevistados no pueden dar generalmente precisiones acerca de la situación de censura sufrida. Cuando lo hacen recuerdan la denuncia periodística acerca de la conexión irregular al servicio de energía eléctrica por parte de un funcionario del gobierno provincial.

⁷ En la que fue entrevistado un arrepentido en la causa judicial que investiga coimas en el Senado de la Nación.

III.8.2.2. Censura por omisión

Son muy escasos los encuestados que identifican como censura no a las restricciones específicas impuestas a la información, sino a la situación más general por la cual existen temáticas que no se instalan en el espacio público. Así, con la noción de censura se alude a temas “silenciados” que tienen que ver con corrupción policial, incumplimiento de deberes de funcionarios públicos, los gastos del gobierno, entre otros.

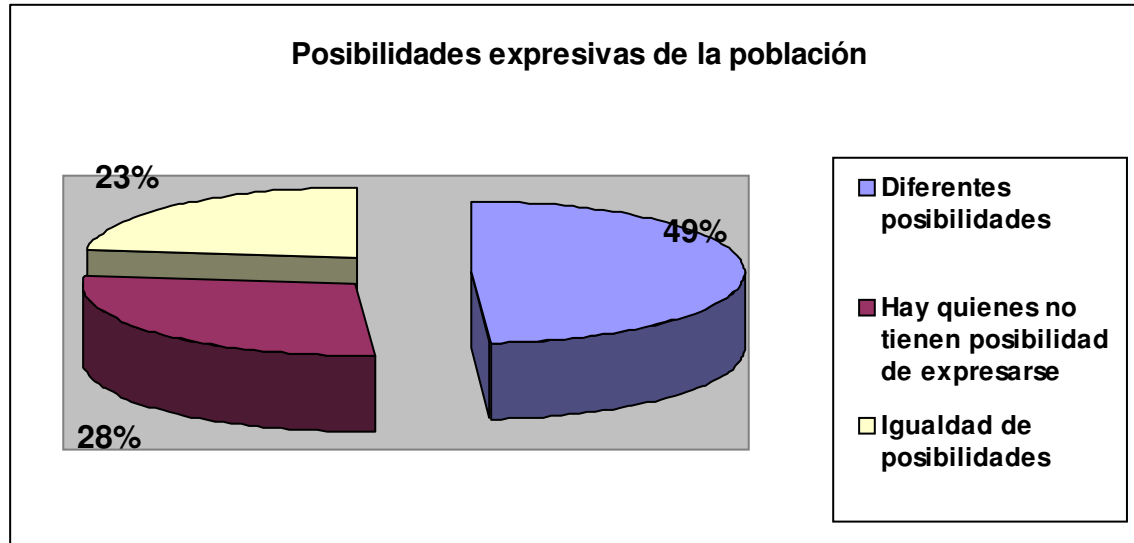
Esto es importante, porque presupone que los encuestados identifican un espacio público conflictivo, bloqueado en mayor o menor medida por agentes censuradores, aún cuando no puedan ser identificados.

También es significativo que desde la condición de público esa conflictividad que se asume no pueda ser en verdad “conocida”, sino apenas dada por supuesto, porque los mecanismos y las lógicas por las cual eso se produce escapan a su conocimiento.

Además, esto implica que en los públicos hay una constatación, al menos parcial, de que lo que se tematiza y se visibiliza en el espacio de lo público es limitado por acciones de otros agentes, aún cuando no puedan ser identificados.

III.8.3. Posibilidades de expresión

Casi la mitad de la población encuestada (49%) considera que en la provincia de Córdoba unas personas tienen más posibilidades de expresarse que otras.



Un 28% considera que en Córdoba hay personas que no tienen ninguna posibilidad de expresarse. El 23% manifiesta que en esta provincia todas las personas pueden expresarse por igual.

III.8.3.1. La Igualdad de posibilidades

La mayoría de quienes consideran que todos tienen **las mismas posibilidades de expresarse**, hacen alusión a lo que denominamos ciudadanía comunicativa formal: argumentan que “todos

tenemos el mismo derecho” por ser personas y ciudadanos; se trata de derechos garantizados por la ley y la constitución en un sistema democrático (“cualquiera puede hacerlo porque es libre”, “hay democracia”). Y, en el mismo sentido, pero expresado por la negativa, hay quien afirma que “no hay mecanismos para proscribir a nadie”.

Las restantes razones que los encuestados utilizan para fundamentar la existencia de idénticas posibilidades de expresión son las siguientes:

- La igualdad está garantizada por la diversidad de modos y medios: “De algún modo se hacen sentir todos”, “existen muchos medios para hacerlo”, (“está de moda la participación del público en los programas” (sector medio y alto).
- La posibilidad de expresión es una cualidad de la naturaleza humana: “todos tenemos ese don” (sector bajo marginal)

Cabe señalar que, en algunas respuestas, se introducen matices que vinculan las condiciones formales para el ejercicio de la ciudadanía comunicativa con la vigencia condicionada de esos derechos a la posesión de recursos de poder: “Igual, expresarse no sirve porque no tenemos poder”. También recuperan la noción de comunicación como relación, por lo que la expresión requiere también una respuesta y, por lo tanto, cierta incidencia en las decisiones públicas: “Posibilidades tenemos todos, lo que no hay para todos son las respuestas”

III.8.3.2. Las desigualdades expresivas

Alrededor de mitad de los encuestados para quienes existen personas y grupos sociales que tienen mayores posibilidades de expresarse que otras, vinculan las **desigualdades expresivas** con la posesión relativa de recursos de poder. De hecho, hay quienes hacen referencia a “la gente con poder” en general, por oposición a sectores también nombrados genéricamente como “el pueblo”, “la gente común”, “la sociedad en general” o “los ciudadanos”. Los actores que los encuestados identifican con mayores o menores posibilidades de expresión, se constituyen como opuestos unos a otros en tanto poseen o no determinados tipos de recursos.

- En general, se considera que tienen mayores posibilidades de expresarse “la clase alta”, los de mayor nivel socioeconómico o “el poder económico”, y en particular “los empresarios”, por oposición a “la gente con menor poder adquisitivo”, “la clase baja”, “la gente común”. La “clase media” también es mencionada, en algunos casos, como sector con menos posibilidades expresivas.
- En segundo lugar -teniendo en cuenta la cantidad de veces que son mencionados-, los “políticos”, “gobernantes”, y quienes “tienen acomodo político” o “contacto con el gobierno”, o bien están “a favor del gobierno”, son quienes tienen mayores posibilidades expresivas en oposición a, por ejemplo, “los opositores al gobierno”.
- Encuestados de diferentes sectores sociales consideran que las personas que tienen cargos y profesiones vinculadas con el gobierno y los medios de comunicación, como los periodistas y los empleados públicos, “quienes están en funciones públicas” y “tienen cargos altos”, tienen mayores posibilidades expresivas. En tanto, se considera que los “trabajadores” en general, “los que tienen malos trabajos” o “los jubilados”, tienen menos posibilidades de expresarse.

- “La gente que ha estudiado”, “los más capacitados”, “los que tienen más conocimiento” gozan de mayores oportunidades y posibilidades de expresión. Cabe acotar que en muchos casos, el nivel de educación aparece directamente ligado al nivel adquisitivo como factor de mayor o menor posibilidad expresiva.
- A nivel de los sectores bajo marginal y medio, se considera que quienes “tienen más influencias” o “más relaciones sociales y contactos” pueden contar con más posibilidades expresivas. En ese sentido, se consideran particularmente útiles los contactos con políticos y periodistas. En cambio, tienen menos posibilidades “quienes no conocen a nadie”.
- Finalmente, entre esos mismos estratos sociales se considera que quienes puede acceder más fácilmente a los medios -“los que tienen más conocidos en los medios” y “los que pueden recurrir a la prensa y la televisión”- o quienes resultan más interesantes para la audiencia de los medios, como las personas más famosas y conocidas, tienen más posibilidad de expresarse que el resto de la población.

En menor medida, los actores que tienen restringida su posibilidad expresiva son caracterizados en función de conductas personales: “el que tiene más (o menos) tenacidad”, “la gente que no tiene intereses”.

También hay algunas referencias a las mayores posibilidades de expresarse con que cuentan quienes se organizan y desarrollan estrategias varias para adquirir visibilidad pública, como por ejemplo quienes “hacen manifestaciones” o los “centros de estudiantes”

Finalmente, merece destacarse hasta qué punto está legitimado el sistema de medios existentes, razón que podría explicar la existencia de una sola mención que alude a las menores posibilidades expresivas de los “medios alternativos” frente a los medios de la “industria cultural”; y también sólo una que indica que una intervención realizada en los “canales más chicos” tiene menos posibilidades que otra hecha mediante “los canales más grandes”.

Son encuestados de los sectores bajo marginal y medio quienes brindaron mayor cantidad de respuestas sobre las causas o motivos de la desigualdad expresiva.

Entre las razones de esta desigualdad se mencionan la posesión mayor o menor de distintos recursos de poder, y causas económicas y sociales, educativas y culturales. Algunos mencionan el “régimen” o “sistema” como causante de esta desigualdad en la distribución de recursos sociales. Se mencionan también como causas la “corrupción”, las prácticas de “acomodo” y los acuerdos entre medios y gobierno. Todo esto generaría “discriminación” hacia quienes poseen menos recursos y también “temor” y “represión” entre estos mismos sectores sociales en situación de desventaja.

