

Mar Llera Llorente  
Francisco Sierra Caballero

# Palabras comprometidas

La solidaridad en la información local



BIBLIOTECA NUEVA

**PALABRAS  
COMPROMETIDAS**

La solidaridad en la información local

Mar Llera Llorente  
y Francisco Sierra Caballero

# PALABRAS COMPROMETIDAS

La solidaridad en la información local

BIBLIOTECA NUEVA

Cubierta: A. Imbert

© Mar Llera Llorente y Francisco Sierra Caballero, 2009  
© Editorial Biblioteca Nueva, S. L., Madrid, 2009  
Almagro, 38  
28010 Madrid  
[www.bibliotecanueva.es](http://www.bibliotecanueva.es)  
[editorial@bibliotecanueva.es](mailto:editorial@bibliotecanueva.es)

ISBN: 978-84-9742-923-8  
Depósito Legal: M-9.901-2009

Impreso en Top Printer Plus, S. L.  
Impreso en España - *Printed in Spain*

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra sin contar con la autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (arts. 270 y sigs., Código Penal). El Centro Español de Derechos Reprográficos ([www.cedro.org](http://www.cedro.org)) vela por el respeto de los citados derechos.

## Índice

1. DIRECTRICES INTRODUCTORIAS .....	11
2. ORGANIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	17
3. REFLEXIONES EPISTEMOLÓGICAS .....	19
4. PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS .....	23
5. MARCO CONTEXTUAL DE REFERENCIA .....	27
6. CULTURA Y COMUNICACIÓN SOLIDARIAS .....	31
7. EL VOLUNTARIADO SOCIAL .....	37
7.1. Orígenes históricos y evolución .....	40
7.2. Nuevas tecnologías, nuevas dinámicas .....	45
8. FUNCIÓN PÚBLICA Y MEDIACIÓN PERIODÍSTICA .....	49
8.1. La producción informativa .....	52
8.2. Condiciones estructurales y tecnocracia .....	57
8.3. Hacia un nuevo periodismo .....	61
9. DESARROLLO Y PARTICIPACIÓN EN LA PRENSA LOCAL: APROXIMACIÓN CUANTITATIVA .....	65
9.1. Estilo en la redacción de la noticia .....	69
9.2. Fuentes y protagonistas de la información .....	74
9.3. Ubicación y extensión de las noticias .....	80
9.4. Conclusiones .....	90
10. DESARROLLO Y PARTICIPACIÓN EN LA PRENSA LOCAL: ANÁLISIS CUALI- TATIVO .....	93
10.1. Límites y condicionamientos .....	94
10.2. Agenda y articulación temática .....	94
10.3. Dimensión pragmática .....	97
10.4. Facticidad, veridicción y objetividad .....	99

repro-  
ra sin  
acción  
iedad  
os Re-

10.5. Fuerza ilocutiva y perlocutiva del periodismo: comprometido, no objetivo .....	100
10.6. Estructura narrativa .....	104
10.7. Lector-modelo .....	110
10.8. Lugares comunes .....	113
10.9. Figuras: tropos y esquemas retóricos .....	117
10.10. Estructura informativa: tema y <i>rema</i> .....	121
10.11. Imágenes informativas .....	124
10.12. Conclusiones .....	125
11. INFORMACIÓN <i>SOLIDARIA</i> EN MEDIOS AUDIOVISUALES .....	131
11.1. Radio 5 Todo Noticias (RNE) .....	132
11.2. Cadena COPE .....	134
11.3. Radio Sevilla (Cadena SER) .....	135
11.4. Canal Sur TV .....	137
11.5. Sevilla TV .....	141
11.6. Onda Giralda TV .....	143
11.7. Conclusiones .....	144
12. DIAGNÓSTICO Y PROSPECCIÓN PARTICIPATIVOS .....	147
12.1. Taller de visiones .....	148
12.1.1. Una comunicación solidaria en progreso: técnicos ....	148
12.1.2. Organizaciones incomunicadas y de escasa cultura informativa: periodistas .....	150
12.1.3. No hay mediación posible sin conciencia solidaria: ciudadanos .....	153
12.1.4. Solidaridad mercantilizada y desvinculación de los ciudadanos: voluntariado .....	156
12.2. Puesta en común y votación de los diagnósticos .....	158
12.3. Taller de iniciativas .....	159
12.3.1. Grupo A .....	160
12.3.2. Grupo B .....	161
12.3.3. Grupo C .....	164
12.3.4. Grupo D .....	165
12.4. Puesta en común y votación de las iniciativas .....	166
12.4.1. Grupo A .....	166
12.4.2. Grupo B .....	167
12.4.3. Grupo C .....	167
12.4.4. Grupo D .....	167
13. LOS MEDIADORES DE LA SOLIDARIDAD .....	169
CONCLUSIONES .....	181
BIBLIOGRAFÍA .....	187
HEMEROGRAFÍA .....	195
RECURSOS ELECTRÓNICOS .....	197

100  
104  
110  
113  
117  
121  
124  
125  
131  
132  
134  
135  
137  
141  
143  
144  
147  
148  
148  
150  
153  
156  
158  
159  
160  
161  
164  
165  
166  
166  
167  
167  
167  
169  
181  
187  
195  
197

*A vosotros, que nos habéis enseñado  
con vuestras vidas qué significa «solidaridad».*

## Directrices introductorias

El presente volumen está basado en un proyecto de cooperación entre la Delegación Provincial de Igualdad y Bienestar Social y el Centro Iberoamericano de Comunicación Digital (CICO) de la Facultad de Comunicación de la Universidad Hispalense que pretende la visibilidad pública y la difusión de los objetivos del Plan Provincial para la Igualdad, fomentando una *cultura solidaria* entre los ciudadanos de la provincia de Sevilla.

La ligereza con que frecuentemente se da por supuesto el significado de tal expresión puede deberse a que el adjetivo «solidaria», cargado de connotaciones positivas, descarga al sustantivo «cultura» de la tarea de autodefinirse, a pesar de su notoria plurivocidad. Pero hemos de advertir que en ocasiones se abusa del concepto «solidaridad» sin corregir las estructuras y las dinámicas que alimentan las injusticias sociales. Por lo tanto, en este terreno la retórica no garantiza nada.

Por otra parte, existen culturas prefabricadas por las cadenas de montaje industrial que venden un pensamiento único a precios asequibles, disimulando hábilmente la homogeneización por las posibilidades de «personalizar» el producto. Su *marketing* es tan eficaz, que incluso se anticipa a posibles reclamaciones y en su servicio de posventa facilita una crítica igualmente única que contrapesa la univocidad de las ideas y restablece aparentemente el equilibrio.

Distinguimos asimismo culturas admiradas —presentadas a veces como vírgenes, intangibles, disecadas en un museo bajo el cartel «prohibido tocar»— y culturas negadas, que esperan una decisión de los poderes culturales para ascender a la primera categoría. Culturas dominantes y culturas subalternas, tal vez porque todavía no han logrado imponer su dominio, aunque lo desearían, y tratan de cotizarse en el mercado como bienes escasos.

Poco es el espacio restante para una cultura «libre de dominio» —según la terminología de Jürgen Habermas—, para una *cultura solidaria*

—o mejor, su plural, como exige su propia idiosincrasia. Afortunadamente, no se trata sólo —aunque también— de una utopía: las redes que la tejen nacen de los intersticios del sistema, rellenando sus huecos, funcionando al mismo tiempo como entorno respecto del cual el sistema se diferencia en confrontación permanente y como trama que sustenta su legitimación.

Aquello que favorece esta emergencia es la comunicación, pues según diagnósticos compartidos por diversas corrientes de investigación sociológica inspiradas en la Teoría de Sistemas, la comunicación es la operación que posibilita todos los sistemas sociales, ya sean interacciones, organizaciones o sociedades propiamente dichas. Ninguna de estas «realidades» existe como objeto, ni siquiera como estructura objetiva: son pura comunicación<sup>1</sup> capaz de comunicar acerca de sí misma en un sentido autorreferencial y autorreproductivo —o *autopoiético*, según la terminología divulgada por Maturana y Varela (1980).

La comunicación así entendida no es tanto una acción humana cuanto una operación del propio sistema para mantenerse y reproducirse en una constante readaptación a su cambiante entorno. El resultado de esta dinámica es el control de la complejidad externa mediante un incremento de la complejidad interna, que se manifiesta en la proliferación de subsistemas con funciones metarreferenciales. Entre ellos, el subsistema mediático ocupa un lugar destacado, pues su principal operación es precisamente la comunicación, la operación constitutiva de cualquier sistema social. Consiguientemente, aunque la comunicación en el seno de una sociedad no pueda ni deba reducirse a la comunicación mediática, analizar adecuadamente los procesos sociales requiere atender al funcionamiento de los medios.

Sin embargo, los discursos actuales sobre la Sociedad de la Información suelen abundar en lugares comunes o ideas generales que sólo saben concretarse cuando descienden al plano económico<sup>2</sup> o cuando afrontan la política en términos cuantitativos. Se echa en falta todo lo que concierne al *mundo de la vida social* (*die Lebenswelt*) más allá de consideraciones puramente instrumentales o estratégicas, todo lo que implica la invención del/de los sentido/s, como *inventio* o descubrimiento y también como elaboración deliberada.

<sup>1</sup> Torres Nafarrate, en Luhmann, 1998, pág. 20.

<sup>2</sup> Cfr. Informes de Telefónica (<http://sie2005.tpiedita.es>), Auna/Ono (<http://www.ono.es/default.asp?o=02&p=03&s=04>) y otras empresas de telecomunicaciones (consultados en julio de 2006).

Nuestra investigación pretende ser una aportación dentro de este ámbito para dilucidar los modos en que los actores sociales utilizan los medios a fin de justificar y desarrollar sus comportamientos cooperativos dentro de marcos comunitarios que conllevan —además de conocimiento— reconocimiento, identidad e identificación.

Al llevar a cabo esta indagación hemos hallado numerosas cuestiones que conciernen a lo que se supone la principal función mediática: la comunicación. En lugar de generar redes de interacción simbólica que favorezcan el protagonismo de los demás actores sociales, consolidando su protagonismo como artífices de su propia subjetividad reflexiva, los medios investigados parecen enquistarse en sus particulares rutinas de producción, al servicio de sus intereses corporativos, provocando un circuito de retroalimentación endogámica que se distancia de la ciudadanía y de las organizaciones sociales. Se verifica así la amenaza del medio-centrismo, de la recursividad tautológica que justifica la información por sí misma, olvidando su finalidad pública y sociocultural.

Nuestra mirada se dirige así hacia una de las encrucijadas del debate sociológico actual: aquella que dirime la controversia entre las exigencias del paradigma sistémico contemporáneo, vinculado a la Cibernética, y el paradigma clásico de la acción consolidado por Max Weber y Talcott Parsons. El incipiente paradigma relacional, al que se acoge de algún modo el análisis de redes sociales —cuya metodología orienta en cierta medida esta investigación—, trata de abrir una «tercera vía» que, reconociendo los condicionantes sistémicos, recupere el protagonismo del sujeto social (Giddens, 1998; Touraine, 1997 y 2002a). El sujeto se encuentra hoy escindido entre la anomia de los mercados, con sus seudológicas omnívoras, *omnincluyentes*, y la tentación de buscar refugio en comunidades clausuradas en sí mismas, *omniexcluyentes*. Para ello resulta imprescindible rescatar lo mejor de la Modernidad —su potencial crítico y emancipador—, sin despreciar el *relativo relativismo* posmoderno, dispuesto a aplicar a la propia posición interpretante las exigencias que aplica a los demás.

Desde tales premisas, el Observatorio de Medios de Comunicación Social ha elaborado un estudio sobre el impacto mediático de las acciones solidarias desarrolladas por las organizaciones civiles y la Administración pública en la provincia de Sevilla. Este trabajo examina las prácticas discursivas en prensa, radio y televisión, centrándose en aquellas que cubren informativamente acontecimientos relacionados con el desa-

rollo, la participación, la inclusión y la intervención social. Nuestra finalidad es identificar los factores y lógicas comunicativas que condicionan los resultados de las políticas y las iniciativas «solidarias», valorando el papel de los medios en cuanto *mediaciones* (Martín-Barbero, 1987), es decir, en cuanto articuladores de las construcciones simbólicas, las diversas prácticas de comunicación/acción que conforman una sociedad y los movimientos que arrancan de sus bases. Tal mediación debería poner en relación los diferentes espacios y tiempos que particularizan a cada comunidad, esa pluralidad de matrices culturales cuyo entretejido es imprescindible para lograr una auténtica *cultura solidaria*.

Al publicar este estudio en forma de libro hemos querido mostrar la relevancia de las conclusiones obtenidas más allá de su campo de observación, como índice de ciertas tendencias estructurales —o más exactamente, sistémicas— en el ámbito de la comunicación mediática dentro de las sociedades capitalistas avanzadas. Como decimos al inicio del siguiente capítulo, mediante esta investigación tratamos de comprender las complejas relaciones entre las políticas de igualdad y bienestar social, las formas de vida pública y de construcción de la ciudadanía, y la estructura de la información en un espacio crecientemente espectacular, colonizado por las industrias mediáticas.

Esta obra hace gala de un notable compromiso ético, expresa una particular apropiación de la denominada Teoría Crítica, que tantos frutos ha dado en las ciencias sociales. Su influencia no se verifica únicamente en lo que respecta a su potencial demoleedor, no acaba con el cuestionamiento de las prácticas sociales que nos impiden realizar los ideales de la Modernidad —libertad, igualdad, fraternidad— y sus complementarios posmodernos: desarrollo, pluralismo, participación. Nuestro propósito es también constructivo. Y si hemos empleado algunas herramientas deconstructivas ha sido para partir de cero y edificar, no sobre firme, sino sobre las movedizas arenas de la praxis y su devenir. Queremos que sea precisamente la flexibilidad de nuestro discurso lo que nos proteja frente al peligro de colapso, pero sin caer en un discurso nihilista: no somos escépticos. Nuestras impugnaciones parecen radicales, pero no lo son tanto. En primer lugar, porque han nacido de la reflexión participante de los afectados, como una investigación(-acción) social participativa. Además, porque se reconocen limitadas y cómplices —en parte— con el *statu quo*: la mejor crítica se fundamenta en la autocrítica. Finalmente, porque aspiran a abrir alternativas.

La más importante de esas alternativas es la construcción de una *cultura de la solidaridad y la igualdad* —cuyo(s) significado(s) está(n) por

definir a través de procedimientos comunicativamente validados—, una cultura que inaugure espacios públicos y/o sociales a la altura de los nuevos tiempos y sus desafíos. Ello requiere una ciudadanía activa y bien informada, capaz de tomar las riendas de su propia historia a través de la movilización individual y colectiva, del protagonismo en los discursos mediáticos y en las políticas públicas de bienestar social.

Las propuestas destinadas a este objetivo nacen de las contribuciones de los actores implicados a partir de sus (auto)diagnósticos: ciudadanos, representantes del Tercer Sector —asociaciones civiles y organizaciones no gubernamentales—, técnicos de la Administración y periodistas. Sus discursos —en parte contrapuestos y en parte solapados— apuestan por la emergencia embrionaria de nuevas dialécticas entre regulación pública, mercado, comunidad y asociaciones civiles en las que la ciudadanía comienza a demandar espacios de implicación, vías deliberativas de resolución de conflictos, y nuevas formas expresivas y de acceso comunicativo/decisorio.

Ello nos ha recordado las advertencias de Habermas sobre la necesidad de una democracia deliberativa y participativa:

Ante el inmenso desafío que representan la necesidad de limitar ecológicamente el crecimiento económico y la creciente disparidad de la situación económica y social en el Norte y en el Sur (...), bajo la presión de las corrientes migratorias de las regiones del Sur reducidas a la miseria, y ahora también de las del Este; en vista de los riesgos de guerras, nuevamente de tipo étnico, nacional y religioso, de chantajes atómicos y de luchas internacionales por la distribución de bienes y recursos... la política pierde hoy orientación. (...) El Estado de Derecho no puede tenerse ni mantenerse sin democracia radical. (...) Los sujetos jurídicos privados no podrán gozar de iguales libertades subjetivas si ellos *mismos*, en común ejercicio de su autonomía política, no se aclaran sobre intereses justificados y sobre criterios, y no se ponen de acuerdo sobre cuáles han de ser los aspectos relevantes bajo los que lo igual ha de tratarse de forma igual y lo desigual de forma desigual (Habermas, 2001, 61).

De este tipo de planteamientos parten —además— las políticas de desarrollo humano promovidas por Naciones Unidas:

Si el mundo desea lograr los Objetivos de Desarrollo del Milenio y erradicar definitivamente la pobreza, primero debe enfrentar con éxito el desafío de construir sociedades inclusivas y diversas en términos culturales; esto no sólo es necesario para que los países puedan de-

dicarse a otras prioridades, tales como el crecimiento económico y la prestación de servicios de salud y educación para todos los ciudadanos, sino porque permitir la expresión cultural plena de toda la gente es en sí un importante objetivo del desarrollo. El desarrollo humano trata —sobre todo— de ampliar las opciones de la gente, es decir, permitir que las personas elijan el tipo de vida que quieren llevar, pero también brindarles tanto las herramientas como las oportunidades para que puedan tomar tal decisión (PNUD, 2004, 1).

Contra quienes desprecian este tipo de planteamientos tachándolos de utópicos o tardo-ilustrados, cabe contraargumentar que se sostienen sobre «la idealidad inmanente a la facticidad de la realidad, como aguijón y elemento de tensión operante en esa misma realidad» (Jiménez Redondo en Habermas, 2001, 13). No esbozan, pues, un mero «ideal» más o menos deseable, sino las condiciones mismas de posibilidad de la comunicación social, que imponen necesariamente ciertas restricciones a las dinámicas sociodiscursivas. Aunque desborde sus límites incorporando elementos de otro tipo, la praxis social puede y debe ser juzgada en términos de racionalidad específicamente comunicativa —no instrumental o mercantil—, para examinar si satisface las condiciones que posibilitan su validez, las exigencias del sentido de la dinámica sistémica en su conjunto y de las interacciones de sus actores participantes.

Sólo así se hará posible concebir el compromiso solidario de los medios como un rasgo inherente a su función pública y social, no como un mero añadido que depende de la «sensibilidad» de los periodistas y que algunos desechan por considerarlo una extralimitación de sus competencias.

## Organización de la investigación

Tras la presentación y la introducción —donde marcamos las directrices de nuestra investigación— ofrecemos una exploración preliminar de sus objetos y las concepciones básicas que los construyen, tratando de mostrar su interrelación. De este modo, bosquejamos los marcos paradigmáticos, las teorías y los autores de que nos serviremos para desbrozar la complejidad social, anticipando las premisas, las herramientas y los objetivos de nuestro estudio.

La *cultura solidaria* es descrita en términos de participación ciudadana, tanto en el nivel de las representaciones simbólicas como en el de las iniciativas prácticas, fundamentalmente a través del voluntariado. Tal participación está discursivamente mediada, por lo que implica a las empresas de producción textual masiva, fundamentalmente los medios de comunicación. Dado que nuestra *observación participante* se halla espacialmente limitada a la provincia de Sevilla y a las comunidades de pertenencia que esta circunscripción define, sólo nos ocuparemos de un conjunto de medios locales de referencia.

A continuación, esclarecemos los criterios epistemológicos y las opciones metodológicas que sustentan nuestro trabajo sobre los principios del pluralismo y la integración topológica. Si este esclarecimiento es relevante en cualquier empresa intelectual, aquí adquiere una importancia particular, pues no sólo pretendemos justificar un conjunto de resultados, sino alentar la investigación en este ámbito, todavía en estado embrionario, ofreciendo un conjunto sistemático de técnicas racional, empírica y pragmáticamente validadas.

