



Universidad
Nacional
Villa María

Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

El derecho a la información desde los medios de proximidad

Año
2025

Autora
Corradini, Mariana Carola

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Corradini, M. C. (Septiembre, 2025). *El derecho a la información desde los medios de proximidad*. 2do. Congreso Latinoamericano de Trabajo Social de la UNVM: (Des)centralidad del Estado, interpelaciones a la formación, investigación e intervención del Trabajo Social. Villa María: Universidad Nacional Villa María
http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/index.php?lvl=cmspage&pageid=9&id_notice=48020



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

El derecho a la información desde los medios de proximidad

Eje Nº 9 - Derechos Humanos

Autora: *Corradini, Mariana Carola*

I. Presentación

Palabras Clave: valores noticia, periodismo, derechos humanos

Los derechos humanos apuntan a garantizar condiciones indispensables para el desarrollo de una vida digna, “sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición” (artículo 2° de la Declaración Universal de los Derechos Humanos)

De todos los derechos humanos en esta propuesta nos centramos en uno: el Derecho a la Información. Derecho de alcance social, habilitador del ejercicio de otros derechos.

Así, este trabajo viene a presentar una experiencia pedagógica que se da en la Licenciatura en Comunicación Social del Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Villa María, en el Espacio Curricular Electivo que se denomina Taller para la Generación de Contenidos Periodísticos y que se dicta en el primer cuatrimestre.

El objetivo central de esta actividad, que marca el inicio del dictado de ese EC, es promover que la mirada de las y los futuros/as egresados/as se centre en el territorio, no sólo en el afán de contarlos, sino también para el reconocimiento y visibilización del Derecho a la Información.

Es así que a partir de diversos aportes bibliográficos se alienta a las y los estudiantes a reflexionar en la línea de los medios de proximidad (Corradini, 2019). Estos medios son los que, más allá de su organización societaria, laboral o de funcionamiento e incluso del formato en que se editan, encuentran en el valor noticia proximidad geográfica/emocional/afectiva (Martini, 2000) la clave de identificación de los hechos que construirán como noticia para el acceso jerarquizado a la agenda publicada.

Y, en esa reflexión, que primero es individual y luego compartida, dimensionar el aporte que estos medios de proximidad hacen para el efectivo ejercicio del derecho a la información de sus comunidades. Esto con el desafío de dar cuenta de lo que hay, pensar en lo que falta, ubicarse como profesionales y delinear acciones de promoción de estas agendas que habilitan la circulación y construcción de sentidos territoriales e identitario, y son motivo de consolidación democrática.

II. Los medios de proximidad

Los medios de proximidad nos permiten construir toda una serie de conceptos conexos ya que son medios que generan contenidos periodísticos de proximidad a partir de fuentes de proximidad. Son la valoración de lo cercano, de lo que pasa “acá cerquita”. Son el espacio que se ofrece en un territorio como lugar de encuentro, o al menos de referencia, desde donde nos habla la diversidad que nos hace parte de una misma comunidad geográfica o emocional.

“Proximidad geográfica que se encuentra en la valorización de lo local, lo propio y lo cercano, en tanto espacio privilegiado para pararse ante los medios de circulación nacional y competirles. Y es en este eje donde aparece un primer fenómeno, que tiene que ver con lo que podría definirse con la localización de lo local, la proximidad de lo próximo. Es lo local puntualizado y situado. No alcanza con evidenciar que los hechos ocurren en una ciudad determinada, sino que hay que avanzar con la localización dentro de ese ámbito: una plaza, una calle, un barrio, en definitiva, un espacio conocido y reconocido. Es un espacio público compartido, identificado, muy cercano, cuya nominación despierta en las audiencias el acto de reconocimiento: todos saben dónde es y donde queda. Y es, precisamente, a través de la información local que los medios de periferia encuentran su razón de existencia y permanencia, marcan su diferencia en relación con otros soportes, con otros ámbitos de distribución y también configuran sus audiencias, a las que ubican en un espacio de identificación mutua. Es lo que podría definirse como una proximidad geográfica geolocalizada”. (Corradini 2023, p. 151)

Son la herramienta para la competencia ante otros medios que generan contenidos no localizados, o que se pretenden de trascendencia nacional. Para saber qué pasa en Buenos Aires, me acerco a medios porteños, pero si quiero conocer qué sucede en mi entorno, los medios de proximidad son la única alternativa para acceder a aquellos hechos ante los que no tengo la experiencia directa. Son "instrumentos de relocalización y afianzamiento de las culturas locales" (Giddens 1993, p.72).