Cabe acotar que en algunas respuestas, se agrega un comentario fatalista y naturalizador de las jerarquías y diferencias sociales así generadas: “siempre fue así” y “pasa en todos lados”.

Es interesante destacar que, al responder por causas o motivos, los encuestados hicieron alusión a cómo de acuerdo a la posesión relativa de recursos sociales, los medios de comunicación (periodistas) y el Estado/ gobierno (gobernantes) otorgan importancia, tienen

interés, prestan atención, dan cabida, escuchan, protegen, respetan (o no) a cada sector social y a cada persona (“Los que más tienen no sólo son más escuchados sino que son mejor y más atendidos”). De este modo, se identifica a estos dos actores como aquellos que otorgan la posibilidad de expresión a los demás, quienes tendrán acceso a esta posibilidad en relación directa a la posesión mayor de recursos valorados por los primeros.

Finalmente sólo hay muy escasas respuestas que explican las desigualdades expresivas en conductas y actitudes personales como “egoísmo” y “falta de participación”.

III.8.3.3. Las exclusiones

Quienes en mayor medida afirman que hay personas que no tienen **ninguna posibilidad de expresarse**, pertenecen al sector social bajo marginal (47%) Esta percepción va decreciendo paulatinamente a medida que aumenta el nivel socioeconómico de los encuestados.

Los grupos sociales e individuos definidos por la escasez de recursos económicos: “la clase baja”, “sin recursos”, “los carenciados”, “la gente humilde”, “los que están fuera del sistema”, “pobres y excluidos”, “sectores marginales”, “chicos de la calle”, son los mayoritariamente percibidos como actores sin posibilidades de expresión están (82% de las respuestas). En este sentido es interesante señalar que, en el sector bajo marginal, se registran cuatro menciones a la imposibilidad expresiva de la “clase media”.

Otros grupos sociales excluidos de la expresión pública son:

- Quienes carecen de poder: “la gente común”, “los ciudadanos”, que en estas respuestas aparece como condición de despojo de poder (mencionados por todos los sectores sociales)
- Quienes carecen de vinculaciones con sectores políticos: “los que no tienen acceso al poder”, “los que no tienen amigos o cuña política”, “los que están alejados de toda relación política y no tiene acceso a esos ámbitos”, “no nos dan cabida para decir lo que necesitamos” (mencionados por sectores bajo marginal y medio).
- Quienes carecen de representación pública: “los que no tienen nada y nadie que pueda expresar reclamos por ellos”, “los que menos tienen y no están representados” (mencionados en sector bajo marginal)
- Quienes no tienen acceso a medios masivos de comunicación (mencionados en sector bajo marginal)
- Quienes sufren restricciones por su acción política: “los grupos de izquierda”, “los opositores al gobierno”. Los “piqueteros” aparecen como un grupo que añaden esta restricción a la carencia de recursos económicos (mencionados a nivel bajo marginal y medio)
- Quienes sufren restricciones en función de género: “las mujeres” y, particularmente “las madres solas” (mencionadas por mujeres de sector bajo marginal)

- Quienes sufren restricciones por su edad menciones : “jóvenes” y “ancianos” (mencionados en el sector alto)
- Quienes sufren restricciones por condiciones socio-culturales: la procedencia geográfica: “gente que viene del interior” (sector bajo marginal); la educación: “gente sin instrucción ni conciencia” (mencionado en sector alto)
- Características más generales: “la gente común” y “los ciudadanos” (siete menciones en encuestados de sectores marginal, medio típico, medio alto y alto).

III.8.3.4. Posibilidades de cambio

Interrogados los encuestados acerca de las posibilidades para cambiar las condiciones desiguales que existen en materia expresiva en nuestra sociedad, un 46% afirma que pueden cambiarse las cosas para que todos tengan posibilidades de expresarse. Mientras tanto, el 14% manifiesta que ello es imposible. Un 40% no tienen opinión al respecto.

Quienes consideran que puede modificarse la situación de desigualdad expresiva en nuestra sociedad fueron consultados respecto de las maneras en que esto podría lograrse.

Cabe destacar que hay un alto porcentaje de encuestados que no sabe de qué manera podría concretarse un cambio en este terreno.

Entre quienes tienen opiniones al respecto, el cambio se plantea asociado, fundamentalmente, a la posibilidad de revertir las situaciones que han sido señaladas como causas de la existencia de desigualdad expresiva en nuestra sociedad (las diferencias económicas y de poder, una cierta caracterización de la política y los políticos). En ese sentido, se plantea que el cambio es posible:

- **Eliminando las desigualdades**

Si para la mayoría de los encuestados las diferencias en las posibilidades de expresión de los ciudadanos se explican por las diferencias sociales en términos económicos y culturales, eliminar estas diferencias aparece como la solución que permitiría revertir esta situación. Así, se menciona la necesidad de contar “con un sistema equitativo de distribución de los recursos”, que permita “eliminar distinciones y favoritismos”. La igualdad de oportunidades, en la mayoría de los casos, demandaría garantizar especialmente los derechos de la gente común y de los más necesitados.

- **Con cambios en los políticos**

Algunos encuestados se refieren a la necesidad de cambiar a los gobernantes y políticos para modificar esta situación. Son quienes han planteado a la dirigencia como principal

responsable de las desigualdades expresivas. Se trata entonces de contar con “representantes honestos y competentes”, que “escuchen más a la gente”. En muchos casos se menciona también la necesidad de “eliminar la corrupción”.

En algunos otros casos se proponen, en cambio, salidas vinculadas a procesos que no se relacionan de manera tan directa ni lineal con las causas mencionadas como fundamento de la desigualdad. Se propone modificar la situación:

- **Con cambios en la ciudadanía**

El cómo revertir las desigualdades expresivas para este grupo está asociado principalmente a cambios en el “pueblo”, en la “gente”. Estos cambios se plantean como modificaciones culturales relacionadas con el conocimiento y el ejercicio de derechos ciudadanos. Por eso, para la mayoría de estos encuestados, el cambio tiene que ver con la educación: “Si hay mejor educación de las personas” sería posible terminar con las desigualdades expresivas.

Pero en algunos casos también se plantea la posibilidad de cambio a partir de la participación ciudadana, del ejercicio de derechos relacionados con la denuncia y el control ciudadano sobre los asuntos públicos y un mayor involucramiento de todos en los asuntos comunes.

Por último, y planteado por algunos pocos encuestados, la unidad, el consenso, el “escucharnos entre todos” sería la manera de revertir los procesos de desigualdad expresiva.

- **Con cambios en las legislaciones y en las políticas**

Se habla de la necesidad de garantizar el cumplimiento de las leyes que existen, pero también de ampliarlas y hacerlas más equitativas. Esto se plantea como una responsabilidad del gobierno, a quien se le exige, en muchos casos, mayor intervención en este terreno.

Pero también se plantea, en otros casos, la necesidad de desarrollar estrategias de participación ciudadana, impulsados desde el gobierno o desde la sociedad civil, que promuevan la expresión y participación en los asuntos públicos (“hacer foros de opinión”, “abrir espacios en todos los barrios para que la gente pueda dar sus opiniones sobre política, servicios, etc.”)

- **Con cambios en los medios de comunicación**

Los encuestados para los que las posibilidades de revertir las desigualdades expresivas existentes se relacionan con los medios de comunicación se refieren básicamente a dos cuestiones.

Por un lado, a cambios en los medios de comunicación existentes. Estos deberían ocuparse de garantizar la igualdad de expresión y la libertad de opinión para todos los ciudadanos, generar programas “para la gente común”, y no hacer “las cosas por plata o rating”. En algunos casos aparece la demanda concreta de que los medios realicen “encuestas, estén más con la gente y ONG” y promuevan un “periodismo más objetivo que se involucre con el cambio”. Por otro lado, a la necesidad de fortalecer de medios diferentes, “alternativos”, que les dan posibilidades a “la gente común” y de propiciar el conocimiento de dichos medios.

III.8.3.5. La imposibilidad de cambiar

Quienes respondieron que no puede modificarse la desigualdad expresiva en nuestra sociedad (14%), fueron consultados respecto de las razones de esa imposibilidad.

En la mayoría de los casos los encuestados se refieren a la imposibilidad de modificar esas relaciones de poder que mencionan como causas de la desigualdad. En algunos casos se habla desde la impotencia y en otros desde el escepticismo, sin que se registren diferencias significativas entre los diferentes sectores sociales.

- **Por las relaciones de poder que existen**

Los poderosos "manejan esas cuestiones" y ellos no tienen interés en modificar una situación que los beneficia. En algunos casos se hace referencia al poder del dinero y en otros a la corrupción o desinterés de los políticos.

- **Por características de los ciudadanos**

En algunos casos se sostiene que "la gente no tiene interés ni voluntad en cambiar". En otros, en cambio, se menciona la desunión y el enfrentamiento entre sectores como la causa de esta imposibilidad: "Siempre hay egoísmos. Cada uno tira para su lado".