Sobre estos fundamentos identificamos y caracterizamos nuestro objeto de estudio: la solidaridad colectiva en tanto construcción discursiva a partir de las iniciativas del Tercer Sector y de la Administración Pública. Esta construcción integra las denominadas «noticias de interés social», así como el conjunto de procesos concatenados en su producción, circulación y recepción.

Una vez trazados los contornos de nuestro marco de referencia, efectuamos una revisión descriptiva de las fuentes, recurrencias temáticas y otros aspectos de la información seleccionada; un análisis discursivo en términos estructurales, posestructurales, pragmáticos y retóricos, atendiendo prioritariamente a las condiciones de mediación simbólica que establecen las industrias periodísticas; y finalmente, un (auto)diagnóstico participativo donde los actores sociales visualizan escenarios y alternativas de mediación a través de las técnicas EASW y DAFO, con algunas entrevistas cualitativas complementarias.

Aunque es evidente que las tres tareas se complementan y al mismo tiempo se superponen, han sido ejecutadas en momentos diferentes por investigadores distintos y mediante técnicas específicas: cuantitativas en unos casos, cualitativas en otros, siempre —en cierto modo— mixtas. Además de garantizar la consistencia de cada una de las fases de la investigación, este procedimiento ha reforzado la validez de nuestras conclusiones, que convergen en un área común, la misma que anticipa un posible consenso entre los participantes —investigadores y representantes de los colectivos sociales implicados— para sentar las bases de una deseable *cultura solidaria*.

En la medida en que ha supuesto la efectiva participación de un conjunto de actores sociales dentro de ciertas dinámicas comunicativas, se inserta en un marco institucional que implica directamente a la Administración y a la Universidad, está destinado a alimentar los circuitos editoriales de la producción académica y a generar debate entre quienes se dedican a la teoría y a la praxis de la comunicación para el desarrollo, este trabajo constituye un tipo de investigación-acción participativa que debe ser considerada valiosa en sí misma, según una medida mayor o menor dependiendo de su repercusión político-social y la dinámica de (re)apropiaciones discursivas a que dé lugar.

Con esta apreciación deseamos animar a otros estudiosos sociales para que contribuyan a esta inmensa tarea que es la construcción de una democracia participativa a través de prácticas comunicativas críticamente depuradas.

## Reflexiones epistemológicas

Las dificultades epistemológicas y metodológicas en el ámbito que nos ocupa son tan pronunciadas, que pueden desanimar a algunos académicos. A las organizaciones privadas les asusta el potencial transformador de estos análisis y a las instituciones públicas les bloquea la inercia de los procedimientos formales y los cortocircuitos comunicativos que provoca el conflicto de intereses entre partidos rivales.

Nosotros queremos ser conscientes de las limitaciones y las potencialidades de este trabajo. Nuestras premisas epistemológicas acerca de la complejidad de lo social nos han inducido a procurar el pluralismo y la integración de diversas metodologías; creemos con la Sociología Cibernética que sólo la complejidad es capaz de reducir la complejidad. Pero somos conscientes de la *inabarcabilidad* de nuestro campo de investigación —el problema de la *Unübersitlichkeit*, una de las principales preocupaciones de Habermas (1985) sobre el alcance de la gestión política. Sabemos de la parcial inconmensurabilidad entre nuestra mirada y su objeto, paradójicamente acentuada por el punto de mira; de la dependencia de todo objeto de investigación respecto del procedimiento que lo construye y que —a su vez— es por él construido en una recursividad no tautológica, de condicionamiento recíproco.

Reconocemos asimismo el déficit de nuestras herramientas de investigación: el valor de los análisis cuantitativos acaba allí donde empieza la necesidad de establecer criterios categoriales para definir los conjuntos considerados pertinentes; vuelve a manifestar su precariedad a la hora de seleccionar el tipo de operación que va a realizarse; y reclama sin ambages consideraciones cualitativas en el momento de interpretar las cifras resultantes. Algo análogo se debe decir de cualquier heurística cualitativa: no puede prescindir completamente de los índices extensionales, pues el alcance de las conclusiones se determina siempre dentro de un marco de referencia. Por consiguiente, cuantificación y cualificación son dimensiones complementarias, recíprocamente constituyentes. Así las

hemos entendido nosotros, aunque acentuemos más una u otra en los diversos capítulos del libro.

A tenor de estos presupuestos, subrayamos la necesidad de sustituir los esquemas dicotómicos basados en las contraposiciones sujeto-objeto, cualitativo-cuantitativo, discursivo-tecnológico... por perspectivas reticulares/relacionales. Éstas permiten describir topológicamente los sistemas sociales, poniendo de manifiesto que ninguna posición actorial puede establecerse de modo definitivo y en abstracto; ha de ser definida de modo provisional, interdiscursivo y en contextos particulares: desde algún eje de referencias, desde otro emplazamiento, asimismo dinámico y relativo. Tal relatividad no anula —sin embargo— su dimensión hologramática, fractal y metarreferencial, pues comprender una posición implica de algún modo comprenderlas todas: cada una es simultáneamente todo y parte de la red de interdependencias recíprocas que determina cualquier emplazamiento.

Nuestro modo de proceder resulta epistemológicamente consistente en tanto procura reproducir la consistencia misma del significado de lo social —o mejor, de su sentido, que es significado *in fieri*, en el devenir de la praxis sociodiscursiva. Hemos tratado de elaborar un *intertexto*, una polifonía que articule voces diversas sin reducirlas a unidad; simplemente, orquestándolas. Fragmentamos los discursos de nuestros sujetos/objetos de análisis porque no podemos proceder de otro modo, por razones operativas, pero somos conscientes de su carácter incompleto y evitamos absolutizar el valor de cada una de esas piezas o de su composición en nuestro estudio: trabajamos articulaciones móviles que podrían ser ensambladas de diversas maneras. El ensamblaje aquí propuesto pretende responder a la dinámica comunicativa que sustenta este trabajo, a las propuestas de quienes han participado en esta reflexión.

Tal perspectiva se traduce tanto en la construcción de nuestro objeto de observación como en los métodos empleados para ello. Nuestro *objeto general* son las diversas prácticas comunicativas que acontecen en nuestra sociedad, en tanto orientadas hacia la consolidación de vínculos de solidaridad y su plasmación en formas culturales. Nuestro *objeto específico* es el tratamiento mediático de las actuaciones públicas y privadas —protagonizadas por la Administración, el Tercer Sector y la ciudadanía no organizada— en materia de desarrollo y participación social, en aras de una mayor igualdad, justicia y bienestar para todos.

La construcción de estos objetos se ha llevado a cabo mediante procedimientos (auto)narrativos; es decir, nuestro estudio constituye una narrativa que articula otras narrativas: las versiones de los diversos participantes acerca de sus propias prácticas comunicativas. El valor de todos

estos relatos no es meramente referencial, sino simbólico y sociodiscursivo, pues lo interesante no es tanto lo que refiere cada actor o el modo de referirlo, cuanto el hecho mismo de intervenir en una dinámica deliberativa, tomando la palabra, intercambiándola y discutiéndola. En este sentido, consideramos que quienes participan en esta investigación han empezado ya a implementar sus propuestas por el simple hecho de haber sido capaces de reunirse, examinar, contrastar y orquestar sus distintos puntos de vista.

En esta dinámica se halla, pues, el germen de toda comunicación solidaria, aunque también se vislumbran sus obstáculos. Hemos de reconocer que en algunos casos a los participantes en los talleres les ha faltado autocrítica y manifiestan importantes déficits. Los argumentos han bebido de una tónica elemental, apenas han incorporado visiones especializadas o lógicas discursivas alternativas a las hoy dominantes. En definitiva, el debate de los actores sociales que han intervenido en nuestro estudio resulta bastante superficial; los límites de nuestras conclusiones proceden en gran medida de este hecho.

Sin embargo, todo ello contribuye a plantear más realistamente las metas. Nadie debería pensar que abogamos por una «utopía» en su sentido etimológico, como una aspiración hacia el «non tópos», hacia «ninguna parte». Nuestra investigación se sabe social e institucionalmente enmarcada, ocupa y se dirige a *un lugar en el mundo*. No pretende zanjar ningún debate, ni dar por definitivamente alcanzadas sus pretensiones. Reconoce el conflicto como parte constitutiva/constructiva de toda dinámica social y advierte que «los mecanismos de tramitación del conflicto están *anclados en la cultura*» (Glez. Páramo, 1975, 38). Por eso se introduce en la interacción simbólica que simultáneamente vincula y opone a los distintos representantes de nuestro sistema sociocultural, reproduciéndola en las controladas condiciones de un laboratorio o taller para ponderar sus valores, denunciar sus carencias y vislumbrar esperanzas de cambio. El consenso al que apunta no es propiamente «utópico», es aquél que ya ahora se revela no sólo como posible, sino como real, pues se halla en la base de la praxis discursiva que define recíprocamente a los actores sociales. Ese área consensual, que «se manifiesta en la solidaridad y se simboliza en las representaciones colectivas» (Glez. Páramo, 1975, 50), es el germen —posibilidad y facticidad— de la *cultura solidaria* con que esta investigación se reconoce comprometida, sin falsos complejos o disfraces positivistas.

Nuestro compromiso subraya la dimensión racional de los actores sociales en aras de una democracia deliberativa, pero critica las concep-

ciones meramente instrumentales de la racionalidad, los modelos utilitaristas que han inspirado las teorías económicas —o más bien economicistas— de la decisión y la acción porque desprecian las dimensiones sociales más propiamente comunicativas: ignoran los lazos de pertenencia, la *con-vivencia* o vivencia compartida, el sentir común que se halla en la base de toda interacción y movilización social.

Por tanto, deseamos replantear las prácticas de comunicación social en su acepción más «comunitarista», en su potencial para generar comunidades, identidades colectivas, implicación en los mismos proyectos, vínculos, alianzas, encuentros... todo lo que remite al «sentir-con» los otros (Villasante *et al.*, 2001, 70), lo que fundamenta cualquier iniciativa solidaria.

## Procedimientos metodológicos

A fin de lograr una investigación consistente y al mismo tiempo crítica, internamente diversificada y empíricamente contrastada, hemos procurado el pluralismo metodológico y la integración topológica de tres aproximaciones fundamentales a la temática que nos ocupa: descriptiva, analítico-discursiva y participativa.

En primer lugar, hemos realizado una descripción cuantitativa —aunque también cualificada y crítica— de las rutinas de producción, los materiales y las formas de la expresión y el contenido que caracterizan a la información local socialmente comprometida.

Tal análisis se completa a través de un análisis discursivo que atiende a las modalidades enunciativas, narrativas y retóricas, a las lógicas de la (inter)locución y a la pragmática comunicativa, sin olvidar las condiciones sociales de la media(tiza)ción simbólica que llevan a cabo las industrias periodísticas.

El estudio de la codificación y decodificación, la emisión y recepción de los discursos analizados se nutre también de los (auto)diagnósticos propuestos por un conjunto de actores sociales: periodistas, técnicos de la Administración, representantes del Tercer Sector y otros ciudadanos. Estos actores han visualizado los escenarios de la mediación informativa en la provincia de Sevilla, tanto actuales como deseables. Lo han hecho participando en talleres o en entrevistas cualitativas que no sólo han permitido tratar como sujetos a los supuestos objetos de la investigación, sino ensayar una dinámica de trabajo capaz de tejer lazos cooperativos entre los distintos colectivos sociales y de anticipar lo que pretendemos: una *cultura solidaria* basada en redes horizontales de comunicación.

Tales (auto)diagnósticos han tratado de discernir los factores estratégicos del modelo dominante en la mediación periodística, los patrones privilegiados de representación y las directrices de las prácticas comunicativas que llevan a cabo los diversos grupos comprometidos con el de-

sarrollo social. Sobre esta base, también se ha realizado una prospección de escenarios según la metodología europea de talleres participativos EASW (*European Awareness Scenario/Sustainability Workshop*).

Desde que en 1994 la Comisión Europea diseñara esta herramienta de investigación social, aplicándola a la planeación urbana, la metodología EASW ha demostrado ampliamente su utilidad y fiabilidad: los resultados obtenidos hasta el momento invitan a emplearla en otras áreas de intervención y en diversos contextos territoriales.

Desde el punto de vista científico se considera una herramienta consistente, estandarizada y sistemática. También es flexible, capaz de adaptarse a realidades y proyectos dispares; su empleo resulta sencillo, fácilmente viable. Pero lo más interesante es que promueve la participación y la apropiación de las reflexiones/iniciativas por parte de los actores con quienes se trabaja; habitualmente, organizaciones y entidades de carácter local. La premisa de la que parte un taller de estas características es que todos los participantes son portadores de un saber especializado, igualmente válido y funcional. Por eso favorece una dinámica deliberativa que garantice la expresión de las diversas sensibilidades y el acceso de la ciudadanía a la agenda de los poderes públicos, previniendo la aparición de conflictos y generando matizados sistemas de información sobre la realidad social, a partir de sus variadas percepciones. En estos grupos, los profesionales y expertos comparten con todos los participantes sus criterios de análisis sobre el campo de intervención, logrando una mayor transparencia y co-implicación de los afectados; sus conclusiones se sustentan sobre un principio de igualdad como norma de conocimiento y decisión. Consiguientemente, las jornadas de prospectiva participativa se consideran eficaces herramientas de consenso y compromiso ciudadano con el cambio social.

Los talleres EASW se vertebran en dos tipos básicos de actividades: la dinámica de grupos y la puesta en común.

Cada grupo trabaja separadamente en el reconocimiento, descripción, análisis, diagnóstico y propuesta de intervenciones terapéuticas sobre las situaciones/problemas a tratar. Durante la primera fase se examinan las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de cada escenario (DAFO). En este examen es útil integrar las narrativas de los actores implicados, para después revisarlas mediante un análisis discursivo que ponga de manifiesto sus diversificadas pautas de codificación, procesamiento, recepción e interpretación de los datos disponibles.

Una vez efectuada esta tarea, se procede a la exposición pública, la discusión y la votación en sesión plenaria de las visiones e iniciativas planteadas por cada colectivo.

La realización de nuestro taller —que tuvo lugar el 19 de julio de 2005 en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla— se ajustó a un guión definido en cuatro pasos:

1. Diagnóstico e informe preliminar de la situación de partida, realizado por el equipo de investigación.
2. Desarrollo del trabajo por grupos y puesta en común durante una jornada, con asistencia de los diferentes actores y agentes involucrados.
3. Redacción de síntesis y propuestas de actuación.
4. Socialización y análisis comentado de las conclusiones, de forma no presencial.

El taller contó con 36 participantes, distribuidos en cuatro grupos de trabajo de 5 a 8 miembros cada uno, integrados por voluntarios y profesionales de ONGs, técnicos de la Administración Pública, periodistas y simples ciudadanos. Al organizar el taller se procuró garantizar la diversidad de actores participantes, así como el carácter plural, transparente y democrático de la toma de decisiones. También se fomentó la participación. De acuerdo con la filosofía de trabajo EASW, los asistentes fueron invitados en todo momento a lo siguiente:

- Intercambiar/contrastar opiniones y experiencias sobre prácticas de comunicación/información solidaria.
- Valorar la cobertura de los medios locales sobre cuestiones relativas a la igualdad y el bienestar social.
- Generar propuestas de acción y mejora.
- Proyectar un clima de confianza y cooperación para articular redes estables de comunicación/información con vistas a una *cultura solidaria*.

Todo ello con vistas a una serie de objetivos:

- Conocer la valoración de distintos sectores sociales sobre la acción solidaria y las prácticas de comunicación en torno a ella.
- Identificar y analizar comparativamente las visiones y soluciones planteadas por los distintos grupos. En otras palabras, lograr el contraste de las distintas opiniones y propuestas de cambio en un marco compartido donde se perfilen también los intereses divergentes de los participantes.

- Advertir las causas, barreras y obstáculos que dificultan la consolidación de una *cultura solidaria* en la provincia.
- Generar ideas nuevas y marcar directrices para acciones futuras.
- Articular un debate público entre ciudadanía, ONGs, Administraciones Públicas y medios de comunicación sobre igualdad y solidaridad.

Asimismo, durante la celebración del taller se subrayó la importancia de la meta última del proyecto: cambiar las formas de comunicación institucional de las organizaciones sociales y de la Administración Pública.

Las conclusiones y el balance final pusieron de manifiesto tanto las potencialidades como los límites de la crítica y las alternativas propuestas por los participantes. Creemos que esos límites responden a las carencias discursivas y comunicativas de los diferentes actores sociales, y que de ellos deriva precisamente el déficit de *cultura solidaria* en nuestra sociedad. Sin embargo, también es preciso reconocer que el hecho mismo de participar en esta dinámica y llevar a cabo una reflexión (auto)crítica, que avanza hacia compromisos prácticos concretos, es ya un germen de la solidaridad que pretende alentar esta investigación.

En suma, consideramos que la metodología EASW funcionó de modo adecuado, pues logró:

- Contribuir a definir marcos de intervención pública y social consistentes, basados en percepciones, diagnósticos y propuestas de acción compartidos y participados.
- Impulsar transformaciones significativas y cambios estructurales a partir del interés y el compromiso de los participantes.
- Dinamizar la comunicación y el conocimiento socializado entre los diversos actores, grupos y agentes sociales involucrados en el objeto de la transformación organizacional y/o social.
- Articular redes de intercambio, conocimiento y cooperación productiva para el desarrollo local.

Se ha articulado, pues, una experiencia de producción comunitaria de conocimiento y acción social: primero desde la anticipación —mediante diagnóstico experto sobre el problema— y luego mediante la apropiación participativa —a través de la identificación de escenarios y el compromiso con una serie de objetivos prácticos. El plan de acción presentado en el balance final del taller responde así a la voluntad de los sectores que desean contribuir a nueva *cultura solidaria* en la provincia.

## Marco contextual de referencia

El objeto de nuestra investigación, su ámbito y alcance, han sido delineados dentro de un marco de referencia territorial: la provincia de Sevilla.

Nuestro objeto general —como ya se ha indicado en el epígrafe anterior— son las prácticas de comunicación social en tanto expresión de una solidaridad colectiva forjada mediante la intervención cooperante de la ciudadanía y las actuaciones de la Administración pública en materia de igualdad y bienestar social. Nos interesan primordialmente las iniciativas dirigidas a los sectores desprotegidos, marginados o excluidos, las propuestas que promueven la reinserción social, la prevención de las problemáticas a través de la reestructuración del tejido asociativo y la apertura de espacios de discusión, formación, implicación y cooperación.

Entre las diversas prácticas de comunicación social, nuestra atención se focaliza hacia la comunicación mediática sobre políticas, programas, proyectos, campañas o actividades de desarrollo organizados por entidades públicas y privadas de carácter voluntario o profesional. Revisamos, por tanto, las noticias consideradas «de interés social», aquellas que proporcionan información sobre la situación y demandas de los sectores menos favorecidos, comprometiéndose de algún modo con la mejora de sus condiciones de vida.

Nuestro análisis pretende esclarecer los criterios que rigen la agenda de los diversos medios, sus estrategias y políticas informativas, a fin de valorar su grado de responsabilidad social, su contribución a la igualdad, la integración y la mediación reflexiva, su empeño por una ciudadanía activa y un espacio público solidario.

Los medios examinados se circunscriben a un marco de referencia limitado a la ciudad y la provincia de Sevilla, aunque también analizamos la información regional y local de empresas periodísticas de cobertura nacional.