“La supervivencia de las propuestas regionales y locales en inferioridad de condiciones financieras, estructurales y tecnológicas aparece fuertemente anclada a la idea de lo próximo. Los esfuerzos que realizan los medios por mantener la oferta local, en especial en estructuras informativas, tiene como objetivo fundamental lograr un sentido de pertenencia e identificación con los aspectos locales entendidos como patrones culturales similares y particularmente compartidos que permitan elaborar un "nosotros" diferenciado de los "otros"... (Llobet 2002, p. 9)

La autora oriunda de Río Cuarto también destaca que

“Lo cercano, lo próximo, es más atrayente para el público destinatario porque le dan a la noticia un valor íntimamente vinculado con lo cotidiano”. (Llobet 2002, p. 3)

En ese marco contextual se plantea este trabajo práctico que propone una reflexión a partir de tres ejes básicos: proximidad geográfica, agenda de proximidad y intereses para la propia agenda temática, pensando en un cuatrimestre en el que esos tópicos serán la materia prima indispensable para la escritura periodística a partir de contenidos generados/cubiertos por los propios estudiantes.

III. El derecho a la información

El Derecho a la Información es, ante todo, un derecho humano fundamental.

“En sentido amplio, los DD. HH. abarcan una multiplicidad de campos disciplinares -derechos sociales, políticos, culturales, ambientales, sexuales y reproductivos, lingüísticos y comunicacionales- y conforman un extenso campo de formación e intervención profesional que no debería desconocerse o ignorarse en los espacios universitarios” (Abratte, 2019, p. 69)

El Derecho a la Información no es un derecho autónomo, sino que forma parte del sistema

jurídico. Es un derecho humano fundamental, instancia superadora de la llamada libertad de prensa, porque de hecho es el producto de un proceso de evolución histórica.

Desde las primeras constituciones liberales se aseguraron los derechos a la libertad de expresión y prensa como derechos ejercitables de manera individual y, frente a ellos, al Estado se le impuso la obligación de abstenerse de obstaculizarlo. Pero a partir de la Declaración Americana de Derechos y Deberes del Hombre y de la Declaración Universal de los Derechos Humanos queda consagrado como derecho humano universal con alcance social.

Este derecho incluye el derecho a informar como el derecho a ser informado. El primero en referencia al derecho a expresarse sin ser censurado ni explícita ni implícitamente, y el segundo constituyendo una nueva dimensión que tiene en cuenta a la opinión pública, a la sociedad y que impone deberes de promoción al Estado, a las fuentes de información y a los medios de comunicación

Desde ese punto, y en línea con Abratte, podemos destacar que el rol de las universidades es central en la construcción de conocimiento y en el compromiso con los problemas de su tiempo para, desde ese conocimiento generado, ensayar respuestas. Y desde una mirada que priorice contar el territorio desde esa clave.

Porque si bien el derecho a la información trasciende ampliamente la práctica informativa, la vinculación es más que estrecha. Esa vinculación se explica en un devenir histórico porque, en definitiva, el concepto que hoy entendemos como derecho universal a la información es el resultado de un proceso que comienza por reconocer derechos a quienes son propietarios de las estructuras informativas, luego a quienes trabajan bajo la dependencia de éstos (periodistas) y finalmente a todos los hombres.

En nuestro país la libertad de expresión y de información está asegurada normativamente en los Tratados y Declaraciones Internacionales con jerarquía constitucional (artículo 75 inciso 22), incorporados con ese rango en la reforma de 1994.

IV. El trabajo práctico

El práctico que vengo a presentar es el primero del ECE Taller de Planificación de Contenidos Periodísticos. Sumarse a este espacio curricular es por elección de las y los estudiantes que, en función del camino ya recorrido en su formación, a esta altura la mayoría cuenta con el título intermedio, es decir que son Técnicos Universitarios en Periodismo. Son estudiantes avanzados, más próximos al egreso que al inicio de la carrera.