- **Porque sería necesario cambiar todo y eso es imposible**

Estos encuestados se refieren a una situación estructural que hace imposible el cambio: "el sistema no lo permite", "el sistema funciona así". Para cambiar "hay que cambiar a todo el mundo" y eso se plantea como imposible.

- **Por responsabilidad de los medios**

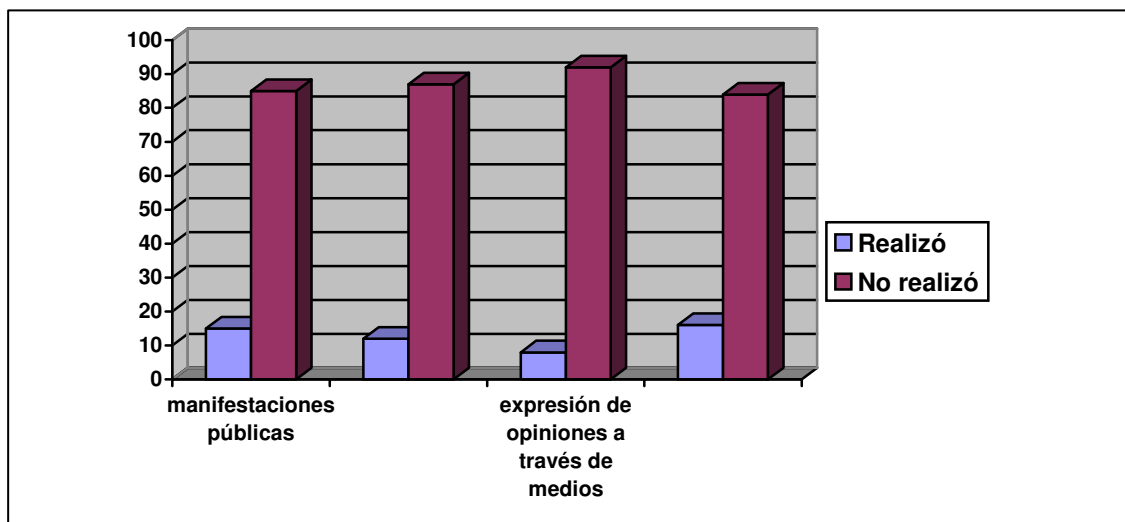
Por último, y sólo en tres casos, se menciona a los medios como causa de la imposibilidad de revertir las condiciones de desigualdad expresiva. En particular, se hace referencia a que los "medios (están) en poder de cualquiera" y eso impediría cambiar el estado de cosas.

III.9. Participación ciudadana

III.9.1. Las prácticas desarrolladas

Los datos obtenidos muestran, en términos generales, que un poco más de la mitad de la población de Córdoba (53%) ha ejercido, durante el último año, alguna práctica reivindicativa o de búsqueda de información pública. Sin embargo, si esas acciones se especifican, advertimos una escasísima participación de la población mayor de 18 años en acciones colectivas e individuales que reconocemos como "ciudadanas" en tanto implican reconocimiento y ejercicio de derechos y búsqueda de su ampliación.

El 85% de los encuestados no participó durante todo el año 2005 en ninguna manifestación pública de índole reivindicativo, social o político.



Un 87% no expresó ningún reclamo a través de algún medio de comunicación

Un 92% no expresó opiniones a través de algún medio de comunicación.

Un 84% no firmó petitorios por alguna causa.

En lo que se refiere a la vinculación de los ciudadanos con reparticiones públicas, sólo un 17% pidió información durante todo 2005, y sólo un 22% formuló algún tipo de reclamo.

Niveles de participación en acciones públicas

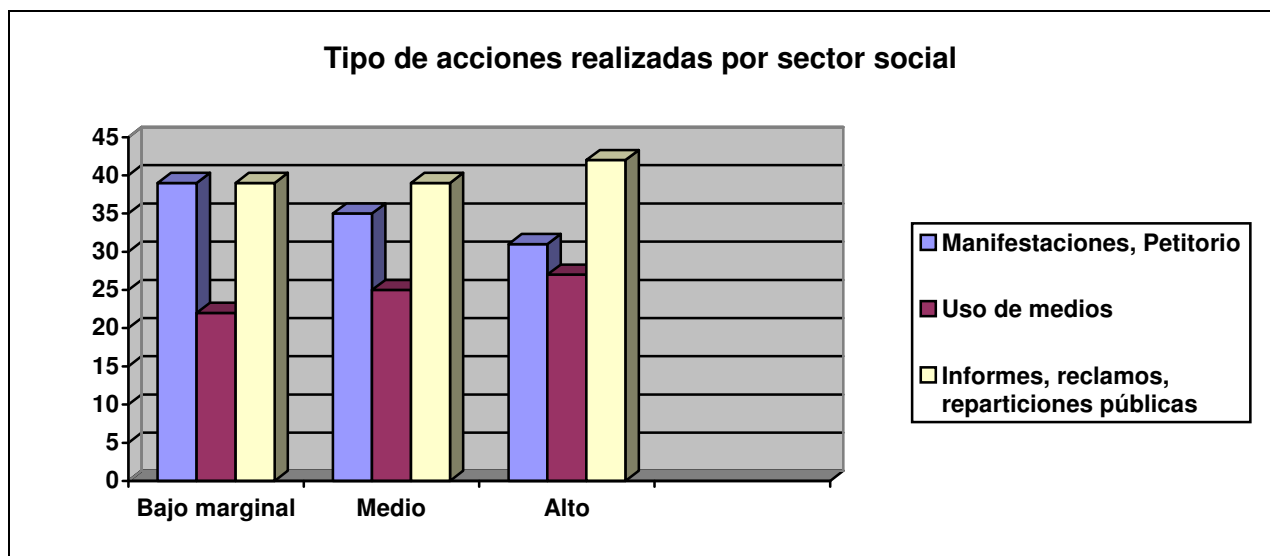
Si analizamos las acciones desarrolladas en función de su carácter colectivo o individual, se advierte que éstas últimas (vinculadas con la búsqueda de información y realización de reclamos en entidades públicas) representan un 43% del total, mientras que las de carácter colectivo (reivindicativas y políticas) ascienden a un 35%. Por su parte, aquellas acciones que emplean a los medios masivos de comunicación como lugar de formulación de opiniones y/o reclamos sólo representan un 22% del total.

A partir de la información obtenida en términos cualitativos acerca de la acción y participación ciudadanas, es posible afirmar que existen sensibles diferencias por estrato y por género.

Los hombres han desarrollado ese tipo de acciones en un 56% mientras lo han hecho en general el 51% de mujeres. La pequeña diferencia muestra, indudablemente, el creciente rol protagónico de la mujer en una sociedad marcada aún fuertemente por su exclusión en el escenario público, por ejemplo, en los cargos de gobierno a distintos niveles. Es interesante señalar que a nivel bajo marginal y a nivel alto la participación de las mujeres supera a la de los hombres (59% de todos quienes participan) mientras que a nivel medio ellas participan en menor medida (53% del total del sector).

En términos socioeconómicos los mayores índices de desarrollo de este tipo de acciones se registran en los niveles alto y medio (60% y 59% de sus integrantes, respectivamente, las han desarrollado) mientras que sólo las han llevado a cabo un 44% de quienes integran el estrato bajo marginal.

Sin embargo, analizando el tipo de acciones realizadas por cada sector, y como se advierte en el gráfico que se presenta, son los integrantes del sector bajo marginal quienes en mayor medida han participado en marchas o manifestaciones públicas o suscripto petitorios colectivos. Es decir, que han protagonizado reivindicaciones públicas relacionadas con la situación salarial, educativa y con reclamos sectoriales vinculadas a las condiciones habitacionales. Ese tipo de acciones se equipara con las que han realizado ante organismos públicos en búsqueda de informaciones o formulando reclamos.



Mientras tanto, los integrantes del sector alto revelan un considerable porcentaje de acciones de tipo individual (pedidos de informes y reclamos en instituciones públicas). Un 42% de las acciones por ellos desarrolladas son de ese tipo. Y algo similar ocurre con los sectores medios, donde este tipo de acciones también supera al resto.

En relación con el recurso a los medios masivos de comunicación para formular reclamos y opiniones, los sectores alto y medio superan al sector bajo marginal.

Al analizar las temáticas que movilizan a los diversos sectores, se advierte que uno de los tópicos relevantes en torno a los cuales se organiza la participación del sector bajo marginal es la provisión de servicios públicos, entre los que se incluyen transporte, agua, luz, alumbrado público, gas natural, arreglo de calles, limpieza de basurales. Se reclama asimismo mayor seguridad, mejores prestaciones en salud pública (más turnos en los hospitales) y asistencia social (entrega de bolsones de alimentación). En cuanto a los destinatarios de estos reclamos, aparecen casi de manera excluyente los gobiernos municipal y nacional, y empresas públicas (EPEC, la empresa provincial de energía), privadas (Aguas Cordobesas), y entes reguladores (ERSEP).

En cuanto a las variables edad y género se registra una activa participación de las mujeres de entre 26 a 40 años y de las que tienen más de 60 años. En segundo lugar se encuentran las

mujeres de entre 40 y 60 y en tercer lugar las de hasta 25 años que sólo afirman haber realizado reclamos en reparticiones públicas y solicitado información.