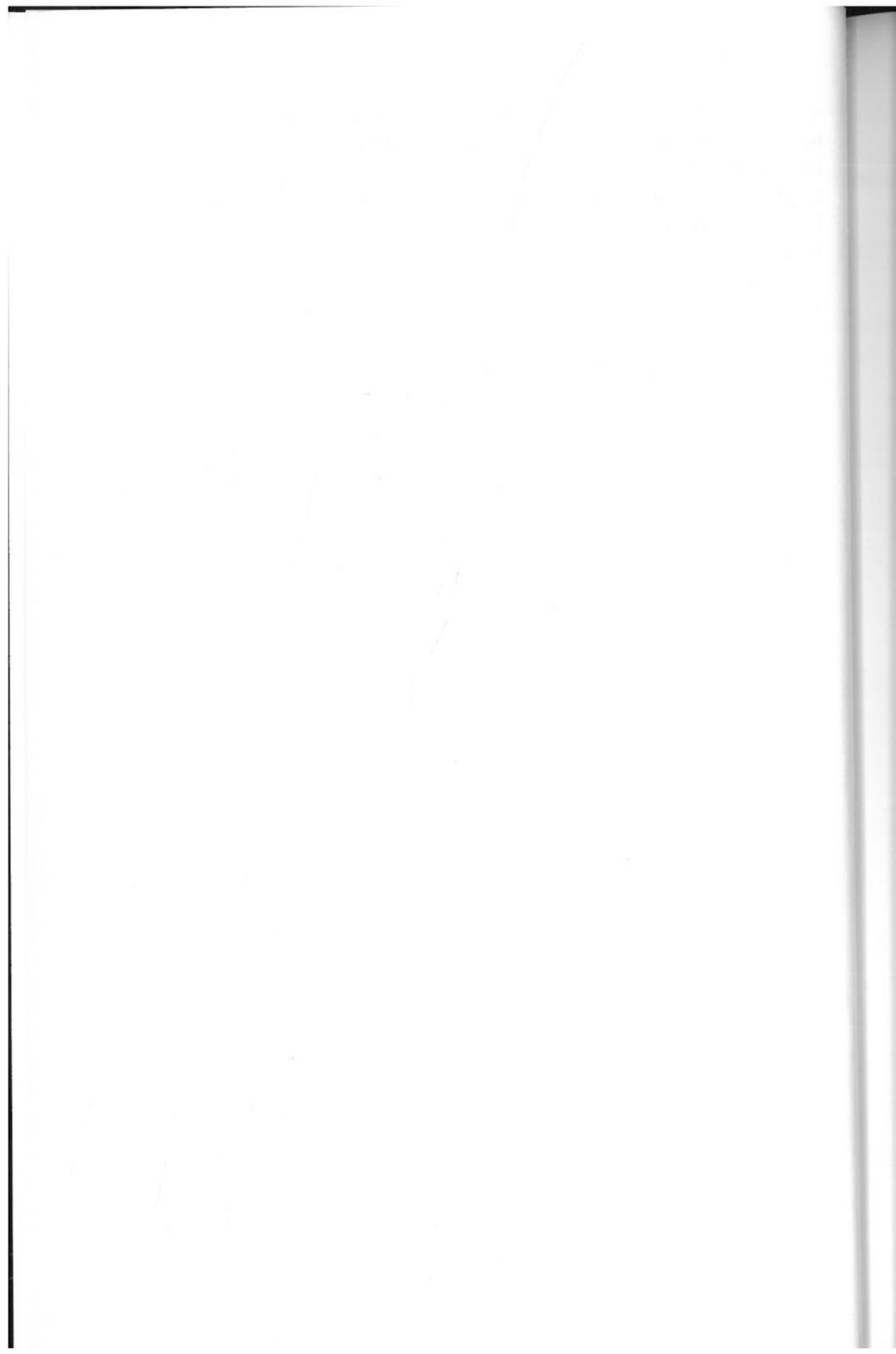
En lo que concierne a nuestra comunidad territorial, hemos de decir que —más allá de tópicos y anuncios publicitarios— Andalucía puede considerarse solidaria. Basta observar las más de 690 entidades y los 142.000 andaluces, aproximadamente, que colaboran en pro del desarrollo social siguiendo las directrices marcadas por la Ley Estatal de Voluntariado (6/1996). Estas cifras sitúan a nuestra región en segundo lugar entre todas las españolas, después de la comunidad de Madrid. Además, asistimos a un acelerado proceso de relocalización, esto es, de definición de proyectos de comunicación y solidaridad arraigados en el entorno, descentralización de servicios públicos y emergencia de lo próximo. Éste comienza a ser el punto de anclaje de la organización del desarrollo y del positivo reconocimiento de las demandas sociales por parte de la Administración.

A pesar de todo, contamos con los más altos índices de pobreza y desigualdad social del país. Todos los informes e indicadores económicos sitúan a la provincia de Sevilla —junto a Cádiz y Huelva— entre las que presentan menor nivel de desarrollo. Nuestra renta *per capita* es un 18 por 100 menor que la media nacional. Según Cáritas, casi un tercio de la población andaluza sufre situaciones de marginación o exclusión: paro, falta de vivienda, necesidad urgente de servicios sociales, etc. Se trata, pues, de un contexto social con graves carencias y necesidades, cuyo estudio resulta imprescindible para mejorar las políticas de igualdad y bienestar.

En lo que concierne a la comunicación mediática, es preciso reconocer que durante los últimos años los medios locales han vivido un auge sin precedentes, sólo comparable al que se vivió en sus inicios, en la década de los 80. Este fenómeno destaca la creciente relevancia de los espacios de proximidad, probablemente debido a la necesidad de contrapesar la expansión global del llamado *capitalismo cognitivo*.

En el caso concreto de Sevilla, además de *El Correo de Andalucía* y *ABC*, consolidados desde hace mucho tiempo, hay que ponderar el gran éxito de público y el prestigio institucional de nuevos periódicos como *Diario de Sevilla*, o la amplia difusión y consumo de *20 Minutos*. Por otra parte, disponemos de varios medios audiovisuales de carácter privado —Sevilla TV, Canal 47, Giralda TV y Localia TV—, que ya se han consolidado como actores sociales con influencia en la provincia. También Canal Sur, empresa pública de radiodifusión de alcance regional, ha ampliado considerablemente sus espacios de información y programación local, con notable aceptación e incremento de audiencia, sobre todo en los últimos tres años.

Además del análisis de los discursos de la mayoría de estos medios, nuestra investigación se ha servido de un (auto)diagnóstico grupal sobre la participación de los medios locales, la Administración y el movimiento asociativo en la comunicación a favor de una *cultura solidaria*. En él han trabajado representantes de ONGs junto a otros ciudadanos, informadores profesionales y funcionarios.



## Cultura y comunicación solidarias

Como venimos diciendo, el principal propósito de este estudio es descubrir hasta qué punto las políticas informativas de los actores con responsabilidad en materia de bienestar e igualdad social promueven una esfera pública y una(s) cultura(s) de la ciudadanía solidaria capaces de penetrar los espacios de interacción del *mundo de la vida* (*die Lebenswelt*), en la acepción sociológica del término.

Como apunta Habermas, la solidaridad forma parte de la estructura misma de la acción comunicativa y de los *mundos de vida*, mediando incluso en los procesos más básicos de integración y socialización. En otras palabras: es en el espacio de los *mundos de vida* donde se sientan los cimientos de la integración normativa, la construcción de la cultura y la reproducción simbólica que ulteriormente se desarrollarán en otros niveles. Por tanto, toda política comunicativa solidaria depende en primer lugar de la capacidad de articulación de las comunidades de convivencia y los diversos medios de expresión colectiva.

Es en la vida cotidiana donde se asigna a cada comunicante, en el contexto de la división del trabajo, el papel que ha de desempeñar; es ahí donde se gesta el qué, el cómo y el cuándo se ha de comunicar y, por consiguiente, es ahí donde se decide si la relación supuestamente comunicativa opera bajo los cánones de las relaciones de subordinación y competencia, con vínculos de sometimiento o de rivalidad, o bajo los lineamientos de las relaciones de asociación que permiten la cooperación y la acción conjunta (Corral, 1988, 78).

Desde estas premisas, el concepto *cultura solidaria* designa, en primer lugar, los modos de pensamiento, organización y acción del voluntariado social que posibilitan: «...la constitución de una red estable entre las entidades voluntarias que desean dar respuesta a las necesidades sociales, y la necesaria participación en los programas tanto de los propios

voluntarios como de la propia comunidad a la que se hace la propuesta de actuación» (Gutiérrez Resa, 1997, 84).

Se trata, pues, de propiciar nuevas dialécticas entre regulación pública, mercado, comunidad y asociaciones civiles donde la ciudadanía pueda hallar espacios de implicación, vías deliberativas de resolución de conflictos y nuevas formas expresivas, accesos comunicativos —también decisorios— para corregir las carencias estratégicas en la organización social.

Entendemos la solidaridad como una conquista moderna ligada a la promoción de las condiciones sociales apropiadas para el efectivo ejercicio de la libertad y la igualdad, la participación democrática de la ciudadanía, el reconocimiento no sólo formal sino también concreto, material, de la dignidad de la persona y la afirmación de la «personalidad» de los pueblos. Además, es una emergencia posmoderna —en un sentido no deconstruccionista— comprometida con la cultura autogestionaria, la complementariedad de la ética de la justicia con la ética del cuidado, la reivindicación de los derechos de tercera generación y la responsabilidad por el entorno natural como contrapunto diferenciado —pero también como condición de posibilidad— del sistema social, según la Antropología Ecosistémica y la Sociología Cibernética.

Hablar de solidaridad es hablar de lazos, de vínculos, de comunidad y —necesariamente, no de modo opcional, ni competencialmente circunscrito— de comunicación. Ello significa equidad —igualdad positivamente diferenciada— y corresponsabilidad —libertad responsable de la libertad de los demás—. La solidaridad apunta hacia la *Sorge* que tanto valoró Martin Heidegger—: el cuidado o atención por los «otros» y por el mundo circundante (*Umwelt*), que no sólo brinda un escenario a la propia existencia, sino que en gran medida la constituye como *Dasein*, ser-ahí, en un co(n)-texto cuya escritura teje los universos de sentido donde se definen las coordenadas de nuestro emplazamiento.

Frente al liberalismo individualista urge afirmar que el sujeto humano no es ante todo un individuo: es persona, interacción y comunidad, un ser intrínsecamente social, un nodo hipostático en una red de interrelaciones, o más aún, una interrelación en sí misma autopoiética y autoconsistente —retomando la terminología de Varela y Maturana (1980).

¿Qué tipo de sujetos hemos de ser para que tenga sentido nuestro discurso acerca de la justicia y de los derechos? (...) Muchas teorías sobre la justicia, hoy ampliamente aceptadas, se fundan en una inter-

pretación del sujeto muy poco plausible, como un agente desencarnado (Taylor, en la contraportada de Sandel, 1982).

(Pero) no podemos concebimos (como seres autónomos e independientes) sin gran coste para nuestras lealtades y convicciones; (...) vivir de ellas es inseparable de entendernos a nosotros mismos como las personas particulares que somos (...). Tales vínculos son algo más que los objetivos que de hecho poseo o a los que «me adhiero en un momento dado». Van más allá de las obligaciones que asumo voluntariamente... Mediante esos vínculos, mis deberes sobrepasan lo que requiere —o incluso lo que permite— la justicia, no en razón de los acuerdos a los que he llegado, sino de las pertenencias y compromisos más o menos duraderos que, en conjunto, definen parcialmente la persona que soy (Sandel, 1982, 179).

La concepción liberal de un yo independiente, carente de toda atadura, pertenencia y contexto es vacía, cobija una errónea y *hobbesiana* concepción de la sociedad. La solidaridad implica, por tanto, no ya un *plus*, un añadido, sino una dimensión inherente a la condición humana en su vertiente simultáneamente individual, comunitaria y social —reticular, diríamos hoy, para englobar y a la vez transmutar todos los planos.

Consiguientemente, que la solidaridad se haga cultura y comunicación significa que no sólo se propone como acción puntual, ni siquiera como proyecto sostenido, sino que impregna y reconfigura todos los circuitos sistémicos. Se conjura así la hipocresía de intentar corregir mediante una actividad voluntaria o benevolente las injusticias que anteriormente se han alimentado con la actividad laboral, de jugar simultáneamente a dos barajas, de combinar dos lógicas incompatibles: por una parte, utilizando los mecanismos que fomentan la discriminación y la miseria; por otra, poniendo parches y tranquilizando las conciencias para impedir cualquier estallido revolucionario contra el *statu quo*.

Las exigencias ético-políticas de la *cultura* y la *comunicación solidarias* remiten y son equiparables a las de la cultura y la comunicación democráticas. Hablamos falazmente de democracia en contextos donde los flujos de información se hallan controlados por los poderes fácticos. Poseemos Estados formalmente democráticos donde las personas —los ciudadanos y los excluidos injustamente de la carta de ciudadanía— no participan suficientemente en la toma de decisiones y menos aún en el discernimiento del ámbito de posibilidades, necesidades o deseos sobre el que se plantean esas decisiones. Pero sabemos que lo importante no son las estructuras formales, sino las plasmaciones culturales —en un sentido también material, más allá del mero

simbolismo— y las dinámicas de comunicación/interacción que las sostienen.

Una *cultura* y una *comunicación solidarias* son tan deseables —y tan poco evidentes— como una cultura y una comunicación auténticamente democráticas. Para que el «demos» gobierne debe, en primer lugar, existir: como pueblo o comunidad, como sujeto colectivo y *organizado* de derechos y de deberes, que ha forjado no sólo una historia común, sino un común compromiso por el bien de todos, sin exclusiones, pues la alteridad nos constituye intrínsecamente.

(Ello exige) una ciudadanía activa, democrática, pluralista e inclusiva, que puede jugar un papel relevante en la elaboración de políticas, programas y servicios para mejorar la vida en la comunidad (...), especialmente en áreas de riesgo y vulnerabilidad, de exclusión y pobreza, de discapacidades y dependencias, de degradación urbana o amenazas a la calidad de vida. (Tal ciudadanía) puede aportar su inspiración, su experiencia, sus conocimientos, su dedicación y su liderazgo, su sentido de la cercanía a los problemas para desarrollar políticas, programas y servicios. Y puede convertirse en mediadora entre sus bases de representación y las estructuras administrativas del Estado o la esfera propiamente política<sup>3</sup>.

Consiguientemente, el Estado debe seguir reconociendo, fomentando, amparando, regulando y en muchos casos institucionalizando las iniciativas solidarias de la sociedad civil. Al mismo tiempo, debe evitar la tentación de sentirse descargado de las exigencias de justicia y bienestar social que con tanto esfuerzo se logró asumiera a medida que se superaban las versiones más elitistas del liberalismo doctrinario, se profundizaba en la democracia y se materializaba el igualitarismo a través de políticas sociales. Sería, pues, lamentable devolver y restringir al ámbito de lo privado algo que define esencialmente la razón de ser de lo público.

Otro peligro es que la identificación y el fortalecimiento del Tercer Sector como nuevo actor social —no sólo de hecho sino también reconocido jurídicamente—, sea utilizado como coartada para justificar la apatía y la pasividad de los demás integrantes de la comunidad. Lo peor de esta deriva es que la dejación del deber y el derecho de participar en la construcción de la sociedad supone renunciar en la práctica a la con-

---

<sup>3</sup> Antonio Ariño Villarroya, *Plan estratégico del voluntariado de la Comunidad Valenciana y plan de acción del voluntariado (2005-2008): Documento Marco*, publicado en [http://213.96.70.16/pevcv/plan\\_estragico.pdf](http://213.96.70.16/pevcv/plan_estragico.pdf) (consultado en febrero de 2006).

dicción de ciudadano: «La idea de participación está totalmente imbricada o entrelazada con la idea de *ciudadanía*; junto a la de *status* y *pertenencia*, la posibilidad de contribuir a la vida pública de la comunidad (...), o dicho con otras palabras, la participación, *define* a la ciudadanía y a su vez es definida por ella» (García Inda y Mtnez. de Pisón, 2001, 18).

El mercado constituye también una amenaza, tanto por su tendencia a fagocitar todo lo que abarca la demanda social —cada vez se «venden» más servicios sociales—, como por las necesidades de financiación de las organizaciones no gubernamentales, crecientemente proclives a un *marketing social* de dudosa legitimidad. A este mercantilismo se suma la orientación tecnocrática de la intervención social, que afecta a todos los actores, comenzando por las instituciones públicas. De hecho, solemos hacer referencia a los «técnicos» de la Administración como miembros de un cuerpo burocrático, especializado no sólo en la ejecución y gestión de las directrices políticas, sino también en su trazado, pero hemos de reconocer que con criterios supuestamente técnicos y con argumentos «objetivos» se disfrazan de legitimidad muchas decisiones partidistas.

Todos estos riesgos inciden de modo particular en el ámbito comunicativo. Cuando la comunicación se considera competencia primordial de los medios y éstos se ponen al servicio de intereses privados o corporativistas, por *comunicación solidaria* se entiende —en el mejor de los casos— el compromiso de aquellos periodistas que se sienten personalmente concienciados con las problemáticas sociales y que a las exigencias normales de su trabajo añaden el esfuerzo suplementario de dar a conocer los proyectos sociales de la Administración o de alguna organización no gubernamental. Desde tal planteamiento muchos convierten su altruismo en motivo de autoafirmación, instrumentalizan la solidaridad como valor de cambio en las transacciones simbólicas y reclaman un particular reconocimiento por su lucha social o su implicación ética.

Ahora bien, cuando hablamos de *cultura y comunicación solidarias*, los autores de este volumen rechazamos explícitamente este tipo de coartadas. Para nosotros la solidaridad no es ni un valor añadido, ni algo meramente simbólico —pues ha de plasmarse también materialmente, aunque no debe manipularse como un producto susceptible de compra-venta. Ni siquiera es adecuado concebirla como fruto del refinamiento de las conciencias, del cultivo ético de una élite o de la generosidad altruista. La solidaridad ha de ser encarada como una dimensión indisociable de la naturaleza del propio Estado democrático de derecho, del sistema social y de las personas que contribuyen a configurarlo, muchas veces como entorno crítico y subversivo más que como actores integrados.

En conclusión, «solidaridad» significa comunidad y racionalidad práctica compartida —o en palabras de Emilio Lledó: «convivencia en el *nomos*». Una *cultura solidaria* consistente es aquella que no sólo propone una ciudadanía informada, consciente de los problemas de exclusión y las exigencias públicas de integración o desarrollo comunitario, sino que promueve efectivamente la asociación y la cohesión social, articulando redes participativas de autoorganización y gobernanza local. Una *cultura solidaria* integral presupone, en definitiva, la articulación de nuevas formas de mediación que fortalezcan las relaciones sociales y humanas en un plano de igualdad. Para ello abre procesos de apropiación, participación y autodeterminación donde el Tercer Sector desempeña una función coordinadora y de liderazgo estratégico.

Esta visión exige superar las interpretaciones mediocéntricas de la comunicación al uso en sociedades dominadas por la industrialización y la capitalización del conocimiento. El mediocentrismo debe dejar paso a una lectura crítica y a una renovación de la lógica de las mediaciones sociales en su más vasta y plural acepción. Es preciso —además— un enfoque integral de estas mediaciones que permita a las comunidades apropiarse de los recursos y los espacios de (inter)locución, facilitando el *empoderamiento* de las voces ocluidas en las formas actuales de dependencia y jerarquía, que lastran no sólo el sistema informativo, sino también las políticas públicas pretendidamente igualitarias y los servicios de asistencia social. La proximidad de la comunicación a praxis del diálogo devienen imprescindibles para construir una solidaridad compartida: solidaridad reflexiva, no mecánica. Como advierte Gutiérrez Resa: «El voluntariado implica el uso del diálogo como método, siendo expresión de la diversidad de la comunidad y la participación, incluida la que corresponde al diseño y programación de la propia actividad voluntaria» (Gutiérrez Resa, 1997, 72).

Se trata, ante todo, de una voluntad de entendimiento, del compromiso para garantizar que la libertad se conjuga con la igualdad de un modo diferenciado, es decir, a través de políticas de la diferencia y de la heterogeneidad productiva, pues diversas son las expresiones culturales de la cooperación, las necesidades y las demandas de los actores sociales.

