



ENTREVISTA



Entrevista a Alicia Cytrynblum

Comunicar la inclusión a través del periodismo social

CAROLINA FERRER



Alicia Cytrynblum



Infancia y adolescencia
la prensa argentina



► CLARIN EN HONOR
¿Se viene
otra forma
de pandilla?

► Es la de las bandas juveniles o "maras" que azotan parte de EE.UU., Centroamérica. Parecido a diferencias con los "pibes chorros" del GBA. P.34

Página/12

PERIODISMO

SOCI ! L

Recibido: 10/06/11
Aceptado: 28/10/11

Carolina Ferrer.

Licenciada en Comunicación Social con orientación en Mediática. Grupo de investigación Estudios de Comunicación y Cultura en Olavarría ECCO. Facultad de Ciencias Sociales - Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNCPBA), Avda. Del Valle 5737, Olavarría, Argentina. E-mail: cferrer@soc.unicen.edu.ar

Intersecciones en Comunicación 5:
Pag. 247-255





Alicia Cytrynblum es fundadora y presidenta de *Periodismo Social* desde 2003 a la actualidad. Es autora del libro *Periodismo Social, una nueva disciplina*, Ediciones La cruzja (2003); publicación que tuvo una reedición ampliada en 2009, por la misma editorial. También ese mismo año fue reconocida como Fellow de Ashoka, distinción que le otorgó Ashoka, la primera asociación mundial de emprendedores sociales, destinada a personas que generan soluciones innovadoras y efectivas para resolver los principales problemas de la sociedad. Desde el año 2009 forma parte del Comité asesor de Civicus: Alianza Mundial para la Participación Ciudadana.

En el marco de su vasta trayectoria y compromiso en el escenario del periodismo especializado en las temáticas sociales, ya desde el año 2006, Alicia Cytrynblum es columnista de diversos medios gráficos y radiales. Además se desempeña en el ámbito académico, como Profesora de Periodismo en la Universidad Nacional de Córdoba y en la Universidad del Salvador.

Desde la perspectiva de *Periodismo Social*, incorporó las voces de nuevos actores que tenían una forma distinta de participación ciudadana: dio a conocer las actividades de las organizaciones sociales. En el año 1995 fundó el Programa Grupo Tercer Sector, que surgió con la revista *Tercer Sector*, publicación en la que participaba Alicia Cytrynblum. De esta manera, se incorporó a la agenda de los medios de comunicación el eje social, articulado con los procesos políticos y económicos en un nuevo escenario mundial.

La responsabilidad y el compromiso social de Cytrynblum han sido reconocidos internacionalmente, en el año 1997 recibió, en el marco del programa Leadership in Philanthropy, la distinción: Fellow de la Fundación Kellogg (EE.UU.) Un año más tarde, fue destacada por la Universidad de Harvard. Desde el año 2001 es Líder social para la Fundación Avina (Suiza). Y en el 2002 fue miembro de la iniciativa por la Ética del Banco Interamericano de Desarrollo.

En Argentina, con la recuperación de la democracia, el campo social comenzó levemente a fortalecerse, a armar redes asociativas, y la participación ciudadana recuperó los derechos civiles, políticos y

sociales. En el campo social, los procesos sociopolíticos ocurridos en los '80 y los '90, constituyeron el fortalecimiento del régimen democrático, la modificación del Modelo de Estado de Bienestar al Modelo Neoliberal y luego la crisis de 2001-2002. Este proceso implicó la interacción entre las instituciones gubernamentales, organizaciones de la sociedad civil y la ciudadanía que crearon compromiso social, hicieron negociaciones, adquirieron responsabilidades, cobraron visibilidad ciertos actores sociales con sus prácticas y se articularon procesos comunicacionales. En ese escenario, los comunicadores necesitaron de nuevas herramientas, a fin de abordar las problemáticas sociales desde una perspectiva inclusiva en los medios de comunicación. Es allí donde la periodista Alicia Cytrynblum irrumpe en el tratamiento de los temas sociales, creando una nueva disciplina llamada periodismo social y se pregunta: "El mundo cambió y el periodismo... ¿cambió?"

¿Alicia, qué es periodismo social? ¿Existen diferencias entre el "periodismo social" y otros periodismos?

Básicamente es articular los temas sociales con los temas de política y economía en todas las escenas de los medios. Es decir, no hay una diferencia entre el periodismo social y el periodismo tradicional, es un paso más del periodismo tradicional que incluye el nuevo escenario social en todas las escenas de los medios. Es decir, si vamos a tratar una nota de una licitación pública ¿cuál va a ser la fuente social que vas a incluir en esta nota? Para que esté completa, porque si no, no puede parecer al escenario real. O sea, cuál va a ser la fuente de esta organización, de temas ambientales, qué va a decir, si se hizo o no el estudio, la verificación ambiental para que esa obra esté bien hecha, o cuál es la fuente de los vecinos agrupados en una organización vecinal que diga cómo esta obra va a afectar su vida para bien o para mal. Y si no se hizo nada de eso, los periodistas estamos para decir, "eso no se hizo". Digamos, es la tercera fuente que debe estar presente en las notas tanto de política, como de economía, como sociales, para que estén todas las fuentes en todas las secciones de los medios.