En cuanto a los hombres pertenecientes a este estrato, todos los grupos etarios registran participación en marchas, vinculadas a temáticas laborales, políticas o de reclamo por prestación de servicios públicos. Sin embargo establecen contacto con bastante poca frecuencia con los medios de comunicación ya sea para opinar o para reclamar, y en cambio realizan petitorios, pedidos de información y reclamos en dependencias públicas.

En el estrato medio se registra en cambio un cierto desplazamiento de los grupos etarios en torno a la participación. Así, el grupo de menores de 26 años, presenta los mayores índices de participación sin diferencia de géneros en temáticas vinculadas a servicios públicos, educación, seguridad, salud y medio ambiente. En este estrato, la participación decae de manera inversamente proporcional a la edad aunque con una variación: el grupo 4 (más de 60 años) se ubica antes que el grupo 3 (41 a 60 años).

En general los hombres participan más en manifestaciones públicas y se comunican menos que las mujeres con los medios para realizar sus reclamos o emitir sus opiniones. Al igual que en el estrato inferior, los canales y agentes primarios para emitir opinión, realizar reclamos o pedir información son las reparticiones públicas, entes reguladores y empresas de prestación de servicios públicos.

En el estrato alto, si bien se reiteran las temáticas objeto de reclamo y opinión por los anteriores estratos, aparece como temática original la ley de salud reproductiva. En este sector, los jóvenes de hasta 25 años y los de edad intermedia (entre 20 y 30 años) tiene una participación más activa que los mayores. Las mujeres son quienes en mayor grado se vinculan con medios de comunicación e y organismos públicos para formular opiniones y reclamos y buscar información, mientras que la participación en manifestaciones públicas es más pareja entre hombres y mujeres.

En términos generales, es decir, a nivel de toda la población encuestada, un 46% de quienes participaron en manifestaciones, firmando petitorios o a través de los medios, y entre quienes se vincularon con reparticiones públicas para demandar información o reclamar, considera que sus acciones tuvieron utilidad. Un 14% considera que esa utilidad sólo fue relativa y un 34% considera que no sirvieron para nada.

Mientras que en general las personas pertenecientes al estrato bajo marginal sienten en su mayoría que los reclamos no tienen compensación, que son sistemáticamente desatendidos (“no me solucionaron el problema”, “no te llevan el apunte” “no sirve de nada quejarse” “no te escuchan”) a medida que se avanza en la estratificación socioeconómica, se encuentra una mayor conformidad en relación a las quejas y reclamos efectuados o al efecto que han tenido las opiniones formuladas en los medios o los petitorios firmados.

Al mismo tiempo resulta interesante señalar que mientras en algunos casos del estrato bajo inferior se sostiene que la acción conjunta puede tener algún resultado de mayor impacto que la acción individual, esta afirmación no se corresponde con los bajos índices de pertenencia a organizaciones que manifiestan tener los encuestados.

Finalmente, entre quienes no participaron ni se vincularon con reparticiones públicas, un 41% pensó realizar alguna vez esas acciones y un 50% nunca pensó en ello.

III.9.2. Participación en organizaciones

En lo que respecta a la participación de la población en organizaciones de diverso tipo, el 74% de los encuestados no participa en ningún tipo de organización (política, social, cultural deportiva, religiosa, etc.). Entre el 26% restante predomina la participación en grupos religiosos (6%); en entidades deportivas (3%), en diferentes tipos de organizaciones sociales y reivindicativas (4%), en cooperadoras escolares (1%), grupos profesionales (1%), partidos políticos (1%), grupos culturales (1%) y cooperativas (1%).

Entre las organizaciones civiles y reivindicativas, los porcentajes de mención por parte de los encuestados son los siguientes: organizaciones vecinales, 1.6%; centro de jubilados, 0.8%; sindicatos, 0.5%; centro de estudiantes, 0.3%; grupos de DDHH, 0.3%

Los datos obtenidos coinciden, en términos generales, con los existentes a nivel nacional según el estudio sobre Consumos Culturales realizado por Luis Alberto Quevedo, Roberto Bacman y Lelio Alberto Mármora para la Secretaría de Medios de Comunicación del gobierno nacional. En dicho estudio, se manifiesta que un 25.2% de la población no tiene participación activa en ninguna organización y que, el principal tipo de organización en el cual se participa es de carácter religioso.

Entre las razones dadas por quienes no participan en ningún tipo de organización predominan las siguientes. Un 34% manifiesta que aunque le interesaría participar en una organización no tiene tiempo para ello. En cambio un 25% manifiesta que prefiere dedicar su tiempo a las relaciones personales (familia y amistades); un 13% descrece totalmente en la participación (9.4%, no vale la pena participar ; 3.6% desconoce el beneficio que obtendría al participar en algún grupo) y un 10% señala que no encuentra ninguna organización o grupo que le interese.

IV. CONCLUSIONES Y NUEVOS INTERROGANTES

Los datos proporcionados por nuestra investigación de carácter cuantitativo deben profundizarse y particularizarse a través de indagaciones cualitativas. Sin embargo, tienen la virtud de brindarnos un panorama generalizable acerca de un conjunto de condiciones objetivas y subjetivas que consideramos necesarias para el ejercicio de la ciudadanía comunicativa.

IV.1. La tensión públicos-ciudadanía

El análisis integral de los datos expuestos, ratifica lo que postulamos representa una de las tensiones constitutivas de nuestra sociedad mediatizada; esto es, la constitución de los individuos que jurídicamente son ciudadanos y cuya ciudadanía civil, social y política es indisociable de la posibilidad de ampliar y fortalecer la democracia, como públicos. En otras palabras, la tensión entre dos sistemas de interpelaciones que coexisten y que nuestro estudio repuso en tanto la encuesta aplicada a la población de Córdoba hizo confluir ambos órdenes, a través de temas y modos de interrogación diferenciados.

En tanto público de los medios, y a partir de la utilización de algunos de ellos, puede afirmarse que la población cordobesa mayor de 18 años diseña un restringido escenario en el que busca información acerca de lo que sucede. En tanto se conocen más medios que los que se utilizan con ese fin, ese restringido escenario no es producto de la falta de conocimiento de posibilidades u oportunidades. Obviamente ese escenario es fruto de un proceso mínimo de selección que, lejos de fortalecer la pluralidad, define un uso de medios altamente concentrado. En el caso de la televisión, los tres canales de aire locales hegemonizan el uso informativo del medio. En el caso de las radios, una sola red de emisoras en AM y FM -Cadena 3- concentra preferentemente la escucha de noticias. La concentración se potencia fuertemente en el caso de los diarios, aunque sean utilizados en escasa medida por la población para informarse.

Las personas están mayoritariamente conformes con la información que reciben de los medios. De alguna manera, lo que los medios definen como actualidad, pareciera estar adecuadamente cubierta por ellos en una suerte de exitosa interacción entre nociones y necesidades creadas por los medios y mecanismos y materiales propuestos por ellos para su satisfacción. Esto es así porque, de lo contrario, no se podría explicar la altísima insatisfacción de la población respecto de los actos de gobierno del estado provincial y municipal, así como del funcionamiento de los poderes legislativo y judicial.

En el mundo de la información que los medios hacen circular, habla el público. En relación con la información pública, parece querer oírse la voz de la ciudadanía. Una voz que demanda al Estado, prioritariamente, información sobre aquellos temas que siente debe conocer - vinculados a derechos sociales y civiles- y que, en cambio, deposita en los medios sus expectativas de ser informada en torno a cuestiones políticas y económicas.

IV.2. El lugar de los medios y los periodistas

El público demanda a los periodistas análisis, explicaciones acerca de lo que sucede y pluralidad de voces. No quiere periodistas opinadores sino intermediarios y facilitadores de un conocimiento que arroje luz sobre las opacas relaciones que constituyen la sociedad en que vive⁸. En este sentido existe, por parte de la población, un explícito reconocimiento del papel que la profesión periodística puede y debe cumplir la construcción del espacio público en términos de ciudadanía comunicativa.

Pero a la hora de expresar sus percepciones respecto del lugar que otorgan los medios a las necesidades e intereses de la población en la dinámica de producción de la información, manifiestan que ocupan un lugar menor que el que tienen el gobierno y los políticos. Se corrobora así la idea del público como sujeto de indefensión que hemos podido tematizar a partir de anteriores investigaciones. En el mercado se puede elegir, pero es una elección que se juega en la oferta construida desde otros ámbitos de poder. El público -y esto no es menor- tiene la capacidad de leer las marcas del poder en la superficie informativa de los medios. Sus marcas, la de sus necesidades e intereses, son más débiles.

Del mismo modo, son más débiles, para la población, las marcas que los propios periodistas o dueños de los medios dejan en la información. Un dato que sin duda contrasta con los

⁸ Esto reitera resultados de anteriores investigaciones ya citadas en este informe.

resultados de investigaciones que dan cuenta de las rutinas productivas de los medios de comunicación y que revelan hasta qué punto los modos de organización y jerarquización institucionales y las propias agendas mediáticas juegan un papel clave en la producción de los hechos noticiosos⁹.