En definitiva, la comunicación solidaria exige mucho más que (re)transmitir informaciones sobre proyectos de integración o desarrollo social: debe propiciar comunidades de bienestar, identidades y formas de trabajo reticulares, abiertas y dialogantes, a través de un lenguaje de vínculos que exprese la potencia creativa del voluntariado social y del conjunto de la ciudadanía.

## El voluntariado social

Analizar las posibilidades de configurar *solidariamente* el entramado cultural a través de prácticas comunicativas adecuadas, exige la colaboración de todos los actores sociales, pero de un modo particular de la ciudadanía comprometida en organizaciones sociales.

La demarcación menos ambigua y más operativa del voluntariado social, que integra el denominado Tercer Sector, es la que propone la Ley 6/1996 de 15 de enero:

Se entiende por voluntariado el conjunto de actividades de interés general, desarrolladas por personas físicas, siempre que las mismas no se realicen en virtud de una relación laboral, funcionarial, mercantil o cualquier otra retribuida, y reúnan los siguientes requisitos: A) Que tengan carácter altruista y solidario. B) Que su realización sea libre, sin que tengan su causa en una obligación personal o deber jurídico. C) Que se lleven a cabo sin contraprestación económica, sin perjuicio del derecho al reembolso de los gastos que el desempeño de la actividad voluntaria ocasione. E) Que se desarrollen a través de organizaciones privadas o públicas, y con arreglo a programas o proyectos concretos<sup>4</sup>.

Como puede advertirse, la primera referencia-clave en esta concepción es el «interés general»:

Se entiende por actividades de interés general, a efectos de lo dispuesto en el artículo anterior, las asistenciales, de servicios sociales, cívicas, educativas, culturales, científicas, deportivas, sanitarias, de cooperación al desarrollo, de defensa del medio ambiente, de defensa de la economía o de la investigación, de desarrollo de la vida asociativa, de promoción del voluntariado, o cualesquiera otras de naturaleza análoga<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> Ley 6/1996 de 15 de enero, Título I, Art. 3.1: «Concepto de voluntariado».

<sup>5</sup> Ley 6/1996 de 15 de enero, Título I, Art. 4: «Actividades de interés general».

En segundo lugar, se destacan las apelaciones al altruismo, la solidaridad, la libertad y la gratuidad, es decir, la no instrumentalización económica de la actividad voluntaria por parte de quienes la llevan a cabo.

En tercer lugar, se habla del carácter organizado y programado de las iniciativas voluntarias.

Algunas reflexiones esbozadas en otros epígrafes han glosado ampliamente estas nociones. El término «solidaridad» ha sido ligado —ante todo— al mundo de la vida, aquél donde se tejen los vínculos comunicativos que constituyen el entramado social. También se ha asociado al ámbito de la ciudadanía y a su necesaria participación en la política, escenario donde se entrelazan lo privado y lo público, lo individual y lo comunitario. La perspectiva que orienta nuestra investigación complementa, pues, la acepción del «interés general» propuesta por la Ley porque ésta omite toda referencia a la comunidad a la que —se supone— corresponde tal interés, no la incluye explícitamente en su definición. Frente al texto legal mantenemos que la primordial contribución del voluntariado es precisamente dotar de significado concreto al concepto de «interés general», respetando siempre un marco indiscutible que debe comprender —entre otras cosas— los derechos inalienables de las minorías y de los individuos particulares.

El carácter libre, altruista y no utilitario de las prestaciones voluntarias, su carácter no remunerado, es otro aspecto interesante del enunciado jurídico, de relevantes implicaciones. Pues si este principio de no-instrumentalización económica se aplica más allá de los sujetos individuales a las organizaciones sociales como sujetos colectivos, es preciso reconocer que se trata de un principio frecuentemente incumplido. La deriva tecnocrática de muchas parcelas de la actividad voluntaria —a la que más adelante aludiremos con detalle— está provocando la instrumentalización de la solidaridad. Lo más desconcertante es que esta deriva procede en gran medida de un mal entendido deseo de gestionar con eficacia los programas y proyectos organizados, al margen de los cuales la actividad voluntaria carecería de reconocimiento legal.

Esta primera aproximación a la definición jurídica del voluntariado social pone de manifiesto su problemática y sus contradicciones internas. Javier de Lucas la ha entendido como fruto de la confrontación entre exigencias opuestas: el altruismo espontáneo y la conciencia del deber, la responsabilidad con los más próximos y la necesidad de manejar parámetros universales, el pluralismo democrático en la toma de decisiones y las exigencias de la eficacia, la representatividad frente a la autenticidad de la participación directa, la gratuidad de la acción voluntaria y

el valor económico de la riqueza generada, la autonomía y la necesidad de someterse a los imperativos del sistema, incluso para poder transformarlo.

A la controvertida situación que venimos describiendo se añade la plurivocidad en los discursos que sustentan la actividad del Tercer Sector: se manejan fuentes, finalidades y argumentaciones muy diferentes, en algunos casos incluso incompatibles entre sí.

El Prof. Gil Calvo ha establecido al menos cuatro variedades distintas de voluntariado según los criterios que orientan su desarrollo: el voluntariado estratégico-instrumental —que se plantea objetivos a medio plazo y apunta hacia cambios estructurales en el sistema, el voluntariado expresivo o estético —que pretende resultados o satisfacciones inmediatas, el terapéutico —destinado a aliviar situaciones de sufrimiento individual o tensión social, y el ético —de raíz religiosa o cívica, aunque también caben categorías mixtas.

Según H. Béjar (2001), los tipos discursivos más frecuentes en el marco de la intervención social voluntaria son el asistencialismo, el individualismo y el civismo, ligados respectivamente a ciertas instituciones caritativas tradicionales, al conservadurismo liberal y a la ideología comunitarista-republicana. Desde una perspectiva análoga, otros autores señalan tres lógicas fundamentales en la mediación solidaria:

- La lógica asistencial que inspira la solidaridad más tradicional, destinada a la mejora de las condiciones de vida de los necesitados y manifestada primordialmente en la donación de recursos.
- La lógica modernizadora propia de la solidaridad liberal, que orienta sus esfuerzos a la promoción, la integración y el cambio social según criterios de eficiencia, mediante una gestión tecnológica de la sociedad.
- La lógica de la solidaridad radical, que fomenta la cultura autogestionaria y la democracia participativa mediante diversas formas de autodeterminación comunitaria para lograr una integración equilibrada de los recursos, las iniciativas y las voluntades de todos en beneficio de los menos favorecidos.

El predominio de una u otra lógica configura distintivamente a cada organización social, su propio modo de entender la solidaridad, su estructura y organigrama, su proyección social, su núcleo ideológico e incluso la selección de sus fuentes de financiación. Las pautas que sigue cada ONG para diseñar su producción discursiva y sus relaciones

simbólicas propician modos específicos —y a veces discutibles— de entender la solidaridad, la intervención y el trabajo diario con la ciudadanía.

Consiguientemente, aun reconociendo matrices compartidas, es preciso negar que exista *una sola cultura solidaria*, o *una* visión uniforme de las políticas de igualdad entre el voluntariado social. Las organizaciones cívicas esbozan un campo paradójico, en ocasiones abiertamente contradictorio e incluso conflictivo, que se refleja en su variado elenco: sindicatos, movimientos sociales, fundaciones, asociaciones profesionales, institutos religiosos, formaciones políticas, entidades administrativas... Por eso es cuestionable que se aluda al Tercer Sector en singular, como si se tratara de una realidad unívoca y consolidada. Una mirada retrospectiva a los orígenes y la evolución de este sector permite reconocer su interna diversidad sin por ello negar el común denominador de sus multiformes expresiones.

### 7.1. ORÍGENES HISTÓRICOS Y EVOLUCIÓN

El nacimiento del Tercer Sector está ligado a la crisis y progresiva reformulación del Estado de Bienestar en los países más industrializados, cuya Administración se ve desbordada para gestionar la problemática de una sociedad cada vez más compleja. La emergencia de nuevas vías de acción colectiva, vínculos y formas de intervención solidaria responde no sólo a la libre iniciativa de la ciudadanía, sino también a factores macroestructurales; particularmente, a las exigencias de flexibilización y adelgazamiento del aparato del Estado en el capitalismo *posfordista*. Históricamente —en especial a partir de la segunda mitad del siglo xx—, las ONGs han mostrado una eficaz atención a las necesidades más urgentes y básicas de la población, en contraste con los gobiernos, cuyas políticas se han supeditado en gran medida a las necesidades del mercado, limitándose frecuentemente a regular la libre competencia.

Es precisamente esta capacidad de organización del Tercer Sector, su respuesta rápida a situaciones de emergencia, así como su carácter flexible, poroso y abierto a las demandas concretas de la ciudadanía local lo que le ha otorgado un papel estratégico en el análisis y la supervisión de las necesidades de igualdad y bienestar social. Ello explica la confianza de la sociedad civil en las ONGs; su habitual imagen de fiabilidad, prestigio, eficiencia y eficacia.

(De aquí la importancia de) ...el desarrollo personal y la integración social que es propia de la acción voluntaria, con independencia de sus efectos deliberadamente perseguidos. La participación o contribución a la constitución y actividad de estas entidades (del Tercer Sector) pueden incidir favorablemente (...) en el despliegue de sus promotores y colaboradores, y en la articulación de la sociedad (Álvarez *et al.*, 1989, 29).

Una ojeada a la trayectoria del voluntariado en España permite advertir que desde el establecimiento de la democracia en 1975 hasta 1982, la solidaridad se planteó de un modo abstracto, podríamos decir cuasi «filosófico». Los servicios sociales y la comunicación en torno a ellos respondían a una imagen compasiva de la acción social, que se traducía en un discurso público excesivamente técnico, incluso farragoso:

...los profesionales de estos innovadores servicios sociales comunitarios, al iniciar su comunicación masiva con la población de su territorio, utilizaron como contenido sus propias preocupaciones sobre la esencia de estos servicios (qué son, cuáles son sus funciones...), y el lenguaje específico de su propia profesión de trabajadores sociales (García Herrero y Ramírez Navarro, 2001, 25).

La experiencia y el perfeccionamiento de los métodos de intervención social hacen que hacia mediados de los años 80 las instituciones manifiesten un mayor pragmatismo, sobre todo en el ámbito comunicativo. Sus campañas informativas tratan de mostrar —ante todo— la utilidad de las prestaciones ofrecidas, lo cual privilegia la perspectiva del receptor, los enfoques concretos y las interpelaciones coloquiales, reforzadas mediante un inteligente uso de las ilustraciones visuales.

Una idea que preocupaba mucho en esos momentos era trascender las imágenes de marginalidad que se arrastraban como herencia del reciente pasado benéfico y asistencial. Se quería transmitir una idea de normalización de los servicios sociales para todos, uno de los lemas más repetidos y celebrados en esa época (García Herrero y Ramírez Navarro, 2001, 33).

Se abre así una etapa «utilitarista». Además de explicar las funciones de los diferentes servicios sociales, las campañas detallan cómo acceder a ellos, tratando de aproximar más la Administración Pública a los intereses y necesidades de la ciudadanía. Para eso se recurre a un lenguaje directo en múltiples soportes y se diversifican las técnicas de difusión de

la acción social. Sin embargo, habrá que esperar a los años 90 para que las ONGs irruman con fuerza en la escena pública y procuren de modo explícito su visibilidad mediática. Es el tiempo de la expansión y el reconocimiento público de propuestas como la Plataforma 0,7 por 100, Manos Unidas, la Asociación Pro Derechos Humanos, Justicia y Paz, etc. «En España, de las 11.000 ONGs que existen actualmente dedicadas a la acción social, sólo un 18 por 100 estaban ya constituidas en 1980. Las nuevas necesidades han influido en este desarrollo de redes sociales, comités, asociaciones, fundaciones y diversos tipos de entidades cuyo objetivo es dar respuesta a los retos de nuestro mundo globalizado»<sup>6</sup>.

Las Comunidades Autónomas también empiezan a implicarse en el voluntariado y la cooperación, diseñando políticas específicas al respecto. Por su parte, los medios de comunicación alimentan esta dinámica al describirla como una ejemplar expresión de solidaridad (Gutiérrez Resa, 1997, 216). La agenda informativa comienza a abrirse tímidamente a las inquietudes del Tercer Sector, asociándolo principalmente al ámbito de las relaciones internacionales y destacando la cooperación para el desarrollo de los países del Sur. A partir de la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Social celebrada en Copenhague en 1995 se perfeccionan las estrategias públicas destinadas al *empoderamiento* y al desarrollo comunitario, mediante propuestas de descentralización en beneficio de los sectores locales:

(Se aprecia la necesidad de) un sistema permanente de retroalimentación de la información de abajo a arriba. O sea, que si hacemos una amplia difusión tenemos que tener previsto que cualquier ciudadano pueda llegar con mucha facilidad a cualquiera de los grupos organizadores o a los técnicos implicados. Para que esta actividad sea practicable, además de la información ya comentada hay que garantizar sistemas que den confianza por ser habituales y cercanos a las personas. Y, de todas formas, abrir durante el proceso varios momentos en que especialmente se va a pedir la colaboración y la información, muy descentralizadamente (Villasante *et al.*, 2002, 205).

Ello se traduce en nuevas lógicas de mediación social y nuevas políticas de relación con las industrias informativas, cada vez más reconocidas como imprescindibles canales de visualización —aunque también espectacularización— de las iniciativas sociales.

---

<sup>6</sup> [http://www.juntadeandalucia.es/asuntossociales/contenidos/pControl.asp?Cod\\_Contexto=9](http://www.juntadeandalucia.es/asuntossociales/contenidos/pControl.asp?Cod_Contexto=9) (consultado en julio de 2006).

Actualmente, la *comunicación solidaria* oscila entre la sostenibilidad y la seducción, la proyección de futuro y la búsqueda de un impacto inmediato a través de las nuevas tecnologías multimedia y de estrategias de *marketing social* abiertamente publicitarias. Con todo, se echa en falta una cultura comunicativa sólida, asentada en una filosofía global y coherente con los principios éticos que deberían mover a la acción social, y que aproveche a fondo el potencial participativo del voluntariado.

De los escasos estudios realizados en nuestro país sobre las prácticas actuales de comunicación en las organizaciones sociales destaca el que ha realizado el Prof. Javier Erro en el País Vasco, centrado en las ONGDs. Las conclusiones de su investigación indican que la mayoría de estas entidades con sede en España carece de recursos y espacios adecuados para la reflexión, el (auto)diagnóstico y la planificación de los procesos comunicativos en que se ve implicada; sus actividades responden principalmente a inercias y adolecen de falta de coordinación. La función de informar y comunicar recae sistemáticamente sobre los responsables de la organización o de la gestión de proyectos concretos: no existen profesionales cualificados y especializados en la actividad comunicativa. Otro estudioso de estas cuestiones, V. M. Sáez, afirma algo similar:

Sólo una minoría de ONGDs cuenta con oficinas de información y prensa que asumen la responsabilidad de comunicar, aunque en la mayor parte de los casos se limitan a la relación con los medios. Tampoco existe una adecuada planificación. El perfil-tipo nos indica que las personas encargadas de estas oficinas son en general jóvenes con estudios de periodismo o publicidad, escasa experiencia y formación en cooperación, muy pocos años de trabajo en las ONGDs, mal remunerados y «chicos para todo». Si a esto añadimos la presión a la que los somete la institución para que centren su trabajo en la captación de recursos —socios, donativos, relaciones con empresas— y consigan resultados tangibles a muy corto plazo, no es de extrañar la gran movilidad que se da en este tipo de puestos (Sáez, 2004, 121).

En conclusión, hoy no sólo existen graves carencias en los sistemas de comunicación de las organizaciones sociales, sino que se destinan pocos recursos a mejorar las relaciones con la ciudadanía y con los medios. Respecto de este último punto —y contra lo que afirman autores como Navas y Schez. Aranda (2003, 44)— hay que reconocer que las empresas informativas suelen mostrarse poco receptivas a los proyectos y a las campañas solidarias. El aparato de la información noticiosa en su con-

junto se muestra hostil —o al menos poco abierto— a los discursos canalizados por las ONGs; la agenda dominante impone márgenes muy reducidos a este tipo de temáticas.

Por otra parte, en nuestro país la estructura de participación de las ONGs reproduce formas de dependencia y correlaciones interinstitucionales asimétricas, que supeditan la acción voluntaria a los poderes públicos y a sus mecanismos de financiación. Frecuentemente, la colaboración ciudadana en los consejos de las instituciones dedicadas al bienestar y a los servicios sociales se reduce a una mera expresión protocolaria desprovista de contenido, sin apenas capacidad de iniciativa ni diálogo. Este fenómeno se ve reforzado por lo que Víctor Pérez-Díaz califica como falta de confianza de la ciudadanía en su competencia para resolver los problemas de la desigualdad y la falta de desarrollo: «Es obvio que las experiencias formativas de varias generaciones de españoles en el seno de las organizaciones y las instituciones de los años 40 a 60-70 no les han entrenado —o lo han hecho a medias— en el ejercicio de las competencias cognitivas, retóricas y morales que están en la base de esta competencia cívica» (Pérez-Díaz, 1997, 9).

Otro aspecto a considerar es el creciente profesionalismo y la especialización funcional en las áreas que conciernen a la intervención. Estas características, que son positivas en cuanto manifiestan una maduración de las ONGs, ofrecen la contrapartida de limitar su potencial transformador y dificultar un enfoque integrador, holístico, de la solidaridad y su problemática.

En este punto hay que reconocer los peligros de la deriva tecnocrática y mercantil que genera dependencias del poder, en menoscabo de los destinatarios de los proyectos y del conjunto de la ciudadanía. En otras palabras, la necesidad de obtener recursos y apoyo institucional reduce la libertad de iniciativa del Tercer Sector, sometiéndolo a los imperativos del mercado o del Estado. Sus tareas definitorias y originarias —innovación, afirmación identitaria, mediación y participación social, servicio a los ciudadanos...— quedan frecuentemente sometidas a los límites que impone el poder, ahogando su potencial transformador del *statu quo*. Las ONGs funcionan a veces como meros cauces complementarios o sustitutos del entramado institucional, que descarga en ellas muchas de sus responsabilidades. Lo público queda así en manos privadas y lo privado en manos públicas, en un círculo que puede ser virtuoso pero también vicioso: virtuoso, en la medida en que otorga protagonismo a la ciudadanía; vicioso, en la medida en que la somete a control. Resulta positivo que la arena pública permita la intervención de los diferentes actores so-

ciales, pero es negativo que el espacio público se fragmente y se reduzca a una yuxtaposición de espacios privados.

Para evitar este peligro, urge revitalizar la democracia, conjugando simultáneamente todos los niveles de un modo complejo, capaz de respetar la autonomía de cada uno, subrayando al mismo tiempo su recíproca interrelación: la participación directa debe completar las carencias de la representatividad delegada.

Ahora bien, no cabe auténtica participación allí donde falta una información accesible y transparente, donde las prácticas de comunicación no son horizontales. Es necesario, pues, transformar esas prácticas, favoreciendo el trabajo en red y fortaleciendo el debate público a través de la implicación de todos los actores, tanto grupos formales de arraigo local, como instancias informales. El fin no es sólo la transparencia y la rendición de cuentas, sino también la mediación de compromisos, la activación de consensos y el tejido de vínculos. Sin ellos no es posible compartir el presente y co-proyectarse hacia el futuro, respetando e incluso fomentando la pluralidad de *mundos de vida* que subyace a todo sistema social.

## 7.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS, NUEVAS DINÁMICAS

La meta que acabamos de plantear es un ideal, pero un ideal viable, pues podemos aproximarnos a ella aprovechando el potencial de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTICs) para construir redes sociales. Las iniciativas sociopolíticas y la literatura especializada al respecto son cada día más abundantes.

El Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) está trabajando intensivamente en el tema, consciente de que las desigualdades en el poder se deben más a desigualdades en el control de la información que a desigualdades en la posesión de recursos materiales, dado que muchas asimetrías materiales —aquellas que tienen relevancia económica— se deben en último término a asimetrías cognitivas.