El Tercer Sector surge en 1989 y tiene como meta el desarrollo social, en ese contexto ¿Cómo contribuye el periodismo social en tanto herramienta que ha incluido a nuevos actores sociales a la agenda informativa, articulando el eje político y económico?

Nosotros llevamos adelante una red de catorce diarios de todo el país, que al menos una vez al mes hace una nota conjunta, donde elegimos un tema para desarrollar en profundidad; son temas sociales, normalmente son el tema principal de las tapas y tienen el cuarenta por ciento de fuentes de organizaciones de la sociedad civil. Porque está agotado el modelo del periodismo tradicional, donde más del noventa por ciento de las fuentes son del establishment políticos y empresarios, ya que son las fuentes que la gente menos cree, menos confía. Si los diarios cada vez venden menos, no es solamente porque hay nuevas tecnologías, sino también porque han perdido credibilidad y porque además tratan temas en los cuales la gente no está dispuesta a gastar dinero en eso. Por lo tanto un periodismo de mayor calidad tiene que acercarse más a los temas de la gente y también con fuentes más cercanas. Lejos de lo que podía pensarse, los diarios que querían salvar sus “pellejos” y seguir vendiendo diarios empiezan a poner esos temas en la primera sección como *La voz del interior*. Otro diario que está siguiendo los preceptos de periodismo social en Puerto Rico, *El nuevo día*, y si ustedes están viendo *Clarín*, en los últimos dos meses está empezando a poner temas “más blandos” como el del riachuelo, investigaciones que habitualmente quedan para el domingo, así evitan seguir cayendo los diarios.

Hay una necesidad concreta de empezar a acercarse a los gustos, a los intereses y a las fuentes, si hay tanta gente que está trabajando en organizaciones de la sociedad civil como voluntaria, como staff, la Argentina es líder en América Latina en promover leyes, en vincular a organizaciones de la sociedad civil. Hay algo que no funciona si la prensa tradicional no se amolda, o sea, no se da cuenta de este proceso.

La organización nació en 2003 pero yo escribí este libro, es decir empecé a dedicarme a este tema cuando trabajaba en la revista *Tercer*

Sector y fue un programa de esa revista, que creció con la crisis del 2001-2002. En ese momento periodismo social se ubicaba dentro de *Tercer Sector* y se desarrolló porque les ofreció a los periodistas una agenda nueva ante el crecimiento geométrico de la sociedad civil en Argentina, con una postura distinta y una agenda política propia de todo lo que era América Latina en ese momento. Había caído el liberalismo abruptamente y los periodistas estaban desorientados. O sea, realmente se habían quedado sin fuentes informativas, y el periodismo social nació como consecuencia de brindar herramientas para periodistas de nuevas fuentes informativas, nuevas perspectivas de información de tratamientos de temas. En el 2001-2002, nos dimos cuenta de que tenía mucho potencial para seguir siendo un programa, nos fuimos para crear la organización y desde ahí hasta ahora el crecimiento fue grande.

Atravesamos diferentes épocas, mejores, peores, épocas de crisis en las que solventamos el programa con aportes de organizaciones internacionales y de empresas, nos acompañó UNICEF, Fundación Arcor, la Embajada Británica, el BID, distintos organismos internacionales a lo largo de estos años. Estuvimos a punto de cerrar, no lo hicimos, en fin, colaboró con nosotros la Fundación AVINA, en este momento la Fundación Ashoka; vamos haciendo distintas propuestas para seguir brindando un servicio que es nuestra misión: profundizar el diálogo puro a través de la inclusión de las distintas voces de las organizaciones sociales, a través de los medios de comunicación.

En la incorporación de nuevos conceptos de edición, el periodismo social toma una posición inclusiva del uso del lenguaje en el tratamiento de los temas sociales. ¿Sobre que áreas temáticas los incorporan?

La nueva Ley de Medios es fundamental para la democratización de las voces, de las distintas voces en nuestro país. La implementación todavía está lejos de verse en la práctica y el fomento de esas distintas voces es parte de la ley, porque si el fomento no se produce es una ley que está muy bien pero que no se pone en práctica. De todos modos, esperemos que el fomento llegue porque es fundamental



para la implementación y para poder escuchar, verdaderamente, las distintas voces. Ser periodista hoy en Argentina es muy difícil por el grado de polarización en la que vivimos, creo que estamos en una falsa dicotomía entre el periodismo militante y el periodismo profesional. Yo abogo con toda mi energía para hacer un buen periodismo todos los días, desde la perspectiva de derechos humanos. Entiendo que la inclusión social es también parte de nuestra profesión, desde hablar con una perspectiva de género, de derechos, cuando tratamos la pobreza, de la juventud en situación de pobreza, ser conscientes de eso, implica cada día hacer un mejor periodismo. En el día del periodista me parece que lo mejor que podemos hacer, si tomamos conciencia que nuestro rol fundamental es crear conciencia en el público, para lograr un mejor periodismo, con más fuentes, que permita una mejor democracia. Al fin de cuentas es lo que todos queremos, vivir en una mejor sociedad, con una mejor democracia, con mayores controles. Y el periodismo forma parte de ese entramado social en el que queremos vivir cada día mejor.