El TP se denomina “En clave local: el valor de la información de proximidad. Cuando el propio territorio es fuente de información”. Y propone la siguiente bibliografía de lectura obligatoria:

- Corradini, Mariana (2019). Los valores noticia del discurso de la información. 1er Congreso Latinoamericano de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Villa María, articulando diálogos políticos y académicos en Ciencias Sociales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María.
- Bazán Cecilia (2015) Periodismo hiperlocal: el valor de contar lo que está cerca. En Roitberg Gastón y Picatto Fernando (comps) Periodismo disruptivo. Dilemas y estrategias para la innovación. La Crujía Ediciones
- Boczkowski, Pablo; Mitchelstein, Eugenia; Wagner Celeste y Leiva, Silvana. La agenda del público en la web. Clicks modernos (2016) Revista Anfibia.
- Grillo, Mabel (2001) Lo local hoy. En Revista Temas y Problemas de Comunicación. Publicación del Departamento de Ciencias de la Comunicación y del Centro de Investigaciones en Comunicación (CICOM), Facultad de Ciencias Humanas Universidad Nacional de Río Cuarto. Río Cuarto. Argentina. AÑO 9. Vol. 11. 2001.
- Llobet, Liliana (2002) La proximidad como factor de valor noticioso y las identidades locales. Presentación en el VI Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación en Santa Cruz de la Sierra, Bolivia.
- López, Xosé et adl. (1998): El valor social de la información de proximidad. Revista Latina de Comunicación Social 7.
- Damián Fernández Pedemonte (2011). Tres criterios de noticiabilidad en el siglo XXI. Material multimedia disponible en Youtube

La consigna de la actividad es: “¿Cuál es el valor de la información local? ¿Sobre qué temas locales escribiría? Reflexione y escriba. Súmele ejemplos reales”. Y se pide un desarrollo de al menos una página.

Precisamente, me parece esta una buena oportunidad para compartir algunas de las reflexiones/problematizaciones que surgieron de las y los estudiantes de la cohorte 2025:

- **Gaspar Bertone:**

“La información local no se limita a narrar hechos, sino también contribuye a construir la identidad y la memoria colectiva de una comunidad. Al dar voz a los actores locales, al visibilizar sus problemáticas y al celebrar sus logros, el periodismo local cumple una función social fundamental”.

“Hacer periodismo local considero que es algo diferenciador y, por ende, puede servir para sostenerse. Con esto último me refiero a, estando en un contexto donde lo “nacional” es lo que más se consume y la mayoría realiza, hacer periodismo sobre lo que pasa en el barrio o en nuestra ciudad es algo que nos va a diferenciar de los demás medios de comunicación y con esto podemos sostenernos económicamente hablando. El periodismo local enfrenta este desafío de mantenerse relevante en un entorno mediático cada vez más globalizado, por eso es fundamental que los

medios locales encuentren formas de conectar con su audiencia y ofrecer contenido que resuene con sus intereses y necesidades”.

- **Agustín De Los Dolores:**

“Si nos sentamos a ver televisión un día de semana al mediodía y sintonizamos los canales informativos a la hora de comer, probablemente el 90% de las noticias que veamos sean únicamente sobre situaciones que ocurren en Buenos Aires. Por lo tanto, si solo nos encerramos en la televisión nacional, creeríamos que a nivel local no ocurre nada o todo está tan bien que no hace falta que sea emitido para el público”.

“Al dar visibilidad a voces que no suelen aparecer en los grandes medios, se genera un espacio de representación donde distintos sectores de la sociedad pueden expresarse y ser escuchados. Los ciudadanos informados sobre su entorno inmediato tienen la posibilidad de involucrarse en problemáticas que afectan su calidad de vida, como decisiones municipales, conflictos barriales o iniciativas comunitarias”.

- **Braian Gómez:**

“El valor de la información local, según la bibliografía consultada, consiste en los siguientes puntos centrales: 1) Identidad y sentido de pertenencia. 2) Competitividad frente a medios nacionales e internacionales. 3) Proximidad geográfica, afectiva y espacial. 4) Rol en la agenda mediática y social. 5) Relación con la globalización”.

“Adhiero a la tesis de que el periodismo debe incomodar al poder, sobre todo en temas referidos a la política y al manejo del dinero público. El rebaño es más chico, por lo tanto, rebelarse será más difícil”.

- **Pilar Domínguez:**

“Cada pueblo tiene sus personajes, la historia de la conformación de su club, el levantamiento de los cimientos del primer colegio secundario; momentos claves que necesitan ser relatados para mantenerlo vivo”.