Desde estas premisas, y frente al «consenso de Washington» auspiciado por el Fondo Monetario Internacional en los años 80-90, hoy comienza a prevalecer una concepción del desarrollo más humana y social que estrechamente económica. El progreso depende no sólo ni principalmente del capital financiero, sino del capital humano y social. Los informes del PNUD sobre desarrollo humano advierten que el objetivo de las políticas económicas no debe ser el crecimiento del sistema, sino la

(auto)realización de los sujetos individuales y colectivos, a quienes el sistema debería servir. Con vistas a este objetivo, el capital social es el potencial de un conjunto de personas, constituidas en comunidad, para poner al servicio del interés general o del bien común todos los recursos de que cada uno dispone; es decir, para actuar de forma cooperativa y dirigir la actividad de los diversos actores sociales hacia una misma meta, capaz de satisfacer en cierta medida las expectativas de cada uno. Ello implica lazos de confianza, co-pertenencia, lealtad y cooperación.

Con las NTICs parece evidente que una de las mejores formas de articular el capital social es el trabajo en red. La creación de redes fomenta la horizontalidad y reduce las asimetrías propias de las estructuras jerarquizadas o burocráticas, que adolecen de falta de transparencia y reducen el potencial del sistema social para procesar información sobre todo aquello que le afecta. La dinámica reticular incrementa la eficacia y la eficiencia de las iniciativas de los diferentes actores sociales: permite alcanzar las metas propuestas más rápidamente y a más bajo coste, aumenta los rendimientos, el valor añadido y el margen de beneficios para toda la comunidad. Además, asegura el control de los recursos, la supervisión de las políticas y la rendición de cuentas de quienes ostentan la autoridad. Desde un punto de vista estrictamente informativo, posibilita una gestión más completa e integrada del conocimiento, dado que todos los nodos del sistema participan en el diseño de su lógica de funcionamiento y contribuyen a reformularla/corregirla a partir de los nuevos datos que ofrezca el entorno. De este modo, lo local se articula con lo global y lo particular con lo general de un modo no reduccionista: holístico, totalizante pero no totalitario, capaz de conjugar a un tiempo unidad y diversidad, identidad y diferencia, pertenencia y libertad, integración y autonomía. Queda así superada la fractura entre la globalidad anónima y las comunidades clausuradas sobre sí mismas, que —según Alain Touraine (1997)— está generando la escisión del sujeto social y en último término su esquizofrenia.

En tales comunidades (de estructura reticular) desaparece la instrumentalización del individuo por la comunidad o de ésta por aquél; existe la libertad del individuo para ingresar o abandonar la comunidad; la comunidad adopta ciertas normas éticas para juzgar y sancionar los actos violatorios de las mismas por parte del individuo; a éste se le brinda la oportunidad de resarcir su falta mediante normas éticas suficientemente flexibles; el individuo encuentra un ambiente favorable para desarrollar sus capacidades según la jerarquía de valores establecidos libremente por la comunidad, y él fija —en definitiva— el modo concre-

to de activar esos valores. De esa manera, la unidad funciona dentro de la pluralidad y de la más amplia heterogeneidad (Corral, 1988, 109).

Cada día nacen nuevos programas de desarrollo —fundamentalmente comunitario— que emplean las tecnologías para generar este tipo de redes de deliberación, movilización, intervención o actuación colectiva. Así, por ejemplo, el Banco Interamericano de Desarrollo<sup>7</sup>, los gobiernos de los países implicados y otras entidades públicas y privadas están subvencionando la implantación de las NTICs al servicio de las comunidades menos favorecidas, frecuentemente a través de redes de telecentros<sup>8</sup>. En este caso se trata de iniciativas con un carácter marcadamente educativo, aunque también orientadas hacia objetivos económicos —inserción de los marginados en el mercado laboral, ampliación de oportunidades, apertura a nuevos mercados, desarrollo del comercio...—, e institucionales —fortalecimiento de la democracia, solución o prevención de conflictos, participación en el debate público y en la toma de decisiones... Para aproximarse a este último objetivo, Naciones Unidas mantiene abierto un debate sobre la democracia en América Latina bajo el lema «Hacia una democracia de ciudadanas y ciudadanos». Con él pretende suavizar las contradicciones derivadas del desigual acceso al poder debido a la desigualdad socioeconómica, procurando que los gobiernos trabajen «en las cuestiones que verdaderamente preocupan a la gente» y den «voz a los excluidos»<sup>9</sup>.

En nuestro país, las Comunidades Autónomas y las Administraciones locales están ensayando proyectos análogos<sup>10</sup> a partir de las directrices marcadas por la Cumbre de Lisboa<sup>11</sup>, o más concretamente, por la

<sup>7</sup> <http://www.iadb.org/index.cfm?language=spanish> (consultado en julio de 2006).

<sup>8</sup> <http://www.iadb.org/projects/projectDocuments/searchDocs.cfm?language=Spanish&keywords=telecentro&docType=&countries=&topics=&fromMonth=&fromYear=&toMonth=&toYear=&imageField.x=22&imageField.y=5> (consultado en julio de 2006).

<sup>9</sup> PNUD (2004), «Ideas y aportes. La democracia en América Latina», pág. 11. [http://democracyreport.undp.org/Downloads/Ideas\\_y\\_aportes.pdf](http://democracyreport.undp.org/Downloads/Ideas_y_aportes.pdf) (consultado en julio de 2006). Cfr. Informe completo en <http://democracia.undp.org/Informe/Default.asp?Menu=15&Idioma=1> (consultado en julio de 2006).

<sup>10</sup> [www.telecentros.es](http://www.telecentros.es) (consultado en julio 2006).

<sup>11</sup> Cfr. también I.2. «Preparación del paso a una economía competitiva, dinámica y basada en el conocimiento. *Una sociedad de la información para todos*», I. 3, «Modernización del modelo social europeo mediante la inversión en capital humano y la constitución de un Estado activo de Bienestar». Textos publicados en [http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1\\_es.htm#b](http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_es.htm#b) (consultado en julio 2006).

Estrategia Europea de Inclusión Social y la de Desarrollo Sostenible, que fomentan la participación de las instituciones regionales/locales<sup>12</sup> y la ciudadanía organizada<sup>13</sup> en el debate público. Andalucía ha iniciado en este sentido un proceso de transformación significativa que se traduce en el incremento de los actores implicados en iniciativas sociales, la diversificación de los destinatarios de las políticas de igualdad y la ampliación de los programas de solidaridad: sus métodos, funciones y actividades.

Desde la celebración del Año Internacional del Voluntariado (2001), los propios movimientos asociativos y los agentes de la solidaridad vienen subrayando la necesidad de incorporar las NTICs a un trabajo en red que propicie espacios de consenso e implicación social, corrientes de acción y de cultura solidarias no asistencialistas ni basadas sólo sobre argumentos de realización ética individual. El Tercer Sector está demostrando una gran capacidad de innovación, un fuerte dinamismo y una valiosa destreza para aprovechar las sinergias de las redes. Esto permite configurar nuevas agendas y culturas de trabajo, marcos de asociación e interacción creativas, una visión pluralista capaz de afrontar más adecuadamente la complejidad *tardocapitalista*.

El *I Congreso Andaluz del Voluntariado* (2003) ha celebrado estos avances sin olvidar que todavía queda mucho por hacer. Los retos del futuro son la fragua de nuevas identidades colectivas sobre valores que garanticen una mayor justicia y solidaridad, el refuerzo del voluntariado, la mejora de sus proyectos y el establecimiento de vínculos interinstitucionales a través de la implicación de los medios de comunicación, de un modo más intenso y adecuado. En este sentido, conviene precisar que la expansión de las NTICs y del trabajo en red no debería traducirse en la marginación o el abandono de los medios convencionales, sino en la reformulación de sus rutinas productivas, pues la función pública del periodismo sigue siendo determinante para hacer realidad las propuestas de las organizaciones sociales.

---

<sup>12</sup> [http://ec.europa.eu/sustainable/civil\\_society/regions\\_en.htm](http://ec.europa.eu/sustainable/civil_society/regions_en.htm) (consultado en julio 2006).

<sup>13</sup> [http://ec.europa.eu/sustainable/civil\\_society/ngo\\_en.htm](http://ec.europa.eu/sustainable/civil_society/ngo_en.htm) (consultado en julio 2006).

## Función pública y mediación periodística

El capítulo anterior concluyó con una referencia a la función pública del periodismo, imprescindible para alcanzar las metas sociales que se propone el Tercer Sector a través de su trabajo en red; ahora vamos a revisar el ejercicio de esa función para comprobar en qué medida se ajusta a tal propósito. Nuestro punto de partida es el esclarecimiento de la responsabilidad de los medios en la arena pública, su vinculación a la construcción de la democracia. Sobre esta cuestión, Jürgen Habermas (2001) ha afirmado que los hombres sólo actúan como sujetos libres cuando no obedecen sino a las leyes que ellos mismos se han dado, basadas en convicciones comunes obtenidas en la comunicación y en la libre discusión.

La abierta comunicación y discusión de las cuestiones que afectan a la comunidad social es condición de posibilidad de la libertad y la autonomía subjetivas. Frente al individualismo moderno, el académico alemán sostiene que la autodeterminación de cada persona hacia su propia realización sólo tiene sentido dentro de un proceso de deliberación y formación de la voluntad general donde esté garantizada la libertad comunicativa, necesaria para obtener el respaldo de los mejores —o más racionales— argumentos. Según esta interpretación, la soberanía individual se conjuga con la soberanía popular —la democracia— en la medida en que ambas expresan no un poder arbitrario, sino el poder de la razón (Jiménez Redondo en Habermas, 2001, 22).

El ejercicio de esta soberanía no sólo requiere procedimientos políticos institucionalizados y formalizados, sino también procedimientos informales, ligados a las prácticas comunicativas del mundo de la vida cotidiana. Se trata de prácticas donde se ejerce la razón de un modo público y socialmente participado, que es fragua de la opinión y la voluntad de la comunidad sociopolítica. Cabe afirmar —sin temor a la exageración— que allí donde el medio social no se halla familiarizado con este ejercicio no existe una auténtica democracia.

La clave de la teoría habermasiana es que la razón no se configura de modo aislado, sino interactivo, en un proceso de comunicación que exige la participación de todos los integrantes del sistema social, quienes deben implicarse en las dinámicas que configuran la opinión pública y en la toma de decisiones para que éstas adquieran legitimidad. Más aún: el sistema social mismo depende constitutivamente de esta dinámica, pues no habría sociedad sin comunicación. La sociedad se conforma a tenor de las prácticas comunicativas que en su seno se desarrollan: una comunicación sometida al dominio de intereses ajenos a la racionalidad socialmente participada genera una sociedad alienada; una sociedad libre exige una comunicación libre.

La consecución de la libertad social entendida como soberanía de la razón y como democracia deliberativa pone en juego redes de mediación simbólico-discursivas de muy diversos tipos. Se sirve de modo especial de aquellas no sólo capaces de llegar al grueso de la sociedad, a un público masivo, sino también de responder a las particulares necesidades comunicativas de sus diferentes segmentos, poniendo en (inter)relación a todos sus integrantes individuales y grupales, y a la sociedad misma como un sistema orgánico. El sistema social es un sistema comunicación capaz de procesar los variados flujos discursivos que generan sus distintos miembros, traduciéndolos —reelaborándolos y tergiversándolos—, a través de herramientas metadiscursivas, en un incesante proceso productivo, reflexivo y autocorrectivo. La división y especialización funcional en las sociedades modernas ha atribuido esta compleja tarea primordialmente al periodismo. En otras palabras, los mecanismos de mediación simbólico-discursiva son una constante imprescindible en toda articulación sociosistémica, pero fundamentalmente allí donde la propia función definitoria es precisamente la producción, distribución y circulación de mensajes dentro de y sobre el sistema, mediante artefactos lingüísticos y metalingüísticos, como es el caso de los medios de comunicación.

Consiguientemente, al interesarnos por el impacto mediático de las iniciativas solidarias desarrolladas por instituciones públicas o por la ciudadanía articulada en el Tercer Sector, no postulamos que la actividad de los medios simplemente se añade a la de esos actores para completarla, incrementando su alcance y eficacia. Las empresas informativas no se limitan a continuar —prosiguiéndolo o corrigiéndolo— el camino previamente trazado por la Administración y las ONGs para construir una sociedad más justa e igualitaria. Su función es mucho más relevante: nutre y posibilita desde su origen el trabajo de los diversos actores sociales en pro del bien común, pues una clave esencial no sólo en la consecución de

ese bien, sino en su constitución misma, es la participación de todos en la praxis comunicativa que configura intrínsecamente la realidad social.

La función que define a los medios de comunicación *no* es la ejecución de *una determinada* tarea, una más entre todas las que se desarrollan en el sistema social, circunscrita dentro de los límites del subsistema periodístico. Su responsabilidad no consiste única ni principalmente en transmitir imágenes y declaraciones, ofrecer datos, describir acontecimientos, representar situaciones o poner en escena una pluralidad de puntos de vista acerca del mundo. Consiste en todo eso y en mucho más: una compleja mediación entre los diversos actores sociales y entre las estructuras impersonales que componen su marco de actuación para favorecer su coordinación, entendimiento, consenso, acuerdo... o al menos, una articulación conjunta del núcleo de sentido que fundamenta la vida social.

En este ámbito, hoy se plantea un reto que bajo ningún concepto debe ser postergado o mutilado: nos referimos a la comunicación como creación de comunidad, tejido de redes, constitución intersubjetiva de la vida social. Para que fragüe una cultura verdaderamente participativa, integradora, solidaria, urge recuperar el lenguaje de la auténtica comunicación: el lenguaje de los vínculos. Los medios deben trabajar por la apertura de espacios de interacción social más que por sus propios intereses corporativos. Sin tal tipo de espacios, la sociedad carecería de coherencia y se sumiría en la entropía, se bloquearían los circuitos comunicativos que conectan entre sí los diferentes nodos del sistema y —lo que es más grave— se disolvería la posibilidad de hallar un *sentido común* sobre el cual fundar la integración y la convivencia pacífica.

En conclusión: los medios de comunicación social son imprescindibles para la democracia y para el ejercicio de las libertades y los derechos fundamentales, tanto individuales como colectivos. Poseen una clara dimensión política en el más amplio sentido del término, aquél que remite a la noción clásica de *polis* (ciudad), pues implica el activo ejercicio de la ciudadanía en la construcción del espacio público. Sin medios de comunicación no hay democracia y sin democracia no hay medios de comunicación. No la hay tampoco en regímenes oligopólicos de gestión del conocimiento, en empresas informativas burocráticas o fuertemente jerarquizadas, orientadas prioritariamente al logro de objetivos económicos o sometidas a los imperativos del poder que rige el *statu quo*. Una comunicación para la democracia ha de ser ella misma intrínsecamente democrática.

Sobre estas premisas, nuestra aproximación al escenario periodístico será a un tiempo analítica y crítica. En primer lugar, examinaremos las

rutinas de la producción informativa, deteniéndonos en la elección de las fuentes, los ritmos productivos, la discriminación de los datos y la construcción retórico-narrativa. En segundo lugar, nos ocuparemos de los condicionamientos sistémico-estructurales y de la deriva funcional-tecnocrática de los medios, para concluir con una apuesta por otro tipo de periodismo.

### 8.1. LA PRODUCCIÓN INFORMATIVA

Respecto a las rutinas periodísticas en el ámbito de la información, las investigaciones de Stuart Hall demuestran que la información noticiosa responde mayoritariamente a criterios de dominancia estructural. Las noticias reflejan en una gran medida el ascendente social y la capacidad de influencia institucional de las fuentes, sus estrategias de imagen pública, sus técnicas de persuasión; en definitiva, sus intereses. El poder social se traduce así en poder simbólico de un modo retroalimentativo, pues es precisamente el poder simbólico lo que produce poder social.

Esta sobrerrepresentación de las voces de quienes ostentan el poder u ocupan posiciones-clave en la arquitectura del sistema contrasta habitualmente con la marginación de los menos privilegiados en la escala social. Tal dualización crece de modo recursivo, es decir, refuerza las respectivas posiciones de vencedores y perdedores, exacerbando antagonismos y generando conflictos sociales. En este punto, los medios dejan de lado su función mediadora, aquella que supuestamente los define, no sólo etimológicamente, sino también en un sentido sistémico-estructural; conducen a la crispación y no al entendimiento, favorecen la división en lugar de la convivencia: generan entropía.

La comunicación sobre temas socialmente comprometidos también se resiente de esta dinámica, adoptando alguna de estas dos perspectivas: individualista-liberal o administrativo-asistencial.

La exaltación de ciertos protagonistas de la acción solidaria se plasma en una retórica hagiográfica, en una descripción cuasi heroica —e indudablemente publicitaria— de algunos personajes que trabajan por los sectores menos favorecidos. Este discurso de corte individualista-liberal despolitiza la intervención, la remite al plano de la moralidad subjetiva, de la elección personal. Desaparecen las referencias al espacio público, donde debería fraguar democráticamente la responsabilidad colectiva de la que participa la responsabilidad individual.

Por su parte, el discurso administrativo-asistencial privilegia las fuentes institucionales y reduce las funciones de la Administración del Estado a las de una empresa pública de servicios. La relación entre administradores y administrados se plantea de un modo vertical y unidireccional: de arriba abajo, de emisores a receptores, de servidores a servidos y de poderosos a sometidos. El ciudadano es subrepticamente minusvalorado como un mero consumidor de servicios sociales o de actividades «de interés general», según comentamos en el capítulo anterior. No se le otorga ninguna posibilidad de definir tal interés, no participa en la construcción del bien común y de la comunidad dentro de la cual ese bien adquiere contenido y sentido.

Los ritmos de la producción noticiosa vienen marcados por dos variables principales: actualidad e inmediatez. La primera supone el sometimiento al presente, la pérdida de perspectiva temporal y la falta de contextualización histórica. La segunda conlleva una tendencia a la simultaneidad que se traduce en la presencia directa en el lugar de los hechos, el solapamiento del acontecer y del relato noticioso, y la aceleración de la producción discursiva.

La dificultad —y en cierto modo imposibilidad— de lograr la simultaneidad entre lo que sucede y lo que se cuenta al respecto, induce al periodismo a emplear estrategias retóricas que procuran crear esa impresión. Así, por ejemplo, la figura del reportero suele dibujarse sobre un fondo que parece el escenario de los hechos, aunque no lo sea más que genéricamente o se trate de una superposición aparente, de un artificio técnico. En otros casos, para demostrar que el discurso noticioso acompasa al acontecer, que no es una *remake*, sino una fidedigna versión de lo que está sucediendo, se recurre a la cita directa —aunque fragmentada y arrancada de su contexto. También se construyen pseudo-acontecimientos donde lo importante es la puesta en escena de una situación y los comentarios periodísticos que determinan su sentido, pues cada personaje interpreta el papel que le es asignado por quien detenta el control discursivo.

Esta tiranía del presente y de la (seudo)presencia de la realidad en el discurso impide su seguimiento, su despliegue y su proyección: la realidad queda reducida a un conjunto de instantáneas que sólo visualizan coyunturas puntuales. Se olvida el largo plazo y se imponen ritmos cronológicos rígidos, que contrastan con la elasticidad del tiempo de la vida social.

Precisamente, este profundo desfase entre el tiempo de la actualidad periodística y el tiempo del cambio social muestra de forma descarnada la crisis del concepto de noticia y, en términos más generales,

del periodismo contemporáneo. Una crisis que tiene un tiempo de desarrollo largo y que afecta a todos los países de capitalismo avanzado, cuya industria informativa está organizada con principios *neofordistas* y tiene como nervio central la búsqueda continuada de competitividad y rentabilidad (Zeller, 2001, 137).