Creo que, lentamente, muy lentamente, las naciones van incorporando la noción de una perspectiva de derechos con la inclusión de lo que esto significa, una persona en situación de pobreza no es aquél que gana menos dinero, sino aquél cuyos derechos están siendo vulnerados por la pobreza y esta es una situación muy difícil de incorporar para nuestros colegas. No tiene que ver con qué gobiernos tenemos, sino con una cuestión social de mucha dificultad de incorporar al otro como a uno mismo, y tiene que ver más con la conciencia personal de ser más inclusivos desde una perspectiva profesional. La cuestión de género es emplear un lenguaje inclusivo en el género en lugar de decir “bienvenidos”, incorporar también a las mujeres como una cuestión de género, a los televidentes y a las personas que nos leen. Incluir como fuentes informativas a mujeres y cuando preguntamos también considerar a las mujeres y no desde un rol, o sea un rol tradicional, esto es muy importante. Tiene que ver con la formación académica y muy pocas universidades están trabajando en este sentido. Entonces, todo esto tiene que ver con la

época, me parece que una de las cosas de las que vamos a hablar es de la situación de los pueblos originarios, que constituyen una deuda pendiente muy fuerte en la que tenemos que trabajar, pero también tenemos que trabajar como periodistas. O sea, incluirlos como parte de nuestro país, como parte de nuestro acervo cultural y desde la perspectiva de derechos humanos, creo que es mucho lo que hemos avanzado y aún más lo que debemos avanzar.

¿Ustedes hacen la inclusión de los derechos y la construcción participativa para promover una ciudadanía sin militancia forzada?

¡No! Yo no estoy de acuerdo con el periodismo militante. Me niego al periodismo militante porque si estás cerca del poder no estás cerca del periodismo. O sos periodista o sos militante.

¿Qué temáticas considerarás que todavía no están tratando los medios y que deberían estar en primera plana?

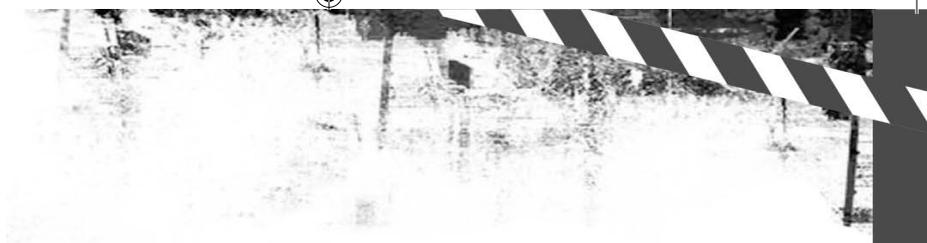
Pueblos originarios es uno de los fundamentales, niñez en situación de calle, en fin, imiles! O sea, la agenda de los medios es absolutamente concentrada. Si yo te digo niñez, bueno por ahí se trata, pero cuando empezás a analizar, violencia y educación, por ejemplo, el noticiero. Si querés te hago un adelanto, en violencia y educación, violencia es el cuarenta por ciento, salud es el veinte, y todo lo otro es la educación. Entonces son agendas muy concentradas y poco profundas, además. Después vas a ver las fuentes y ahí pasa lo mismo. Son fuentes super concentradas.

¿Siguen haciendo el monitoreo a través del *press clipping*¹?

Sí.

Dentro de los objetivos que tiene esta nueva disciplina, propone ampliar las fuentes, incorporando al Tercer Sector, en ese énfasis de ampliar el sentido de “realidad” ¿qué rol tiene la Universidad?

Fundamental, la única manera de promover, divulgar, propagar esta idea de periodismo social como concepto es la universidad, o sea, si queda en una organización social, se murió. Por eso nosotros trabajamos con varias universidades, damos talleres de periodismo social. Para nosotros es muy importante que cuando alguien viene



de una universidad, *fulanito de tal*, tiene el respaldo académico de la universidad, y por supuesto que para nosotros es importante, para nosotros y para cualquier medio. Tiene un respaldo académico. De hecho, nosotros en este momento estamos haciendo una investigación en conjunto con un Observatorio de Televisión, es el primer monitoreo de noticias en televisión sobre temas de niñez, con el Observatorio de Medios de la Universidad Austral, y estamos trabajando con ellos. Con la Universidad del Salvador hicimos esta investigación que la realizamos en conjunto con el apoyo del UAC; la pobreza en la prensa argentina desde la perspectiva de género, o sea, nosotros trabajamos con la universidad, entendemos que es básico, fundamental y un placer, además.

NOTAS

1 PRESS CLIPPING: compendio de noticias aparecidas sobre un determinado producto, servicio o sobre la propia empresa en prensa escrita. <http://www.rppnet.com.ar/diccionariodecomunicacion.htm#P> (consultado 28/10/2011).