“Investigar, reflexionar, interpretar e informar sobre lo local es preservar y difundir la cultura, es defender el derecho a la información y es generar prácticas filiatorias con las diferentes esferas de la sociedad -política, social, económica, entre otras-, generando espacios fácilmente reconocibles, entrañables y criticables por los mismos que los transitan a diario y se convierten en sus propios protagonistas, ya sea directos o indirectos”.

- **Carolina Fissore:**

“Sí son una herramienta para construir ciudadanía, para difundir cultura local, para reforzar identidad, pero a veces por otro tipo de condiciones como: la demanda de inmediatez, la precarización laboral o la priorización de otro tipo de agenda, no permite que aquellas consignas se cumplan del todo”.

“Como periodista, no puedo dejar de preguntarme: ¿cómo recuperamos el valor de lo local en este escenario? Y se me viene a la cabeza un concepto de Martín Barbero que es el de mediación. ¿Cómo contamos lo que queremos contar? Este autor explica que el periodismo no puede sostenerse en base a su modelo tradicional de transmisión vertical de la información, sino que los periodistas tienen que adaptarse a esta nueva lógica de mediación. Sabemos que las audiencias no son receptores pasivos, sino que interpretan y resignifican los mensajes que los medios

emiten, de acuerdo a experiencias personales y el contexto socio-cultural”.

- **Rocío Moscatello:**

“En un contexto donde predomina la información de alcance masivo, la información local juega un papel esencial en la construcción de la identidad de las comunidades. Esta es una idea que se abordó desde distintas perspectivas y teorías de la comunicación a lo largo de la historia, como la de Usos y Gratificaciones, que sostiene que las personas buscan consumir contenido que satisfaga sus necesidades sociales, emocionales o cognitivas. La información local cumple precisamente con esa función: satisface la necesidad de las personas de entender y conectarse con su entorno inmediato”.

“Vivimos en una era en la que las redes sociales y las plataformas digitales hacen que la información fluya de manera ininterrumpida y sin fronteras. Esto genera una paradoja: por un lado, el acceso a la información local nunca fue tan fácil, pero, por otro lado, la abundancia de datos puede generar una sensación de confusión, saturación y, en algunos casos, desinformación. En este contexto, la pregunta que surge es si la información local sigue siendo lo suficientemente potente como para movilizar a las comunidades”.

Todos aportes valiosos para repensar prácticas, problematizar relaciones y reflexionar sobre la definición de las agendas, no sólo en términos de actualidad sino también de futuro.

V. Consideraciones finales

La generación de contenidos periodísticos de proximidad configura un andamiaje clave para el ejercicio del derecho a la información, en tanto su capacidad de construir agendas de proximidad a partir de fuentes de proximidad. Es una capacidad, pero también es un rol socialmente legitimado por los contextos en que se inscriben los medios de proximidad.

Representan el valor de lo local, de lo cercano tanto física como emocionalmente, tomando cuerpo en las agendas publicadas en las que determinadas audiencias se reconocen. No sólo informan sobre lo que sucede en su entorno inmediato, sino que también moldean la percepción sobre qué es importante y qué merece atención, fortaleciendo la idea de comunidad.

Por eso, potenciar desde las universidades la relación entre periodistas/comunicadores en formación y territorios es a la vez un aporte para revalorización de la identidad de nuestras comunidades, la multiplicación de voces y el fortalecimiento de la democracia.

Bibliografía

- Abratte Juan Pablo (2019). Educación Superior y Derechos Humanos: reflexiones, apuestas y desafíos. En Derechos humanos y educación superior. María del Rosario Badano compiladora. Paraná: Editorial Uader.
- Corradini, Mariana Carola (2023) Medios de proximidad: ¿qué son? Líneas para una caracterización. En Rodríguez, M. (2023). Comunicación pública para la justicia social, los derechos humanos y el desarrollo territorial en la era digital. EDUVIM. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional Villa María. <https://doi.org/10.52550/26JDRN>
- Corradini, Mariana Carola (2019) Los valores noticia del discurso de la información. 1er Congreso Latinoamericano de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Villa María, articulando diálogos políticos y académicos en Ciencias Sociales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María
- Giddens, Anthony (1993) Consecuencias de la modernidad. Alianza Universidad- Madrid.
- Llobet, Liliana (2002) La proximidad como factor de valor noticioso y las identidades locales. Presentación en el VI Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación en Santa Cruz de la Sierra, Bolivia.
- Martini, Stella (2000) Periodismo, noticia y noticiabilidad. Editorial Norma.