Estas deficiencias afectan particularmente a la cobertura de las políticas sociales que desarrolla la Administración Pública, a los programas de las organizaciones sociales y a las movilizaciones de la ciudadanía. Además, alimentan otras lacras que conciernen a la selección de los datos y a la construcción retórico-narrativa.

Los datos destacados en las noticias suelen ser aquellos que parecen ofrecer un mayor contenido *remático*, es decir, aquellos que rompen con las expectativas y la concepción general de la normalidad social. El valor informativo depende del grado de novedad del acontecimiento: a lo sorprendente, inusual, extraordinario o, simplemente, único se le atribuye la mayor relevancia. Ahora bien, es evidente que tal valoración depende de los conocimientos previos acerca de la situación: quien conoce en profundidad una parcela del mundo social no se sorprende fácilmente de lo que allí acontece, pues está familiarizado con las diversas variables que pueden afectarle. Parece, pues, que la exaltación de lo inédito se alimenta perversamente de la ignorancia, sólo despierta la atención de aquellos sectores del público que desconocen las raíces estructurales de las que brotan los acontecimientos. De aquí podríamos deducir que al *periodismo de la sorpresa* no le interesa que se conozca el trasfondo de lo que está pasando.

El periodismo habla muchas veces de ruptura con la normalidad sin mostrar el hilo conductor que enlaza lo normativo con lo «anormal»; subraya la transgresión de los cauces establecidos sin denunciar ante todo su obediencia impuesta; denuncia la quiebra de las estructuras sistémicas sin reconocer que son precisamente tales estructuras las que han generado el conflicto y finalmente la subversión. Las consecuencias de estas omisiones en el ámbito de la información social son muy graves, pues levantan barreras entre «nosotros» y los «otros»:

Si se considera que lo normal y deseable es que la sociedad funcione de modo ordenado, será anómalo —y por tanto noticia— todo lo que se aparte de las pautas establecidas. De esta forma, la opinión pública y los medios informativos con ella, tenderán a focalizar al grupo o individuo diferente, al otro, al que no es como nosotros (Navas y Sánchez Aranda, 2003, 47).

Esta lógica olvida además algo fundamental: el acontecer social no es sólo un conjunto de acontecimientos llamativos, ni siquiera la totalidad de los acontecimientos. Así como la sociedad no puede reducirse a la suma de los individuos que la integran, el acontecer no puede reducirse a la suma de los acontecimientos que lo manifiestan. La noción misma de acontecimiento es intrínsecamente discutible, implica una fragmentación artificial de la realidad, que de suyo es un todo, un *continuum* de interrelaciones generadoras de nodos y no una serie de nodos singulares ulteriormente interrelacionados. En este punto, la epistemología del trabajo informativo es más que cuestionable: todavía no se ha actualizado ni reformulado, integrando las consecuencias de la revolución cibernética en el paradigma cognitivo de la complejidad (Morin, 1977 y 2005).

La construcción del relato informativo, su retórica y su estructura narrativa se resienten de todas estas deficiencias. Su eje vertebrador es el sensacionalismo, la búsqueda de impacto. La selección de las fuentes en función de su dominancia sistémica, la idolatría del presente y el énfasis en los datos más llamativos —como acabamos de comentar— se convierten en ingredientes del espectáculo: una puesta en escena de la realidad que no apela principalmente a las facultades cognitivas, sino a las emociones. El *páthos* se impone al *lógos*; la estética al *éthos*; prevalece el género epidíctico, el entretenimiento. Y esto no sólo en los espacios destinados al ocio y a la diversión, sino en todas las secciones, incluidas las informativas.

Las noticias se fabrican mediante rutinarias —y por ello frecuentemente desapercibidas— estrategias de ficcionalización. La realidad que presentan los medios es construida, fabricada o ficticia, incluso virtual: un simulacro, una proyección de posibilidades verosímiles más que un hecho. La crítica posestructuralista a toda creación discursiva como síntoma de patologías colectivas inconscientes y como producción del poder hegemónico adquiere pleno sentido si se aplica a la información periodística. Lo más significativo en un texto, mantienen los colaboradores de la revista *Tel-Quel*, no son sus palabras, sino lo que éstas enmascaran; no lo que dice, sino lo que calla; no lo que visualiza, sino lo que las imágenes tapan. Los márgenes del discurso: lo negado, rechazado, tachado, borrado... e incluso olvidado es —precisamente— la condición última de posibilidad de la significación. Pues todo discurso no es más que el producto de una dinámica sistémica que —en su lucha por reducir la complejidad del entorno— margina todo lo que no puede controlar, todo aquello que desafía a su lógica.

Desde esta perspectiva, la obsesión periodística por el escándalo se presta a una doble interpretación. Por una parte, es una coartada del sistema para perpetuar su dominio, fagocitando todo aquello que podría ponerlo en cuestión. Pero, por otra, abre una puerta a la esperanza, a la subversión.

Según la primera interpretación, la representación mediática de la segregación social genera una espiral retroalimentativa que consolida y reifica precisamente lo que muestra. De alguna manera, le otorga carta de legitimidad: la marginación es un hecho insoslayable —parece decir. Y el mero hecho de visualizarla exorciza su potencial revolucionario. Además, se supone que tal representación se hace desde una posición ética, que responde a un compromiso en la lucha contra las injusticias. Por lo tanto, al informar acerca de la exclusión, los medios desarrollan subrepticamente una estrategia publicitaria, de promoción de su propia imagen como plataformas de acción solidaria. Esta publicidad enmascara —sin embargo— un grave fenómeno estructural: las corporaciones mediáticas son cómplices de la hegemonía que provoca las desigualdades y su «correcto» funcionamiento es imprescindible para la autorreproducción del sistema. Ahora bien, los textos periodísticos nunca explicitan la interdependencia entre el poder social y el poder simbólico que se halla en su raíz. Y frecuentemente su tinte «progresista», su estética de la compasión y de la denuncia social oculta las verdaderas causas de las problemáticas que supuestamente combaten: los modelos de producción simbólica dominantes. Desarticular esta dinámica exige nuevas prácticas de enmarque interpretativo:

(Hay que construir) un sistema de códigos, por medio de estrategias discursivas, que permita interpretar una parcela de la realidad (la conectada al ámbito del movimiento social) a partir de un cuadro alternativo de valores de referencia, enfrentado al marco dominante. El marco crítico dota de significado de injusticia a una o varias realidades sociales, atribuye nexos de causalidad entre dicha injusticia y algún tipo de agente o estructura política y, finalmente, se convierte en un marco para la acción; es decir, convence de la posibilidad de transformación por medio del proceso movilizador (Robles, 2002, 122).

Como afirma Imanol Zubero, es absolutamente imprescindible que cambiemos nuestra mirada, que aprendamos a mirar la realidad con una perspectiva nueva, para poder así sentir el dolor de todas las otras personas que sufren. Sólo desde este cambio de mirada es posible que el voluntariado se convierta en un reto simbólico en la sociedad en la que vivimos. Saber encarar la negatividad del mundo, la du-

reza de lo real y lo doloroso de millones de vidas humanas nos compromete a la necesidad de generar nuevos cantos, con nuevas voces y melodías que, sin negar la realidad, ofrezcan caminos y huellas de esperanza (García Inda y Martínez de Pisón, 2001, 84).

Esta última cita indica que, en la medida en que subraya la negatividad del dolor, el periodismo ofrece un potencial didáctico: puede enseñar a la sociedad que el sistema está enfermo y que es urgente transformarlo. Quienes sean capaces de investigar sin cortapisas la etiología de tal enfermedad descubrirán —sin embargo— que no se debe sólo a las manipulaciones del poder visible, sino también al que se oculta tras la retórica de la compasión o la condena de la injusticia; es decir, al propio poder mediático. Entonces la crítica de los medios se volverá contra ellos mismos y los excluidos podrán empezar a reconquistar posiciones.

En esta línea subversiva, pueden y deben surgir redes sociales que funcionen como contrapunto de los medios y de las políticas públicas, dando a conocer y politizando de modo alternativo los aspectos más desatendidos —marginales y marginados— del mundo de la vida. Estas redes han de propiciar formas de comunicación horizontales, no jerárquicas ni centralistas, basadas en la proximidad y la interconexión, que alimenten la reflexión crítica sobre el poder simbólico-cognitivo y abran cauces a la movilización colectiva (Robles, 2002, 118-119). La mediación comunitaria recogerá entonces el testigo de la mediación periodística.

## 8.2. CONDICIONANTES ESTRUCTURALES Y TECNOCRACIA

Las deficiencias en las pautas que rigen habitualmente la producción informativa y que acabamos de analizar responden a un conjunto de condicionantes sistémico-estructurales y a una tendencia acelerada hacia la gestión tecnocrática corporativa. La mayoría de los medios de comunicación trabaja hoy conforme a esquemas *tardomodernos* donde prima la racionalidad estratégico-instrumental y los imperativos del capital entendido en términos economicistas. Las principales herramientas para satisfacer estos imperativos son la tecnología y el mercado.

Podemos afirmar sin temor a la exageración que actualmente los dispositivos tecnológicos configuran la organización del trabajo periodístico hasta el punto de convertirse en fines, más que en medios. Este fenómeno es evidente cuando se advierte que la posesión de herramientas de

última generación no se traduce necesariamente en una mayor calidad de la información, sino en un mayor dominio de los circuitos de producción, distribución y consumo de bienes simbólicos. Por otra parte, la tecnología condiciona los formatos discursivos, imponiendo el predominio de lo visual y lo inmediato en el tiempo y en el espacio: la estética espectacular. Se reduce consiguientemente el espacio para la reflexión, la deliberación y la investigación en profundidad. Además, ni siquiera se aprovecha todo el potencial de la tecnología: la interactividad es limitada; el auténtico directo, infrecuente; la presencia en escenarios marginales, escasa y sensacionalista; las voces registradas, sólo aparentemente plurales. El modelo de organización y desarrollo industrial/empresarial del aparato mediático en su conjunto responde también a criterios de corte tecnocrático, jerarquizados y burocratizados, orientados hacia la búsqueda del mayor beneficio al menor coste —a la eficiencia y a la eficacia—, con un exiguo espacio para las prácticas de comunicación libre de dominio —según la terminología de Habermas.

El mercado orienta la cantidad y la calidad de la producción discursiva. Los mensajes se diseñan en función del *marketing*: cuotas de mercado, *ratings* de audiencia, ventaja competitiva, *branding*... La información y la cultura son tratadas como bienes materiales cualesquiera, susceptibles de compra-venta. Las empresas periodísticas se apropian de ellas, dosificándolas, manipulándolas y maquillándolas según convenga, dado que se entienden objeto de consumo. El conjunto de la sociedad es alienado, despojado de algo que le pertenece —el conocimiento, las ideas, las expresiones culturales—, para que luego tenga que comprar lo que se le ha arrebatado. Esta dinámica agosta la diversidad, genera una especie de concentración cultural que se manifiesta en la estereotipia, la simplificación, la trivialización y la redundancia. Además, obstruye el acceso de los sectores subalternos a los resortes del poder del sistema (Baumann).

La selección de las fuentes, los datos y los temas informativos, responde también a las exigencias del mercado. Como vimos en el epígrafe anterior, quienes ocupan posiciones de poder dentro del sistema social se hallan sobrerrepresentados, sus interpretaciones y perspectivas determinan la visión del acontecer, (re)construyendo la realidad social en función de sus intereses. El ritmo de la producción periodística se ajusta a las leyes que rigen la oferta y la demanda; programación y publicidad se conjugan simbióticamente. El diseño retórico y la arquitectura narrativa de los discursos satisfacen las expectativas del *target* en sus diversificados segmentos.

En definitiva, la mercantilización del periodismo impone a la información y la cultura la lógica del valor económico —entendido en un sentido reduccionista, que no considera ni las externalidades ni el capital humano, social y natural. En consecuencia, se erosiona su función mediadora, su contribución al interés público y a la participación de la ciudadanía. El aparato mediático se pone al servicio de dos objetivos primordiales: su propia autorreproducción y la del sistema hegemónico que lo alimenta y que —a su vez— es por él alimentado.

Esta dependencia del poder —tecnológico, económico, cultural, político..., simbólico siempre— disminuye la capacidad para observar el entorno y somete la agenda informativa a un menú restringido de tópicos, actores e historias con destino al consumo, más que a la reflexión crítica y a la soberanía participada. Los discursos periodísticos devienen autorreferenciales: en lugar de hacer referencia al mundo exterior y a los demás actores sociales, hacen referencia a sí mismos, a sus propias capacidades tecnológicas, a su función como garantes del orden público y de la libertad —curiosa síntesis—, a lo que otros medios han publicado, a una serie de imágenes de imágenes de imágenes...

Se mutila así el espacio público y quedan fuera de foco multitud de situaciones socialmente relevantes: sobre todo aquellas que ponen en entredicho las bases mismas del sistema: marginación, desigualdad y exclusión. Porque las denuncias y los escándalos que los medios airean nunca van a la raíz, son ruido que distrae de lo que verdaderamente importa: lo no dicho. Lo no dicho —o lo *nunca* dicho— es lo que no se ajusta a los códigos vigentes, lo que no se puede nombrar porque el sistema hegemónico no ha querido forjar herramientas para expresarlo. La hegemonía vive precisamente de ese ocultamiento, de esa proscripción; de ahí la importancia de prestar oídos a los disidentes. Cuando los medios otorgan voz a la disidencia transmiten sólo lo que araña la superficie del *statu quo*, no se prestan a una crítica radical, porque la auténtica rebelión exigiría la autocrítica: reconocer que priman los propios intereses mediáticos, corporativos, sobre la búsqueda de la verdad y que existe un pacto tácito —o explícito— entre los poderes fácticos que controlan el sistema y los supuestos guardianes de su libertad. Si los medios atendieran a las raíces de los fenómenos que condenan, estarían obligados a deconstruirse a sí mismos, se autocuestionarían. Descubrirían que ha sido domesticado aquello que debería funcionar como correctivo del sistema hegemónico, como espacio de confrontación con el entorno y revelador de las diferencias entre el adentro y el afuera, entre los códigos vigentes y los interrogantes que éstos dejan sin resolver —o incluso sin nombrar.

Los imperativos del capital y la negligencia de la función pública del periodismo reducen al informador a un *correveidile* dedicado a la murmuración, a la publicidad de pseudo escándalos. Y la mediación informativa —su potencial metadiscursivo, autorreflexivo y autocorrectivo— respecto de los órdenes social, cultural, político y económico degenera en un simple mecanismo de perpetuación de circuitos autorreproductivos. Los textos periodísticos pierden entonces la condición de tales, en la medida en que no se expresan *textilmente*, no tejen relaciones, ni ponen en funcionamiento una semiosis que debería saberse ilimitada, en una búsqueda asintótica de su fin. Pues su fin no debería ser una representación reificante de la realidad social, sino una trama de significación que se haga y se deshaga constantemente en la polifonía de un entorno cambiante.

Las corporaciones mediáticas capitalizan y oligopolizan el conocimiento —la producción simbólica en general— para «objetivar» la sociedad, cosificarla y controlarla mejor. Al cartografiar la realidad social establecen fronteras y demarcaciones entre «nosotros» y los «otros», entre los integrados y los apocalípticos, entre los asimilados y los subalternos, los útiles y los inútiles a los intereses dominantes. De este modo, esencializan y fosilizan las diferencias, en lugar de esbozar representaciones provisionales de las fugas y los desplazamientos, de las *tierras de nadie* que por carecer de propietario están a disposición de cualquiera. Se empeñan en construir falsos espejos, cuando deberían construir fractales para acompañar los plegamientos y los despliegues de las dinámicas sociales, sus intervalos, sus intersticios y —fundamentalmente— sus márgenes. La actividad comunicativa de los diversos actores sociales —ciudadanía, organizaciones no gubernamentales, instituciones públicas— está siendo fagocitada o relegada a una posición subalterna, como si constituyera sólo un conjunto caótico de materiales básicos que el sistema social no puede digerir hasta que los medios los procesen y organicen conforme a sus (seudo)lógicas de producción.

Las iniciativas no-digeribles, los códigos no-procesables, las ideas no-útiles y las opiniones radicalmente disidentes son desechados. A veces de un modo paradójico, mediante su reproducción masiva, trivializante, redundante y tergiversadora; es decir, mediante su reabsorción en la omnívora maquinaria mediática. Los medios desarrollan así una función amortiguadora de las contradicciones sistémicas, representando las incoherencias, los conflictos y las luchas por el poder de un modo que suaviza su potencial revolucionario, narcotizando las energías sociales.

Este fenómeno se plasma en discursos que funcionan como cajas de resonancia de las asimetrías entre las distintas posiciones sociales, denunciándolas en el plano de la expresión, pero retroalimentando en el plano estructural los circuitos de dominación que les han dado origen. Los discursos no funcionan aquí como un objeto cualquiera de la codicia del poder, sino que son *ya en sí mismos* aquello por medio de lo cual se lucha y aquello por lo que se lucha (Martín-Barbero, 2002, 45). De ahí que debamos considerarlos una nueva expresión del capitalismo: el *capitalismo cognitivo* o simbólico.

### 8.3. HACIA UN NUEVO PERIODISMO

La acerba crítica que acabamos de plantear no debería conducir al pesimismo, sino al compromiso. Y hemos de reconocer que se necesita un compromiso arriesgado. Dada la envergadura de las lacras que afectan al (sub)sistema mediático, su terapia no puede limitarse al plano de la expresión: cambiar la retórica no es suficiente. Tampoco basta la implicación de los informadores, en función de sus convicciones éticas personales. Hay que transmutar las estructuras y las reglas que rigen la organización y el funcionamiento de las empresas comunicativas; es preciso diseñar nuevos regímenes de propiedad, nuevos marcos lógicos y operativos, nuevas pautas de producción y formas de trabajo, particularmente en las redacciones. Sólo desde este cambio estructural tiene sentido modificar el plano de la expresión discursiva, elaborando relatos complejos y reveladores del entorno, que den cuenta de los procesos de evolución social y eviten simplificaciones, reificaciones contraproducentes.

En otras palabras, urge la construcción de una *cultura solidaria* a través de nuevos modelos de mediación y regulación de la actividad periodística que traten la información como un bien público, común y no como una mercancía —según explica Carlos Zeller. Los medios deben reasumir su función al servicio del bien común y del conjunto de la ciudadanía, no de sus propios intereses corporativos. Por eso han de abrirse a la expresión de los diversos sectores sociales, incluidos los marginados o los disidentes, en el sentido más radical. Una lucha legítima contra la exclusión no es aquella que homogeneiza todas las voces dentro de discursos políticamente correctos, económicamente rentables o sistémicamente integrados, sino la que se atreve a proyectar reflexivamente las contradicciones y alternativas que ofrece todo

escenario social, hasta cuestionar, subvertir o desfondar los poderes establecidos para que se escuchen las propuestas que han sido injustamente acalladas.

Los medios convencionales deben, por tanto, conectar con el tejido social y sus redes, complementando su trabajo, sin capitalizarlo o fagocitarlo. La información tiene que adecuarse a las perspectivas de sus destinatarios sin imponerles un punto de vista, devolviéndoles el protagonismo que les corresponde como auténticos sujetos de sus propias historias. Hay que contribuir a que los distintos grupos sociales tengan voz —y den forma a su voz—, atendiendo tanto a las mayorías como a las minorías, visibilizando y alentando la movilización colectiva (Zeller, 2001, 140-141). Para eso es necesario reformular los roles de los diversos actores sociales, promoviendo el compromiso ciudadano, la libertad responsable y la *cultura solidaria*, frente al corporativismo posesivo y al individualismo consumista propios de la deriva tecnocrática.