Sin embargo, la población considera en gran medida que las funciones de investigar, denunciar, dar a conocer las necesidades de la gente que atribuyen a los periodistas, pueden cumplirse porque hay condiciones institucionales y profesionales que lo hacen posible. Esto muestra hasta qué punto se han internalizado una institucionalidad y una profesionalidad periodística declamada desde los medios. Están para eso. Son eso. En el fondo, las auto representaciones de los medios son efectivas. Han logrado legitimar lo que dicen hacer.

Es por eso, seguramente, que cuestiones tales como las precariedad de fuentes, las agendas unánimes, el sensacionalismo, la falta de formación apropiada de muchos periodistas, la escasez de recursos con que se trabaja en muchos medios, por ejemplo, no sean una causa relevante a la hora de explicar por qué no pueden cumplir las funciones que se les demandan. El condicionamiento político y económico que sufren y dentro de ellos la condición de asalariados de los periodistas, resultan causas mucho más determinantes del incumplimiento parcial o total de esas funciones.

IV.3. Los derechos y su ejercicio

Si bien el derecho a la libre expresión es el segundo derecho reconocido por la población en su condición de ciudadanos, y la mención del derecho a la información supera -siempre porcentualmente- al de elegir y ser elegido, la población desconoce totalmente la legislación vigente en materia de comunicación, excepto aquella de la que los propios medios “hablan” en su programación: el horario de protección al menor y algunos aspectos referidos a la regulación de la publicidad.

Ese desconocimiento se suma al que existe acerca del funcionamiento de los medios masivos de comunicación de los cuales prácticamente no se conocen sus dueños -especialmente en el estrato bajo marginal y a nivel de los jóvenes- y respecto de los cuales no se posee otro tipo de información. Ello configura un ciudadano que, a la hora de reflexionar sobre las desigualdades expresivas existentes en la sociedad, coloca fuera del sistema de medios y de las industrias culturales todo el peso de la cuestión.

Esas desigualdades son reconocidas por la gran mayoría de la población. No llegan a ser un cuarto de los encuestados quienes opinan que en este terreno existen condiciones igualitarias. Las desigualdades económicas son fundamentales para que existan desigualdades comunicativas. Pero también una cierta representación de la política como actividad que empodera a quienes tienen bajo su control el aparato del estado y la desigual posesión de recursos tales como las vinculaciones políticas y sociales, la educación, la situación laboral. Todas esas causas minimizan la responsabilidad de medios e industrias culturales en ese territorio donde se concentran los derechos a la expresividad. Ellos son exteriores al poder. Cuando más sufren su condicionamiento y presiones. Pero no lo constituyen. Llega a tener más relevancia el ser mujer, joven, anciano o provenir “del interior”, que vivir en una sociedad en

⁹ Ver, por ejemplo, Juan Carlos Simo, *Públicos y ciudadanía comunicativa. Tensiones en las lógicas de producción informativa. El caso de La Voz del Interior*, Trabajo Final de Licenciatura, Escuela de Ciencias de la Información, Córdoba, 2005.

la cual existen monopolios informativos y no existen leyes que permitan, por ejemplo, que organizaciones sin fines de lucro sean propietarios de medios audiovisuales y radiofónicos. Sin negar la importancia que tiene ese reconocimiento de las exclusiones que muchas personas sufren a nivel expresivo por causa de su condición marginal (o marginada) en función de una cultura que segrega a quienes tienen menos poder, la falta de asociación de esa situación con el aparato jurídico que regula la comunicación pública y con el sistema de medios, permite afirmar que las condiciones objetivas y subjetivas para el desarrollo de la ciudadanía comunicativa son realmente limitadas.

Por ello no resulta contradictorio que los cambios en esa situación de desigualdad expresiva, se vinculen primordialmente con el cambio de las situaciones económicas y políticas que las producen. Quienes afirman que la situación podría modificarse con cambios en las actitudes de los ciudadanos, en las legislaciones y políticas de comunicación y en los propios medios, son una enorme minoría. Pero más grave aún resulta el constatar que casi la mitad de quienes reconocen la desigualdad no aciertan a decir si ello puede modificarse o no. Una constatación que podría estar indicando que la cuestión no forma parte de las conversaciones y urgencias cotidianas. Porque es un tema que no está presente en los medios.

De igual modo, resultan muy escasas las apuestas al cambio basadas en las acciones colectivas emprendidas desde la ciudadanía. Los bajísimos niveles de pertenencia a organizaciones sociales de la población da sustento a esa percepción. Y más aún el constatar que en ningún caso las acciones reivindicativas, las prácticas de utilización de medios para opinar o reclamar, las demandas y solicitudes de información ante organismos públicos realizadas por la población, están vinculadas con problemas o temáticas vinculadas a los derechos de comunicar.

Las condiciones objetivas y subjetivas para la vigencia de la ciudadanía comunicativa en nuestra sociedad son adversas. Los resultados obtenidos evidencian la necesidad de convertir la cuestión de la comunicación pública en tema de agenda, en materia de educación. La desnaturalización del sistema de medios, la interpelación a los poderes públicos para que la problemática sea considerada como cuestión de derechos, se revela, a partir de este estudio, como una tarea pendiente.

Una tarea que no podrá descuidar un dato altamente significativo en relación con la comparación que buscamos establecer, a través de nuestro estudio entre medios audiovisuales públicos, privados y de organizaciones sociales. En general, no se perciben diferencias entre ellos. Y cuando de participación se trata, ganan los medios privados. Porque en ellos, el público es parte de la programación, en tanto consumidor que el mercado requiere para su reproducción.

**ANEXO
CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA POBLACIONAL**

Actualmente existen muchos medios de comunicación: diarios, revistas, radios, canales de TV. Queremos comenzar preguntándole por los que Ud, conoce, no importa si los utiliza o no. Empecemos por las radios

1. ¿Cuáles son las radios que transmiten información que pueden escucharse en Córdoba? Nómbrame todas las radios de ese tipo que conoce o sabe que pueden escucharse en Cba. (Abierta NE. Marcar todas las que mencione sin leer opciones. Insistir hasta improductivo)

2. ¿Quiénes son los dueños de las radios que nombró? (Abierta E por radio. Registrar lo que el encuestado mencione)

NOMBRE DE EMISORAS	P. 1	DUEÑOS - P.2
LV2	1	99. Ns/Nc
LV3	2	99. Ns/Nc
Radio Universidad, LW1	3	99. Ns/Nc
Radio Nacional- AM y FM	4	99. Ns/Nc
FM Power	5	99. Ns/Nc
FM100.5	6	99. Ns/Nc
Fm Popular, 92.3	7	99. Ns/Nc
Mitre	8	99. Ns/Nc
FM Sur	9	99. Ns/Nc
FM La Ranchada	10	99. Ns/Nc
FM Revés, 88.7	11	99. Ns/Nc
FM Radio UTN	12	99. Ns/Nc
FM La Mega	13	99. Ns/Nc
FM María	14	99. Ns/Nc
Otra (anotar)		99- Ns/ Nc
Ninguna	98	99. Ns/Nc
Ns /Nc	99	99. Ns/Nc

(ENCUESTADOR: SI EN P2 MENCIONÓ COMO DUEÑO AL ESTADO O AL GOBIERNO CONTINUAR. SI NO, PASAR A PREGUNTA 7)

3. ¿Entre la radio del Estado (o del gobierno) que mencionó y las otras, existe mucha, poca o ninguna diferencia en cuanto al tipo de información que dan? (E. Circular el código de la respuesta mencionada)

1. Mucha → 4. ¿Cuál es esa diferencia? (Abierta, registrar lo que diga)

2. Poca

3. Ninguna

99. Ns/Nc

5. ¿Entre la radio del Estado (o del gobierno) que mencionó y las otras, existe mucha, poca o ninguna diferencia en cuanto a la participación de los oyentes? (Idem anterior)

1. Mucha

2. Poca

3. Ninguna

99. Ns/Nc

6. ¿Cuál es esa diferencia? (Abierta, registrar lo que diga)

(ENCUESTADOR: SÓLO SI EN P2 MENCIONÓ COMO DUEÑOS A ORGANIZACIONES SOCIALES, IGLESIAS, GRUPOS COMUNITARIOS, COOPERATIVAS. HACER PREGUNTA 7, SI NO, PASAR A PREGUNTA 11)

7. ¿Entre las radios de (NOMBRAR EL TIPO DE GRUPO QUE MENCIONÓ) y las otras, existe mucha, poca o ninguna diferencia en cuanto al tipo de información que dan? (E. Circular el código de la respuesta mencionada)

1. Mucha

2. Poca

3. Ninguna

99. Ns/Nc

8. ¿Cuál es esa diferencia? (Abierta, registrar lo que diga)

9. ¿Entre las radios de (NOMBRAR EL TIPO DE GRUPO QUE MENCIONÓ) y las otras, existe mucha, poca o ninguna diferencia en cuanto a la participación de los oyentes? (E. Circular el código de la respuesta mencionada)

1. Mucha

2. Poca

3. Ninguna

99. Ns/Nc

10. ¿Cuál es esa diferencia? (Abierta, registrar lo que diga)

Ahora quisiera que hablemos de la televisión

11. ¿Cuáles son los canales de TV que transmiten información que se ven en Córdoba? Dígame todos los canales de ese tipo que conoce o sabe que pueden verse en Cba. (Abierta NE. Marcar todos las que mencione sin leer opciones. Insistir hasta improductivo)