A las corporaciones todo esto les supone —ciertamente— perder cuotas de poder; les supone —sobre todo— autocrítica: relativizar el valor de su propio trabajo, cuestionar sus procedimientos, sospechar de sus fines..., autodeconstruirse. Parece una meta utópica, qué duda cabe; mientras exista el poder, existirán medios de comunicación a su servicio. Pero como apuntamos en el capítulo sobre epistemología, aspiramos a algo que «ya ahora se revela no sólo como posible, sino como real, pues se halla en la base de la praxis discursiva que define recíprocamente a los actores sociales. Ese área consensual, que «se manifiesta en la solidaridad y se simboliza en las representaciones colectivas» (Glez. Páramo, 1975, 50), es el germen —posibilidad y facticidad— de la *cultura solidaria* con que esta investigación se reconoce comprometida, sin falsos complejos o disfraces positivistas.

Por otra parte, nuestra propuesta no va de arriba abajo, sino de abajo a arriba: las organizaciones sociales y el conjunto de la ciudadanía pueden y deben movilizarse —de hecho lo están haciendo ya— para desafiar los códigos simbólicos dominantes y hacer valer sus propias perspectivas. Contamos además con las experiencias del denominado Periodismo Público o Popular en América Latina, y del Periodismo de Precisión, Periodismo Cívico o *Public Journalism* en Estados Unidos.

No apostamos por ninguna dinámica inédita en la historia. Apostamos por esa sana síntesis entre realismo e idealismo, institucionalismo y anarquismo, sistema y contra-sistema que no sólo es necesaria para sa-

tisfacer las exigencias del entorno o sus márgenes, sino también para que —una vez reformulado— pueda subsistir el propio sistema. Pues sin autocrítica, sin confrontación con el mundo exterior y sus diferencias, sin integración del conflicto y del caos, ningún edificio sistémico puede seguir en pie. La complejidad de su entorno acabará por devorarlo; así nos lo enseña la Historia. Y más recientemente, la Cibernética.

## Desarrollo y participación en la prensa local: aproximación cuantitativa

El número es, de todas las cosas que hay en el mundo, la menos exacta. Se dice «*quinientos ladrillos*», se dice «*quinientos hombres*», y la diferencia que hay entre un ladrillo y un hombre es la diferencia que se cree no hay entre quinientos y quinientos. Quien no entienda esto la primera vez, no merece que se lo expliquen la segunda<sup>14</sup>.

Esta cita introductoria previene frente a la tentación de establecer fronteras rígidas entre los análisis cuantitativos y los cualitativos, y más aún frente a la idolatría de los primeros. Una serie de cifras no susceptibles de interpretación es literalmente un sinsentido. Algo análogo puede decirse de una consideración cualitativa que no responda a ningún tipo de recurrencia o no pueda ser integrada en una red de relaciones simbólicamente representable. En esta investigación, la prensa local ha sido objeto de un doble enfoque, cuantitativo y cualitativo, desarrollados sucesivamente en capítulos específicos, pero este tratamiento no debe inducir al error de considerar ambas aproximaciones como opuestas o separadas, pues —según acabamos de indicar— resultan más bien complementarias.

En el presente capítulo, dedicado a un estudio primordialmente cuantitativo, hemos empleado una rejilla de análisis de contenido organizada estadísticamente con el paquete SPSS. Esta herramienta nos ha permitido cruzar los datos de mayor interés para obtener conclusiones significativas sobre la cobertura de los asuntos sociales y solidarios en la prensa local. Nuestra investigación cualitativa —objeto del capítulo siguiente— respon-

<sup>14</sup> Saramago, *Memorial del Convento*, citado por Manuel Montañés Serrano en en Vellasante *et al.*, Madrid, Alfaguara, 2002 (1998).

de a los parámetros interdisciplinarios del Análisis del Discurso, donde convergen aportaciones de la Pragmática, el Posestructuralismo, la Teoría Crítica, la Narratología, la Retórica y la Teoría de la Información.

El *corpus* objeto de examen comprende una selección de noticias «solidarias» de la prensa local; concretamente, de los cinco diarios más representativos en la provincia de Sevilla, incluidos los nacionales con suplementos locales: *ABC*, *Diario de Sevilla*, *El Correo de Andalucía*, *El Mundo* y *El País*. El periodo escogido para este análisis de contenido se extiende a los meses de abril, mayo y junio de 2004, aunque se ha hecho un seguimiento menos profundo de los diarios durante todo el año, con el fin de no perder la perspectiva general. Ninguno de los tres meses seleccionados ha influido de modo particular en la configuración, la calidad o la cantidad de la información publicada sobre la problemática que nos concierne, pues la demarcación temporal ha sido aleatoria, en función de la organización del trabajo.

Hemos registrado un total de 358 noticias que responden a nuestros criterios temáticos, es decir, que abordan informativamente cuestiones de solidaridad, justicia o bienestar social, y contribuyen a configurar el discurso público sobre la materia. Los textos no se hallan ubicados en ninguna sección específica dedicada a asuntos sociales o a iniciativas solidarias, sino que se distribuyen de modo un tanto arbitrario en secciones diversas: sociedad, cultura, internacional, nacional, local (Andalucía o Sevilla)... Sólo *Diario de Sevilla* destaca el concepto de solidaridad mediante un cintillo variable —«Bienestar Social», «Integración Social» o «Asuntos Sociales»— o lo incluye en algún apartado correspondiente a sociedad, especialmente dentro de la sección «Vivir en Sevilla». La mayoría de las noticias examinadas (concretamente, 244) aparece junto a informaciones de distinta índole, en un contexto variable. Esta dispersión hace que la dimensión social de los acontecimientos quede frecuentemente relegada a un segundo plano. Así sucedió, por ejemplo, con la cobertura informativa de la campaña «Flamenco por la solidaridad» patrocinada por la Fundación Cruzcampo a favor de Proyecto Hombre, donde primó el valor del espectáculo musical sobre los aspectos relativos a la lucha contra la marginación.

En cuanto a la temática desarrollada, las noticias más abundantes durante el periodo analizado conciernen a programas, campañas y servicios sociales, así como a las acciones desarrolladas en tales marcos, particularmente las correspondientes al Plan del Polígono Sur. La prensa local ha otorgado particular relieve a las cuestiones relacionadas con las minorías étnicas y con las manifestaciones de racismo; todos los diarios se han hecho eco de la construcción de la Mezquita de Sevilla, cuestión

muy controvertida para la opinión pública. Los indigentes han ocupado, asimismo, un lugar significativo en la prensa local, particularmente debido al debate social en torno a su concentración en la zona de San Luis y el Pumarejo. También se ha concedido alto valor informativo a la violencia de género y a otras noticias referentes a la situación de la mujer. En el extremo opuesto, sorprende la escasez de referencias a los discapacitados (21 noticias) y a las organizaciones no gubernamentales (16 noticias), a pesar de su número y su influencia en la provincia.

Como dijimos antes y muestra porcentualmente el primer gráfico, las noticias más abundantes versan sobre legislación, programas y servicios sociales (257 noticias), así como acciones positivas en relación con ese marco (85), participación ciudadana (44) y premios, convocatorias o encuentros (30). En cuanto a los colectivos implicados, el segundo gráfico indica que el mayor número de textos hace referencia a las minorías étnicas (69) y a la situación de la mujer, incluida la violencia de género (59 noticias). Los ancianos y los menores —cima y base de la pirámide demográfica— son objeto de 40 y 32 noticias, respectivamente. Como se indicó previamente, resulta sorprendente el escaso protagonismo infor-

Gráfico 1.—Temática de las noticias

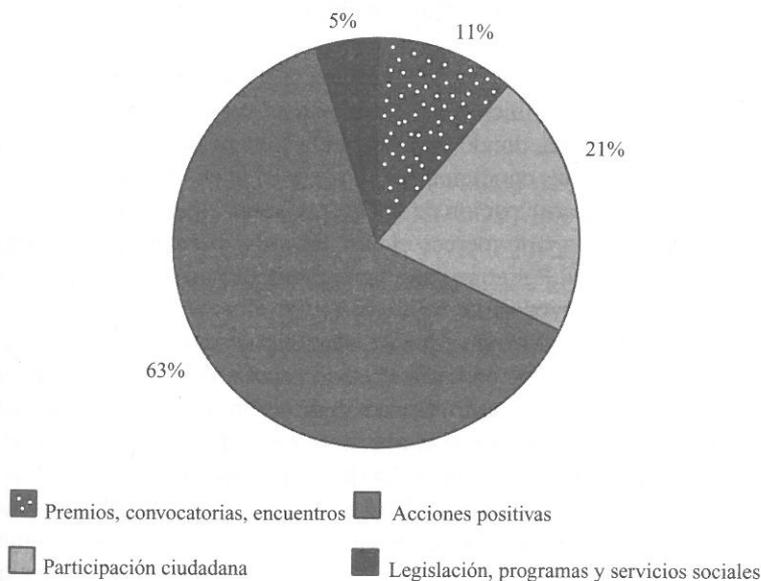
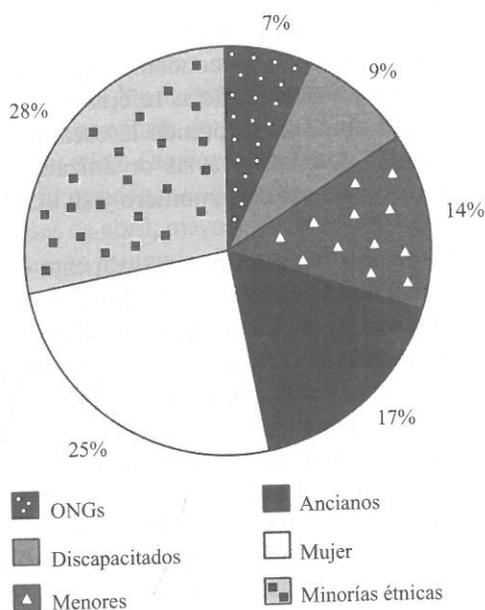


Gráfico 2.—Temática de las noticias



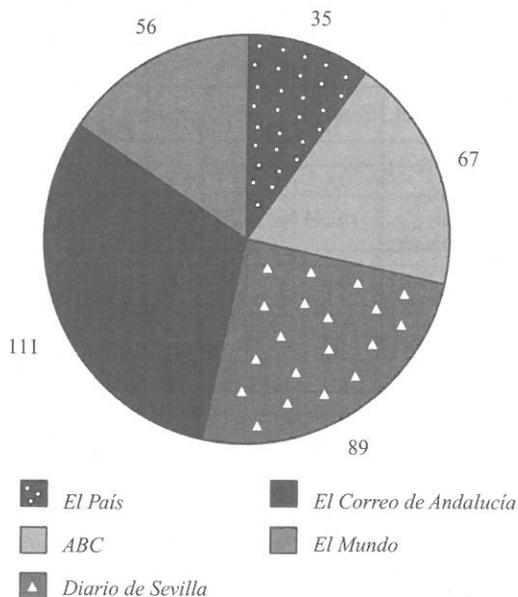
mativo que se otorga a los discapacitados (21 noticias) y a las ONGs (16 noticias).

A pesar de la diversidad de temas, en casi todos los casos ha prevalecido un enfoque político. Este fenómeno se verifica especialmente en el caso del Polígono, donde se destaca el esfuerzo de la Junta de Andalucía por mejorar las condiciones de vida del vecindario, la seguridad, la integración y la participación de los grupos-meta en el desarrollo comunitario. Mención aparte merece el caso de «Los Bermejales», indirectamente vinculado al Polígono y comentado frecuentemente en un tono escandaloso o sensacionalista.

La cantidad de información que proporciona cada noticia depende de las fuentes y del tema abordado: cuando se trata de cuestiones que implican a alguna ONG suele ofrecerse una información pormenorizada, bastante completa. Dentro de la muestra examinada, el periódico que ha ofrecido una información más exhaustiva en cada una de sus noticias ha sido *El País*, aunque este dato debe ser matizado por el exiguo número de noticias «solidarias» que ha publicado durante el periodo examinado (9,8 % del total). *El Correo de Andalucía* es el rotativo que ha ofrecido

la mayor abundancia de piezas de este tipo (31 %). *Diario de Sevilla* ocupa el segundo lugar (24,1 %) en cuanto a la cantidad y la extensión de las informaciones, que a veces ocupan una o dos páginas —como sucedió en el primer aniversario de la designación del Comisionado del Polígono Sur o en el reportaje «La solidaridad como problema» (6-XII-2004, págs. 10-11), una documentada denuncia de las contradicciones que lastran la política de servicios sociales en Sevilla.

Gráfico 3.—Cantidad de noticias «solidarias» publicadas



### 9.1. ESTILO EN LA REDACCIÓN DE LA NOTICIA

La calidad de la información, así como el estilo en que está redactada vienen condicionados por la temática y por la estrategia de comunicación con el público que define la línea editorial de cada diario. Lo más frecuente es adoptar un estilo neutro, como hace *El Correo de Andalucía* en 70 de sus 111 noticias o *El Diario de Sevilla* en 59 de un total de 89. Sin embargo, también destaca el tono sensacionalista, abundantemente utilizado en *El Correo* (35,7 % de los casos), aunque ausente por completo en *El País*.

TABLA 1.—Estilo en la redacción de la noticia

Diarios		Muy sensacionalista	Sensacionalista	Neutro	No sensacionalista	Total
<i>El Correo de Andalucía</i>	Recuento	5	29	70	7	111
	% dentro del periódico	4,50 %	26,13 %	63,06 %	6,31 %	100,00 %
	% dentro del total de la muestra	1,40 %	8,10 %	19,55 %	1,96 %	31,01 %
<i>Diario de Sevilla</i>	Recuento	3	11	59	16	89
	% dentro del periódico	3,37 %	12,36 %	66,29 %	17,98 %	100,00 %
	% dentro del total de la muestra	0,84 %	3,07 %	16,48 %	4,47 %	24,86 %
<i>ABC</i>	Recuento	3	30	32	2	67
	% dentro del periódico	4,48 %	44,78 %	47,76 %	2,99 %	100,00 %
	% dentro del total de la muestra	0,84 %	8,38 %	8,94 %	0,56 %	18,72 %
<i>El País</i>	Recuento	0	3	31	1	35
	% dentro del periódico	0 %	8,57 %	88,57 %	2,86 %	100,00 %
	% dentro del total de la muestra	0 %	0,84 %	8,66 %	0,28 %	9,78 %
<i>El Mundo</i>	Recuento	3	6	38	9	56
	% dentro del periódico	5,36 %	10,71 %	67,86 %	16,07 %	100,00 %
	% dentro del total de la muestra	0,84 %	1,68 %	10,61 %	2,51 %	15,64 %
Total	Recuento	14	79	230	35	358
	%	3,91 %	22,07 %	64,25 %	9,78 %	100,00 %

La temática noticiosa condiciona también la redacción de los titulares. Dentro del *corpus* analizado predominaron los titulares de carácter informativo sobre programas y servicios sociales (100 de un total de 358), acciones positivas (51), minorías étnicas, racismo e indigentes (44). Sólo 3 titulares informativos hicieron referencia a organizaciones no gubernamentales; en este ámbito se impusieron los titulares expresivos destinados a publicitar convocatorias, premios o encuentros solidarios (13 titulares).

TABLA 2.—Temática/Tipos de titulares

Temática	Titular informativo		Titular expresivo		Otros tipos	
	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%
Servicios Sociales	100	27,93 %	38	10,61 %	20	5,59 %
Mujer	37	10,34 %	13	3,63 %	9	2,51 %
ONGs	3	0,84 %	10	2,79 %	3	0,84 %
Ancianos	26	7,26 %	10	2,79 %	4	1,12 %
Premios/Convocatorias/	11	3,07 %	13	3,63 %	6	1,68 %
Leyes/Reformas políticas	37	10,34 %	7	1,96 %	4	1,12 %
Participación ciudadana	24	6,70 %	15	4,19 %	5	1,40 %
Programas novedosos	33	9,22 %	13	3,63 %	5	1,40 %
Acciones positivas	51	14,25 %	25	6,98 %	9	2,51 %
Menores	19	5,31 %	11	3,07 %	2	0,56 %
Discapacitados	10	2,79 %	9	2,51 %	2	0,56 %
Minorías étnicas/Racismo/ Indigentes	44	12,29 %	17	4,75 %	8	2,23 %

En el apartado estilístico también es preciso considerar la valoración que hace cada periodista del acontecimiento noticioso. La mayoría de las noticias que expresan una valoración optimista de lo sucedido fueron publicadas en *El Correo*; en contraste, *ABC* destaca por su talante negativo. *El Mundo* se caracteriza por su neutralidad.

TABLA 3.—Postura del autor hacia lo referido en la noticia

Diarios		Radicalmente optimista	Muy optimista	Optimista	Neutra	Pesimista	Muy pesimista	Radicalmente pesimista	Total
<i>El Correo de Andalucía</i>	Recuento	7	24	33	31	10	5	1	111
	% dentro del periódico	6,31 %	21,62 %	29,7 %	27,9 %	9,0 %	4,50 %	0,9 %	100,00 %
	% dentro del total de la muestra	1,96 %	6,70 %	9,22 %	8,66 %	2,79 %	1,40 %	0,28 %	31,01 %
<i>Diario de Sevilla</i>	Recuento	3	8	19	38	16	5	0	89
	% dentro del periódico	3,37 %	8,99 %	21,35 %	42,70 %	17,98 %	5,62 %	0,00 %	100,0 %
	% dentro del total de la muestra	0,84 %	2,23 %	5,31 %	10,61 %	4,47 %	1,40 %	0,00 %	24,86 %
ABC	Recuento	0	3	19	17	21	6	1	67
	% dentro del periódico	0,00 %	4,48 %	28,36 %	25,37 %	31,34 %	8,96 %	1,49 %	100,0 %
	% dentro del total de la muestra	0,00 %	0,84 %	5,31 %	4,75 %	5,87 %	1,68 %	0,28 %	18,72 %

TABLA 3 (cont.).—Postura del autor hacia lo referido en la noticia

Diarios	Radicalmente optimista	Muy optimista	Optimista	Neutra	Pesimista	Muy pesimista	Radicalmente pesimista	Total
<i>El País</i>	0	2	16	15	0	2	0	35
% dentro del periódico	0,00 %	5,71 %	45,71 %	42,86 %	0,00 %	5,71 %	0,00 %	100,0 %
% dentro del total de la muestra	0,00 %	0,56 %	4,47 %	4,19 %	0,00 %	0,56 %	0,00 %	9,78 %
<i>El Mundo</i>	0	1	8	32	12	3	0	56
% dentro del periódico	0,00 %	1,79 %	14,29 %	57,14 %	21,43 %	5,36 %	0,00 %	100,0 %
% dentro del total de la muestra	0,00 %	0,28 %	2,23 %	8,94 %	3,35 %	0,84 %	0,00 %	15,64 %
Total	10	38	95	133	59	21	2	358
% dentro del total de la muestra	2,79 %	10,61 %	26,54 %	37,15 %	16,48 %	5,87 %	0,56 %	100,0 %

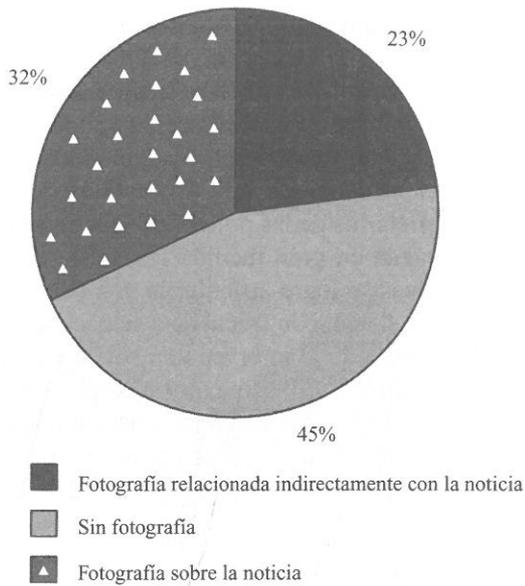
## 9.2. FUENTES Y PROTAGONISTAS DE LA INFORMACIÓN

Otro rasgo sobresaliente en la cobertura informativa de las problemáticas y las iniciativas sociales por parte de la prensa local es la preponderancia de la Administración Pública en tanto fuente cualificada y objeto/sujeto de atención preferente. La Administración recibe habitualmente un trato positivo como actor social privilegiado y —lo que es más importante— como intérprete de la realidad social. Este fenómeno propicia una mirada más política que propiamente social sobre la realidad, marcada por los códigos simbólicos dominantes en el aparato del poder, que otorgan un relieve excesivo a los enfrentamientos partidistas, las declaraciones de personajes públicos, las intervenciones de portavoces oficiales, las notas de prensa y los informes institucionales. En contraste, a las organizaciones no gubernamentales y a otros representantes sociales se les presta una atención esporádica e irregular.