12. ¿Quiénes son los dueños de los canales que nombró? (Abierta E por Canal. registrar lo que diga el encuestado)

NOMBRE DE CANALES	P.11	DUEÑOS P 12
Canal 8	1	99. Ns/Nc
Canal 10	2	99. Ns/Nc
Canal 12	3	99. Ns/Nc
América	4	99. Ns/Nc
Telefé	5	99. Ns/Nc
Canal 13	6	99. Ns/Nc
Canal 9	7	99. Ns/Nc
Canal 7	8	99. Ns/Nc
Canal a	9	99. Ns/Nc
TN	10	99. Ns/Nc
Crónica	11	99. Ns/Nc
Canal 26	12	99. Ns/Nc
Canal C	13	99. Ns/Nc
Canal Rural	14	99. Ns/Nc
TVE	15	99. Ns/Nc
TV5	16	99. Ns/Nc
RAI	17	99. Ns/Nc
Deportivos	18	99. Ns/Nc
Otro (anotar)		99. Ns/Nc
Ninguno	98	99. Ns/Nc
Ns/Nc	99	99. Ns/Nc

(ENCUESTADOR: PREGUNTAR SÓLO SI EN P12 MENCIONÓ COMO DUEÑOS AL ESTADO O AL GOBIERNO. SI NO, PASAR A PREGUNTA 17))

13. ¿Entre el canal del Estado (o del gobierno) que mencionó y los otros, existe mucha, poca o ninguna diferencia en cuanto al tipo de información que dan? (E. Circular el código de la respuesta mencionada)

1. Mucha
 2. Poca
 3. Ninguna
99. Ns/Nc

14. ¿Cuál es esa diferencia? (Abierta, registrar lo que diga)

15. ¿Entre el canal del Estado (o del gobierno) que mencionó y los otros, existe mucha, poca o ninguna diferencia en cuanto a la participación de los televidentes? (E. Circular el código de la respuesta mencionada)

- 1. Mucha
- 2. Poca
- 3. Ninguna
- 99. Ns/Nc

16. ¿Cuál es esa diferencia? (Abierta, registrar lo que diga)

(ENCUESTADOR: PREGUNTAR SÓLO SI EN P12 MENCIONÓ COMO DUEÑOS A COOPERATIVAS. SI NO, PASAR A PREGUNTA 21)

17. ¿Entre los canales cooperativos y los otros existe mucha, poca o ninguna diferencia en cuanto al tipo de información que dan? (E. Circular el código de la respuesta mencionada)

- 1. Mucha
- 2. Poca
- 3. Ninguna
- 99. Ns/Nc

18. ¿Cuál es esa diferencia? (Abierta, registrar lo que diga)

19. ¿Entre los canales cooperativos y los otros existe mucha, poca o ninguna diferencia en cuanto a la participación de los televidentes? (E. Circular el código de la respuesta mencionada)

- 1. Mucha
- 2. Poca
- 3. Ninguna
- 99. Ns/Nc

20. ¿Cuál es esa diferencia? (Abierta, registrar lo que diga)

Hablemos ahora un poco de los diarios y revistas...

21. ¿Qué diarios conoce? Dígame todos los que conoce o sabe que pueden leerse en Cba. (Abierta NE. Marcar todos los que mencione sin leer opciones. Insistir hasta improductivo)

22. ¿Sabe quiénes son los dueños de esos diarios? (Abierta E por diario. registrar lo que diga el encuestado)

NOMBRE DE DIARIOS	P.21	DUEÑOS - P.22
La Voz del Interior	1	99. Ns/Nc

La Mañana de Córdoba	2	99. Ns/Nc
Hoy Día Córdoba	3	99. Ns/Nc
Día a Día	4	99. Ns/Nc
Comercio y Justicia	5	99. Ns/Nc
Clarín	6	99. Ns/Nc
La Nación	7	99. Ns/Nc
Crónica	8	99. Ns/Nc
Página 12	9	99. Ns/Nc
Reporte 15 minutos	10	99. Ns/Nc
La Prensa	11	99. Ns/Nc
La Razón	12	99. Ns/Nc
El Cronista	13	99. Ns/Nc
Ambito Financiero	14	99. Ns/Nc
Otros (anotar)		99. Ns/Nc
Ninguno	98	99. Ns/Nc
Ns/Nc	99	99. Ns/Nc
		99. Ns/Nc

23. ¿Qué revistas que se publican acá en Córdoba conoce? Dígame todas las que conoce o sabe que se hacen en Cba. (Abierta NE. Marcar todas las que mencione sin leer opciones. Insistir hasta improductivo)

24;Sabe quiénes son los dueños de esas revistas? (Abierta E por revista. Registrar lo que diga el encuestado)

NOMBRE DE REVISTAS	P. 23	DUEÑOS -P. 24
Matices	1	99. Ns/Nc
La Orilla	2	99. Ns/Nc
La Intemperie	3	99. Ns/Nc
La luciérnaga	4	99. Ns/Nc
Aquí Vivimos	5	99. Ns/Nc
Correo del Cerro	6	99. Ns/Nc
Otra (anotar)		99. Ns/Nc
Ninguna	98	99. Ns/Nc
Ns/Nc	99	99. Ns/Nc

Ahora vamos a hablar de los medios de comunicación que USTED USA para informarse

25. ¿A través de qué medios de comunicación se informa habitualmente de las noticias? (Si contesta genéricamente radio, TV, diarios, revistas, o internet, preguntar cuáles en cada

caso y circular el código de los que mencione sin leer las opciones) Si nombra algún medio que no figura en el listado anotar en Otra/otro. Si nombra algún sitio de internet anotar en la columna correspondiente.

RADIOS	CANALES TV	DIARIOS	REVISTAS	SITIOS INTERNET
1. LV2	1. Canal 8	1. La Voz del Interior	1.Matices	
2. LV3	2. Canal 10	2. La Mañana de Córdoba	2.La Orilla	
3. Radio Universidad, LW1	3. Canal 12	3. Hoy Día Córdoba	3.La Intemperie	
4. Radio Nacional- AM y FM	4. América	4. Día a Día	4.La luciérnaga	
5. FM Power	5. Telefé	5. Comercio y Justicia	5.Aquí Vivimos	
6. FM100.5	6. Canal 13	6. Clarín	6. Correo del Cerro	
7. Fm Popular, 92.3	7. Canal 9	7. La Nación	Otra	
8. Mitre	8. Canal 7	8. Crónica	98. Ninguna	
9. FM Sur	9. Canal a	9. Página 12	99. Ns /Nc	
10. FM La Ranchada	10. TN	10. Reporte 15 minutos		
11. FM Revés, 88.7	11. Crónica	11. La Prensa		
12. FM Radio UTN	12. Canal 26	12. La Razón		
13. FM La Mega	13. Canal C	13. El Cronista		
14. FM María	14. Canal Rural	14. Ámbito Financiero		
Otra	15. TVE	Otros		
98. Ninguna	16. TV5	98. Ninguno		
99. Ns /Nc	17. RAI	99. Ns/Nc		
	Otro			
	98. Ninguno			
	99. Ns/Nc			

26. A través de los medios que ha nombrado ¿usted diría que en general tiene poca información, suficiente información o mucha información sobre lo que sucede? **(E. Circular el código)**

[1] Poca información [2] Suficiente información [3] Mucha información [99] Ns/Nc

27. *Todos los días suceden muchas cosas. Los medios de comunicación informan sólo sobre algunas. ¿Qué tienen en cuenta los medios para decidir sobre qué informar? Voy a darle varias opciones y le pido que me diga cuáles son las dos que usted considera más acertadas. (Mostrar listado y leer. Solicitar sólo dos opciones. Circular el código de c/u)*

Los medios informan teniendo en cuenta

- [1] lo que quiere saber la población
- [2] lo que les interesa a los periodistas
- [3] lo que el gobierno quiere dar a conocer
- [4] lo que les interesa a los políticos
- [5] lo que les interesa a los dueños de los medios
- [6] lo que les interesa a los empresarios
- [99] Ns/Nc
- [98] ninguna de las anteriores

—————> **Ojo!! No se leen estas opciones**

Ahora quisiera que hablemos un poco sobre los periodistas

28. *Existen distintos modos de informar. ¿Cómo prefiere usted que informen los periodistas? Puede indicarme dos modos. (Mostrar listado y leer. Solicitar sólo dos opciones. Circular el código de c/u)*

- [1] Limitándose a dar a conocer lo que sucede
- [2] Analizando y explicando lo que sucede
- [3] Opinando sobre lo que sucede
- [4] Dando a conocer diferentes posturas sobre lo que sucede
- [99] Ns/Nc
- [98] Ninguna de estas opciones

—————> **Ojo!! No se leen estas opciones**

29. Ahora voy a leerle y mostrarle una lista de funciones que los periodistas pueden cumplir en la sociedad y voy a pedirle que las ordene según su importancia. (Mostrar tarjeta y leer. Marcar según el orden que le asigne el encuestado)

	1°	2°	3°	4°
Los periodistas deben informar sobre cuestiones importantes	1	2	3	4
Los periodistas deben mostrar las necesidades y problemas de la gente ante quienes tienen poder de decisión	1	2	3	4
Los periodistas deben controlar al gobierno	1	2	3	4
Los periodistas deben investigar y denunciar todas las irregularidades que hay en la sociedad	1	2	3	4

30. ¿Usted cree que los periodistas pueden cumplir esas funciones en los medios donde trabajan? (E. No leer opciones. Circular la respuesta)

- [1] Sí
- [2]. NO
- [3] En parte
- [99] Ns/Nc

31. ¿Por qué? (Abierta NE. Registrar todo lo que diga el encuestado)

Hablemos ahora de las leyes que tienen que ver con los medios de comunicación y la información.

32. ¿Existen leyes que prohíben transmitir por televisión algunos programas en el horario de protección al menor? **(E. Circular respuesta)**

1. Sí
2. No
99. Ns/Nc

33. ¿Qué tipos de programas no se pueden emitir en ese horario?
(NE. No leer opciones. Circular respuesta)

- [1] De violencia [2] De sexo explícito [3] Otra [99] Ns/Nc

34. ¿Existen leyes que prohíben la difusión de publicidad dentro de los programas de radio y TV? **(E. Circular respuesta)**

- [1] Sí [2] NO [99] Ns/Nc

35. ¿Existen leyes que determinan cuántos minutos de publicidad pueden difundirse por hora en la radio y la televisión? **(E. Circular respuesta)**

- [1] Sí
[2] No
[99]. Ns/Nc

36. ¿Sabe cuántos minutos están permitidos? **(E. No leer opciones Circular respuesta)**

- [1] De 12 a 14 minutos [2] Otra cantidad [99] Ns/Nc

37. ¿Existen leyes que permiten que una misma empresa o persona sea propietaria de más de un medio de comunicación? **(E. Circular respuesta)**

- [1] Sí
[2] No
[99]. Ns/Nc

38. ¿Sabe desde cuándo es posible eso? **(E. No leer opciones Circular respuesta)**

- [1] Desde 1989 [2] Otra fecha [99] Ns/Nc

[3] Otra respuesta.....

39. La actual ley de radiodifusión fue sancionada **(leer opciones y circular respuesta Cerrada E.)**

- [1] Por el segundo gobierno peronista
[2] Por la dictadura militar del 76
[3] Por el gobierno de Raúl Alfonsín
[4] Por el gobierno actual
[99] Ns/Nc

40. Según esa ley de radiodifusión ¿quiénes pueden ser propietarios de una radio o de un canal de TV? Voy a mostrarle un listado y usted puede elegir más de una respuesta: **(Mostrar tarjeta. NE. Circular todas las respuestas que den)**

- [1] Empresas
- [2] Cooperativas de servicios públicos
- [3] Universidades
- [4] Gobierno nacional
- [5] Gobierno provincial
- [6] Gobierno Municipal
- [7] Organizaciones sin fines de lucro
- [8] Iglesias
- [9] Otros →
- [99] Ns/Nc

OJO! No se lee esta opción

41. ¿Sabe usted en qué consistió la iniciativa ciudadana por una nueva ley de radiodifusión? **(Circular respuesta Cerrada E.)**

- [1] Sí →
- [2] No
- [99] Ns/Nc

42. ¿En qué consistió esa iniciativa? **(Abierta)**

[99] Ns/Nc

Además de las noticias de los medios de comunicación, existen otras informaciones sobre las que me interesa que hablemos

43. ¿Usted puede conseguir la información sobre las acciones del gobierno de la provincia, de la legislatura y del poder judicial? **(E. NO leer opciones. Circular respuesta)**

- [1] Sí
- [2]. NO
- [3] En parte
- [99] Ns/Nc

44. ¿Existe en la provincia de Córdoba una ley que garantiza que cualquier persona pueda conseguir ese tipo de información? **(Circular respuesta Cerrada E.)**

- [1] Sí →
- [2] No
- [99] Ns/Nc

45. ¿Cuál es esa ley? **(E. No leer opciones Circular respuesta)**

[1] 8803 [2] Otra respuesta [99] Ns/Nc

46. Y a nivel nacional ¿existe una ley que garantiza que se pueda conseguir la información del gobierno y el Estado? **(Circular respuesta Cerrada E.)**

- [1] Sí
- [2]. NO
- [99] Ns/Nc

47. ¿Usted conoce el Boletín Oficial de la Provincia de Córdoba? (Circular respuesta Cerrada E.)

[1] Sí

[2] NO

→ **Salta a Pregunta 50.**

[99] Ns/Nc

48 ¿Qué información se publica en el Boletín? (NE. No leer opciones. Circular las respuestas que dé)

[1] Leyes /Decretos

[2] Informes de la administración pública

[4] Información Judicial

[4] Información de sociedades comerciales

[5] Contrataciones del Estado

[6] Otra respuesta

[99]Ns/Nc

49. ¿Alguna vez consultó el Boletín? (Circular respuesta Cerrada E.)

[1] Sí

[2] No

[99] Ns/Nc

50. Como habitante de la ciudad y de la provincia de Córdoba, ¿Sobre qué temas siente que le falta información? (Abierta NE. Circular código de los temas que mencione SIN LEERLOS)

51. Sólo a quienes dijeron algún o algunos temas: ¿Quiénes deberían brindar esa información? Leer uno a uno los temas mencionados por el encuestado en p. 50 y reiterar pregunta quiénes deberían dar información. Circular todas las opciones que mencione para cada tema sin leer las opciones.

P50 Temas	P51							
	Estado Municipal	Estado Provincial	Estado Nacional	Medios Comunic	Empresas	Org sociales	Sistema Educativo	Ns/Nc
1 Salud	1	2	3	4	5	6	7	99
2 Educación	1	2	3	4	5	6	7	99
3. Seguridad	1	2	3	4	5	6	7	99
4. Justicia	1	2	3	4	5	6	7	99
5. Medio ambiente	1	2	3	4	5	6	7	99
6. Impuestos	1	2	3	4	5	6	7	99
7. Leyes	1	2	3	4	5	6	7	99
8. Servicios	1	2	3	4	5	6	7	99
9. Salarios/ Jubilaciones	1	2	3	4	5	6	7	99

10. Precios	1	2	3	4	5	6	7	99
11. Obras públicas	1	2	3	4	5	6	7	99
12. Política	1	2	3	4	5	6	7	99
13. Economía	1	2	3	4	5	6	7	99
14. Otros	1	2	3	4	5	6	7	99
15 Ns/Nc	1	2	3	4	5	6	7	99

52. Sólo a quienes nombraron alguna fuente que debería dar la información ¿Por qué cree que no dan esa información? (Abierta, registrar lo que diga el encuestado según cada fuente que haya mencionado)

Fuente	Motivo
Estado Municipal	99. Ns/Nc
Estado provincial	99. Ns/Nc
Estado Nacional	99. Ns/Nc
Medios de comunicación	99. Ns/Nc
Empresas	99. Ns/Nc
Organizaciones sociales	99. Ns/Nc
Sistema educativo	99. Ns/Nc

53. Con respecto a los temas que le voy a mencionar, usted diría que tiene mucha información, poca información o ninguna información (E por ítem. Mostrar tarjeta y Leer c/u y circular respuesta)

	Mucha	Poca	Ninguna	Ns/Nc
Lo que dice la carta orgánica municipal sobre la participación ciudadana	1	2	3	99
Los organismos que defienden los derechos de los ciudadanos	1	2	3	99
El funcionamiento de la legislatura, el consejo deliberante y el poder judicial	1	2	3	99
El funcionamiento de los medios de comunicación	1	2	3	99

54. En términos generales ¿Cuán satisfecho está con la información que brinda a los ciudadanos la Municipalidad de Córdoba sobre sus servicios y actos de gobierno? Diría que está... (Leer Opciones. Circular respuesta Cerrada E.)

Muy satisfecho	Bastante satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho	Ns/Nc
1	2	3	4	9

55. Y qué me dice de la información que brinda el gobierno provincial sobre sus servicios y actos de gobierno. Diría que está..... (Leer Opciones. Circular respuesta Cerrada E.)

Muy satisfecho	Bastante satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho	Ns/Nc
1	2	3	4	9

56. ¿Cuáles diría usted que son sus derechos como ciudadano que vive en una democracia? Por favor dígame todos los que piensa que son sus derechos (Abierta NE. No leer alternativas, marcar según lo que responda). Derecho a:

[1] Alimentación	[14] Participar en los asuntos públicos
[2] Circular libremente	[15] Propiedad
[3] Descanso	[16] Religión, profesar una
[4] Educación	[17] Reunirse y organizarse
[5] Elegir y ser elegido	[18] Salario
[6]Familia, tener una	[19] Salud
[7] Información	[20] Seguridad social
[8] Justicia	[21] Trabajo
[9] Libertad de conciencia	[22] Vida
[10] Libertad personal	[23] Vivienda
[11] Libertad de expresión	[] Otro (anotar)
[12] Nacionalidad	
[13] Nombre propio , tener un	[99] Ns/Nc

57. ¿En la Constitución Nacional, existen artículos que garantizan el derecho a la información y la comunicación? (Circular respuesta Cerrada E.)

[1] Sí	→ 58¿Qué artículos son y qué dicen? (NE. No leer opciones Circular respuesta) [1] 14, Libertad de Expresión [2] 32, Libertad de Prensa, de Publicar [3] 42, Tener información adecuada [4] 43, Secreto Periodístico [5] Otra respuesta [99] Ns/Nc
[2] No	
[99] Ns/Nc	

59. ¿Cuán de acuerdo está con cada una de las siguientes afirmaciones? (E. LEA CADA UNA DE LAS AFIRMACIONES, Y LAS OPCIONES. CIRCULE UNA RESPUESTA PARA CADA UNA DE LAS AFIRMACIONES)

	DE ACUERDO	EN DESACUERDO	Ns/Nc
A. En este país hay casos de censura a la prensa	1	2	99
B. En esta provincia hay casos de censura a la prensa	1	2	99

60. Sólo a quienes contestaron la opción 1 en A o B: ¿Recuerda algunos casos de censura? (abierta, registrar los casos que mencione)

Ahora quisiera conocer su opinión sobre las posibilidades que tienen las personas y organizaciones de Córdoba para expresarse.

61. Voy a pedirle que me indique con cuál de las siguientes afirmaciones está más de acuerdo (Mostrar tarjeta y leer. Cerrada E. Circular opción)

Frasas P.61			
[1]. En Córdoba todos tienen las mismas posibilidades de expresarse	P. 62 (si resp 1) ¿A qué se debe que todos tengan las mismas posibilidades de expresarse? (pasa a 69)	Respuesta P62 (registrar lo que diga)	
[2] En Córdoba unos tienen más posibilidades de expresarse que otros	P 63 (si resp 2) ¿Quiénes tienen más y menos posibilidades de expresarse?	Resp Más posib. (anotar?)	Resp Menos posib. (anotar)
[3] En Córdoba algunos no tienen ninguna posibilidad de expresarse	P. 65 (si resp 3) ¿Quiénes no tienen ninguna posibilidad de expresarse?	Resp.P.65 (registrar lo que diga)	
		P64 (si resp2 ó3) ¿A qué cree que se deben esas diferencias? (anotar)	

66. ¿Se pueden cambiar las cosas para que todos tengan posibilidades de expresarse? (E. Circular respuesta)

[1] Sí → P67. ¿Cómo podría cambiarse? (Abierta)

[2] No

P68. ¿Por qué no puede cambiarse? (Abierta)

[99] Ns/Nc

69. Voy a mencionarle ahora una serie de acciones y le voy a pedir que me diga si durante este año, usted realizó alguna de ellas (**Leer cada acción y marcar la respuesta. En cada caso, preguntar sobre qué tema o asunto fue y anotarlo en el casillero correspondiente**)

	Sí	No	Tema	Ns/Nc
a. Participó de alguna marcha por las calles de la ciudad	1	2		99
b. Escribió o habló a algún medio de comunicación para expresar un reclamo	1	2		99
c. Escribió o habló a algún medio de comunicación para expresar una opinión	1	2		99
d. Firmó un petitorio	1	2		99
e. Pidió información en alguna repartición pública	1	2		99
f. Hizo un reclamo en alguna repartición pública	1	2		99

70. Sólo a los que respondieron afirmativamente en alguna de las opciones A partir de su experiencia de este año, usted diría que ese tipo de acciones sirvió para algo? (**E. No leer opciones. Circular la respuesta**)

[1] Sí

[2] En parte

[3] NO

[99] Ns/Nc

71. ¿Por qué? (Abierta, anotar todos los motivos que mencione)

PASAN A PREGUNTA 74

72. Sólo a los que respondieron negativamente en todas las opciones de pregunta 69) ¿Pensó alguna vez en realizar ese tipo de acciones? (**E. Circular respuesta**)

[1] Si

73. ¿Por qué no lo ha hecho? (abierta)

[2] No

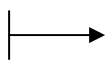
[99] Ns/Nc

74. ¿Usted pertenece a alguna organización de cualquier tipo, como por ejemplo, grupos vecinales, una cooperadora escolar, el club del barrio, un sindicato, un partido político, un grupo religioso?. Nómbrame todas las organizaciones a las que pertenece. **(NE;circular opciones)**

- | | | |
|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| 1. Centro de estudiantes | 2. Club deportivo | 3. Club barrial |
| 4. Cooperadora escolar | 5. Cooperativa | 6. Grupo religioso |
| 7. Grupo femenino | 8. Grupo ecologista | 9. Grupo cultural |
| 10. Grupo DDHH | 11. Grupo profesional | 12. Organización vecinal |
| 13. Partido Político | 14. Sindicato | |

Otros, anotar cuál: _____

98. Ninguno



Salta a P76

99.Ns/Nc

75. ¿Por qué le parece útil pertenecer a esa/s organización/es? (Abierta)

SALTA A DATOS PERSONALES

76. **Sólo a los que no pertenecen a ningún grupo** De las siguientes razones que puede leer en esta tarjeta (**mostrar**) ¿Cuál diría usted que es la principal razón por la cual no pertenece a ninguna organización? **(Cerrada E. Circular la opción)**

- [1] Prefiero dedicar el tiempo a mi familia y mis amigos
 - [2] Aunque me interesa no tengo tiempo par dedicarme a eso
 - [3] No encuentro ninguna organización o grupo que me interese
 - [4] No sé que beneficio obtendría al participar en algún grupo
 - [5] No creo que valga la pena participar
 - [6] Otra
- [99]Ns/Nc

Por último quiero pedirle algunos datos personales

(UNA VEZ IDENTIFICADO EL JEFE, REFERIR TODAS LAS PREGUNTAS AL JEFE)

EDUCACIÓN

77.¿Cuál es el máximo nivel educativo alcanzado por el PSH / Jefe?

- | | |
|-----------------------------|--------------------------|
| (1) Hasta primario completo | (5) Terciario incompleto |
| (2) Primario completo | (6) Terciario completo |

- | | |
|---------------------------|------------------------------|
| (3) Secundario incompleto | (7) Universitario incompleto |
| (4) Secundario completo | (8) Universitario completo |
| (9) Postgrado | |

CONDICIONES DE OCUPACIÓN

78. Necesitaría me indique si el PSH / Jefe actualmente: trabaja, es jubilado o pensionado, está desocupado o es inactivo.

- | | |
|-----------------------------|-----------------|
| (1) Trabaja | (4) Ama de casa |
| (2) Jubilado o pensionado * | (5) Estudiante |
| (3) Desocupado | |

**Si es jubilado o pensionado no hacer pregunta 79 --- → pase a pregunta 80*

CARACTERÍSTICAS OCUPACIONALES

79. ¿El PSH / Jefe tiene una ocupación o más de una?

(SI TIENE MAS DE UNA REFERIRSE A LA OCUPACIÓN QUE MAS INGRESOS LE GENERA)

79a. ¿El PSH / Jefe trabaja en relación de dependencia o por cuenta propia?

- | | |
|--------------------------------|--|
| (1) En relación de dependencia | ¿Cuántas personas tiene a cargo? _____ |
| (2) Por cuenta propia | ¿Cuántos empleados tiene? _____ |

79.b. Por favor, ¿me podría describir con máximo detalle la ocupación del PSH / Jefe? ¿Podría describirme cuál es su tarea? ¿Cuál es su cargo?

APORTES AL INGRESO TOTAL DEL HOGAR

80. Sin contar al PSH, ¿Cuántas personas de las que viven en este hogar aportan dinero para afrontar los gastos de esta casa (ya sea a través de sueldos, honorarios, tickets, subsidios, jubilaciones, pensiones, ayuda de familiares que no viven en la casa, changas, rentas o cualquier otra forma de ingreso? _____

TIPO DE COBERTURA DE SALUD DE QUE DISPONE EL HOGAR

81. ¿El PSH / Jefe o el cónyuge / pareja tiene alguna cobertura médica, ya sea obra social, medicina prepaga o plan de salud?

- | | |
|----------------------------|------------------------------|
| (1) Tiene cobertura médica | (2) Ninguna cobertura médica |
|----------------------------|------------------------------|

SI RESPONDE QUE NO TIENE NINGUNA COBERTURA

81.a ¿Se atiende mayoritariamente en hospital público o a través de consultas particulares?

- | | |
|----------------------|------------------------------------|
| (3) Hospital público | (4) Consulta / atención particular |
|----------------------|------------------------------------|

POSESION / USO DE BIENES Y SERVICIOS

82. ¿Posee en su casa ...

- () Computadora personal
- () Conexión a Internet (gratis o paga)

82a ¿El PSH / Jefe o el cónyuge / pareja tiene, ya sea como titular, cotitular o adicional
() Tarjeta de débito bancaria

POSESION DE AUTOMOTOR

83. ¿Poseen en su casa algún auto o utilitario para uso familiar, modelo 95 en adelante?

- (1) No posee
- (2) Posee
- (3) Posee 2 o más

84. Edad del entrevistado

- (1) Hasta 25
- (2) 26 - 30
- (3) 31 - 35
- (4) 36 - 40
- (5) 40 - 45
- (6) 46 - 50
- (7) 51 - 55
- (8) 56 - 60
- (9) 61 - 65
- (10) 66 - 70
- (11) Más de 70

85. Sexo del entrevistado

- (1) Masculino
- (2) Femenino