Dentro de la muestra observada, la Junta de Andalucía —y sobre todo la Consejería de Igualdad y Bienestar Social— goza de un indiscutible protagonismo, especialmente significativo en los medios que trabajan menos la información local, como es el caso de *El País*. Ahora bien, esta pauta debe ser matizada, pues el rango y la personalidad de quienes ocupan cargos públicos imponen significativas diferencias: mientras la Consejera de Igualdad y Bienestar Social —Micaela Navarro— tiene garantizada su presencia mediática durante todo el año, la Delegada Provincial —María José de Castro— sólo interviene en una entrevista, con motivo del Día Internacional contra la violencia de género (*El Correo*, 25-XI-2004, pág. 19). En líneas generales, un criterio determinante para publicar una información y otorgarle un tratamiento destacado —incorporando apoyo fotográfico— es la popularidad de los protagonistas de la información: su ascendiente o familiaridad con el público, su carisma o prestigio.

Muestra de la discriminación de los acontecimientos en función de sus protagonistas es la atención que regularmente reciben las entidades financieras mejor establecidas en la provincia —Caja San Fernando, El Monte, Caja Rural del Sur—, cuyas convocatorias y convenios solidarios suelen ser ampliamente voceados por los medios locales. Otro ejemplo que ilustra el lugar prioritario que se concede las celebridades es la noticia de *Diario de Sevilla* sobre el «calendario solidario» presentado por la Asociación Síndrome de Down de Sevilla,

Gráfico 4.—Apoyo fotográfico



con la colaboración del torero Curro Romero. El mismo fenómeno marca la cobertura de la campaña a favor del pueblo hondureño de la Comisión de Paz y Solidaridad del Consejo Local de la Juventud de Sevilla, en la que participaron la Primera Dama de Honduras y el cantante Alejandro Sanz, este último destacado en titulares y en la agenda del día.

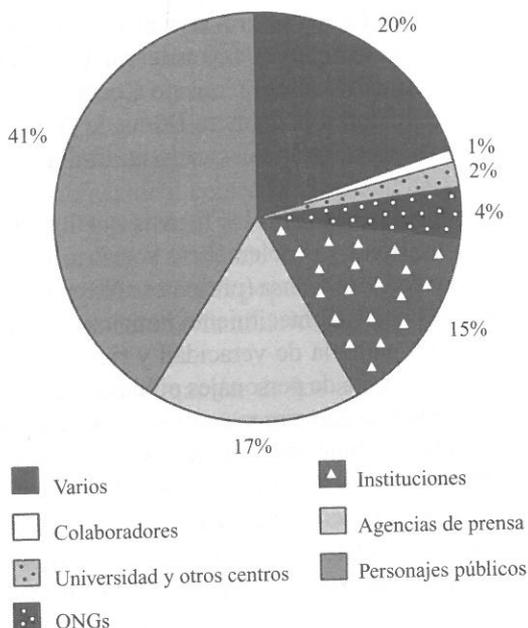
Si analizamos con detenimiento las fuentes que han proporcionado información sobre proyectos y problemáticas sociales, advertiremos que la mayoría no son agencias de prensa (presentes sólo en 60 noticias), sino personajes implicados en el acontecimiento noticioso, cuyas declaraciones se presentan como garantía de veracidad y rigor en 151 textos. En muchos de esos casos se trata de personajes públicos que ostentan un poder institucional, por lo que convergen con las 54 noticias cuyas fuentes directas son las propias instituciones en tanto sujetos colectivos. Es frecuente que los datos estadísticos proporcionados por organismos oficiales aparezcan desmenuzados en varias piezas o adaptados a la perspectiva local. Esto es lo que hace *Diario de Sevilla* al traducir en cifras situaciones que de suyo no constituyen ningún acontecimiento noticioso, pero que permiten publicitar programas institucionales: «El 60 por 100

de los mayores viaja y participa en programas sociales y culturales» (15-XI-2004, pág. 35).

A pesar de su prestigio social y profesional, la Universidad y otros centros de investigación muy raramente son consultados (7 veces).

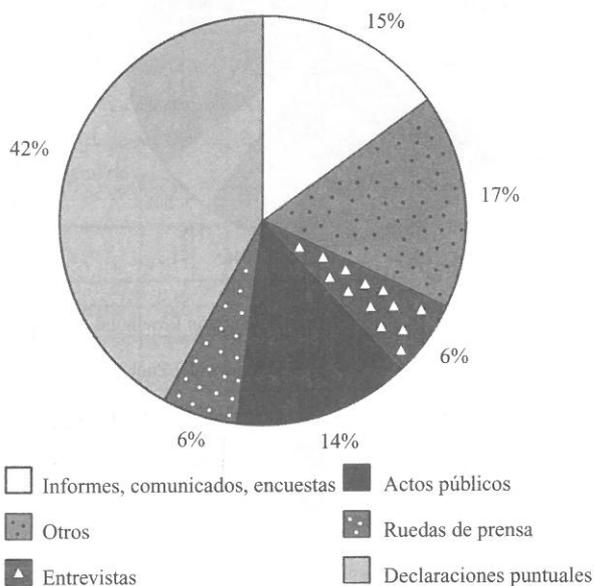
Tan sólo 14 noticias del total de la muestra examinada prestan voz a organizaciones no gubernamentales, presentándolas como origen de la información publicada. Resulta sorprendente reconocer que lo que debería constituir el eje de la información «solidaria» —la realidad de los colectivos beneficiarios de las políticas sociales, sus mediadores y representantes— queda en gran medida ignorado por todos los diarios. Y aunque a veces se logre articular la voz del voluntariado o el sector solidario profesional, con frecuencia se hace desde una postura asistencialista que entiende la intervención social en términos de beneficencia. Este fenómeno se plasma, por ejemplo, en la imagen mediática de los discapacitados, que aun representando más del 10 por 100 de la población andaluza, raramente aparecen como sujetos protagonistas de las noticias donde se aborda su situación (ABC, 4-XII-1004, pág. 54).

Gráfico 5.—Fuentes de información



En cuanto a los modos de acceder a la información de las fuentes, además de las declaraciones ofrecidas a los periodistas en momentos puntuales, abundan las obtenidas en ruedas de prensa, actos públicos y entrevistas. También se emplean profusamente informes y comunicados oficiales, así como encuestas de diversa índole.

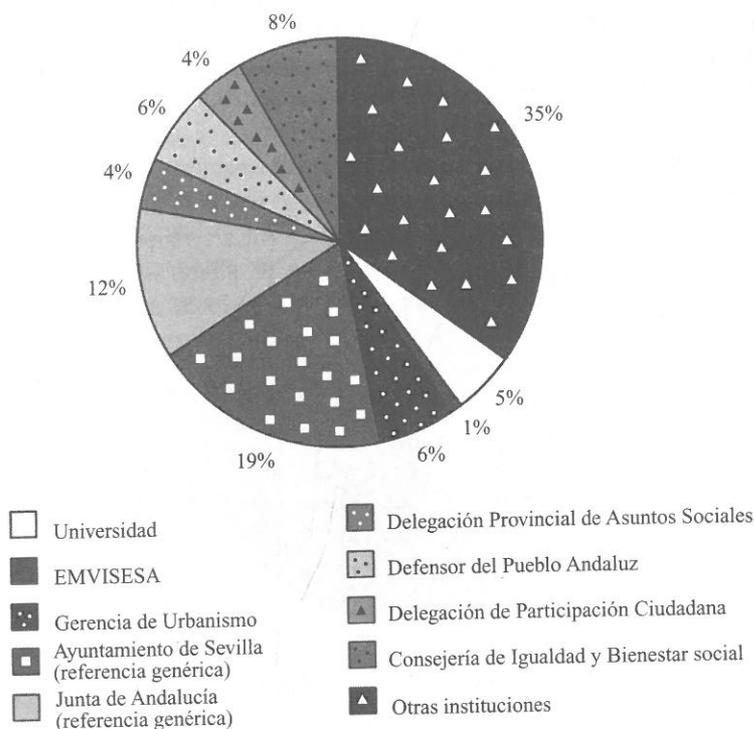
Gráfico 6.—Acceso a la información



Los tipos de fuentes y los modos más frecuentes de acceso a la información condicionan la selección de actores sociales a quienes los medios otorgan relevancia. Como dijimos anteriormente, entre ellos destaca ampliamente la Administración Pública, sobre todo la Junta de Andalucía —y dentro de ella la Consejería de Igualdad y Bienestar Social—, así como el Ayuntamiento de Sevilla. El Defensor del Pueblo Andaluz se perfila como el principal mediador en las problemáticas sociales. La traducción de estos datos en cifras (tabla 4) supone que al menos en 91 noticias aparece la Junta de Andalucía o alguno de sus organismos; en 72, el Ayuntamiento; en 52, alguna ONG; y en 31, alguna asociación de vecinos.

El tratamiento de los protagonistas de la información —lo mismo que el tratamiento de las fuentes— responde a su poder y ascendiente mediático: frecuentemente es positivo; ocasionalmente, neutro. La ima-

Gráfico 7.—Actores institucionales protagonistas de las noticias



gen que se ofrece del Presidente de la Junta de Andalucía suele ser buena; lo mismo cabe decir de los miembros de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado —Policía y Guardia Civil—. En la muestra analizada también son neutra o benévolamente representadas otras autoridades y líderes de opinión, como el Presidente del Gobierno de España o el Subdelegado del Gobierno en Andalucía. Sobre los propios medios de comunicación no se ha registrado ninguna información negativa; la mayoría de las referencias a entidades bancarias y empresariales son positivas. Las noticias sobre la actuación de partidos políticos ofrecen todo tipo de matices: positivos, negativos y neutros.

TABLA 4.—Imagen de los protagonistas de la noticia

Principal actor de la noticia	Tratamiento positivo		Tratamiento neutro		Tratamiento negativo	
	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%
Consejería de Igualdad y Bienestar Social	12	40,0 %	14	46,7 %	4	13,3 %
Delegación de Participación Ciudadana	8	47,1 %	8	47,1 %	1	5,9 %
Defensor del Pueblo Andaluz	4	18,2 %	15	68,2 %	3	13,6 %
Delegación Provincial de Asuntos Sociales	5	33,3 %	9	60,0 %	1	6,7 %
Junta de Andalucía	15	32,6 %	23	50,0 %	8	17,4 %
Ayuntamiento de Sevilla	26	36,1 %	31	43,1 %	15	20,8 %
Gerencia de Urbanismo	7	29,2 %	16	66,7 %	1	4,2 %
EMVISESA	2	66,7 %	1	33,3 %	0	0 %
Universidad	11	61,1 %	6	33,3 %	1	5,6 %
Otras instituciones	57	44,5 %	61	47,7 %	10	7,8 %
Policía Local	5	21,7 %	16	69,6 %	2	8,7 %
Policía Judicial	1	100,0 %	0	0 %	0	0 %
Policía Nacional	2	16,7 %	9	75,0 %	1	8,3 %
Guardia Civil	3	60,0 %	2	40,0 %	0	0 %
Presidente del Gobierno de España	0	0 %	1	100,0 %	0	0 %
Presidente de la Junta de Andalucía	2	50,0 %	1	25,0 %	1	25,0 %
Subdelegado del Gobierno en Andalucía	0	0 %	4	100,0 %	0	0 %
Otras autoridades	37	45,1 %	32	39,0 %	13	15,9 %

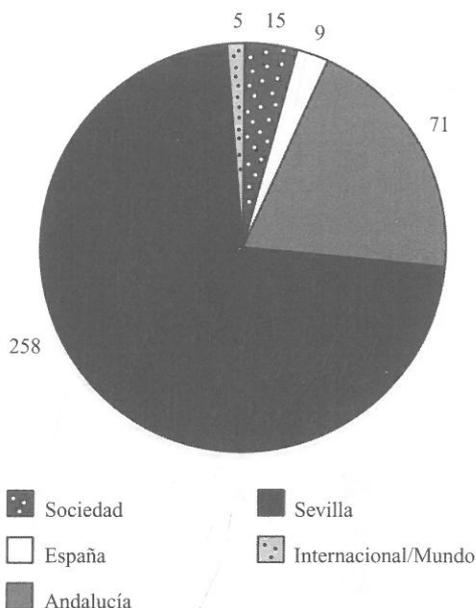
TABLA 4 (cont.).—Imagen de los protagonistas de la noticia

Principal actor de la noticia	Tratamiento positivo		Tratamiento neutro		Tratamiento negativo	
	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%
PA	4	26,7 %	7	46,7 %	4	26,7 %
IU	12	44,4 %	10	37,0 %	5	18,5 %
PP	6	18,2 %	22	66,7 %	5	15,2 %
PSOE	11	40,7 %	12	44,4 %	4	14,8 %
Los Verdes	0	0 %	1	100,0 %	0	0 %
CCOO	3	60,0 %	2	40,0 %	0	0 %
UGT	3	50,0 %	2	33,3 %	1	16,7 %
Asociaciones de vecinos	4	12,9 %	20	64,5 %	7	22,6 %
Ciudadanos/particulares	50	43,1 %	49	42,2 %	17	14,7 %
ONGs	17	32,7 %	29	55,8 %	6	11,5 %
Líderes de opinión	6	75,0 %	2	25,0 %	0	0 %
Medios de comunicación	2	100,0 %	0	0 %	0	0 %
Entidades bancarias y empresariales	19	48,7 %	15	38,5 %	5	12,8 %
Otras asociaciones	65	52,4 %	47	37,9 %	12	9,7 %

### 9.3. UBICACIÓN Y EXTENSIÓN DE LAS NOTICIAS

Las noticias analizadas ofrecen diversas características en cuanto a su extensión y a su ubicación dentro del diario y dentro de la página. Como ya se ha dicho, ninguno de los diarios analizados dedica una sección específica a la solidaridad, sino que distribuye las informaciones sobre el tema en diversos apartados. El espacio más frecuentemente utilizado con este fin es la sección local, bajo el cintillo «Sevilla» o «Provincia» (258 noticias), y «Andalucía» (71 noticias).

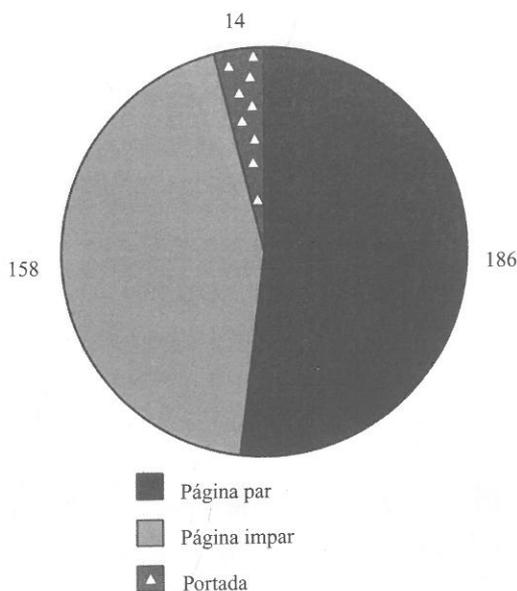
Gráfico 8.—Sección del diario donde se inserta la noticia



Si analizamos con más detalle la ubicación de las noticias dentro del periódico, advertimos que el mayor número aparece en la página par —concretamente, 186, de las cuales 133 ocupan la parte superior izquierda. A este tipo de información apenas se dedica espacio en las portadas, donde se encuentran sólo 14 de las 358 noticias registradas. Estos datos llevan a pensar que la relevancia otorgada a las cuestiones solidarias es media, pues no goza de un lugar preferente —en portada o en las páginas impares, habitualmente las más leídas—, pero tampoco se relega a posiciones marginales.

Hemos cruzado el nombre de cada periódico con la ubicación de las noticias de implicación social para ver qué grado de consideración reciben. En *El Correo de Andalucía*, de las 111 noticias seleccionadas el 53,2 por 100 aparecía en página impar. *El Mundo* situó en esa página el 50 por 100 de las 56 informaciones de ese tipo, mientras *ABC* hizo lo mismo con el 47,8 por 100 de las 67 noticias seleccionadas. *El País*, el 34,3 por 100 de un total de 35 piezas. De los 89 textos socialmente comprometidos publicados en el *Diario de Sevilla* tan sólo aparecieron en página impar el 30,3 por 100. Los periódicos que más utilizaron las páginas pares para publicar en ellas informaciones solidarias fueron *Diario*

Gráfico 9.—Ubicación dentro del periódico



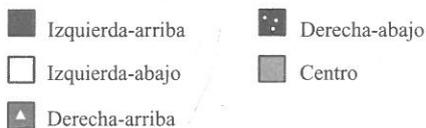
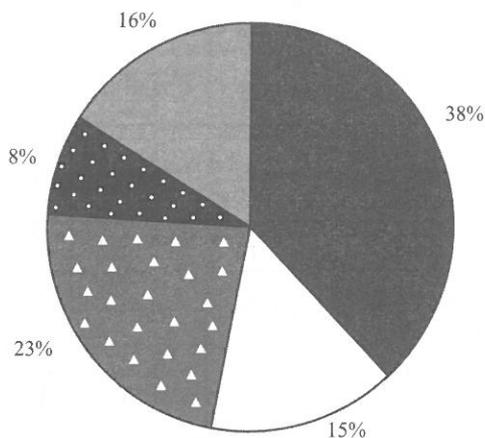
*de Sevilla*, con el 65,2 por 100 de los casos, y *El País*, con el 62,9 por 100. La interpretación negativa de este dato en el *Diario de Sevilla* se ve compensada por el hecho de brindar un mayor número neto de noticias solidarias y organizarlas de modo más coherente, en secciones o subsecciones específicas como, por ejemplo, «Vivir en Sevilla». Finalmente, atendiendo a las noticias que aparecieron en portada, destaca considerablemente *El Mundo*, con un 35,7 por 100. Ese porcentaje es nulo en el caso de *ABC*.

Si relacionamos la temática abordada y la ubicación de la noticia dentro de la página, advertiremos que el centro —el espacio más visible y propicio para la lectura— corresponde prioritariamente a informaciones sobre políticas de bienestar social, programas y servicios comunitarios, así como acciones positivas. También se abordan cuestiones relacionadas con minorías étnicas e indigentes. Dentro de la muestra analizada, las noticias referentes a ONGs nunca aparecen en la parte inferior de la página, sino en el centro o en la parte superior, lo cual indica cierta deferencia.

En cuanto a la extensión, el mayor número de informaciones ocupa una o cuatro columnas, 104 y 101 noticias, respectivamente. Llama la

Gráficos 10 y 11.—Ubicación dentro de la página

PORCENTAJES



RECUENTO DE NOTICIAS

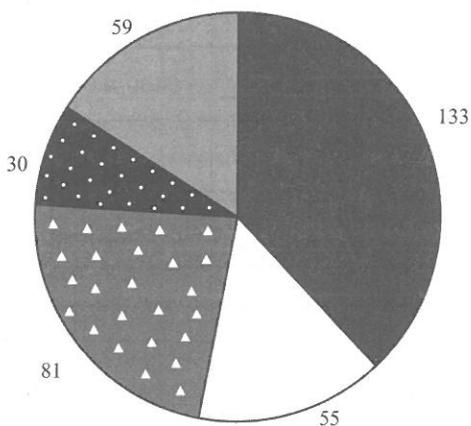


TABLA 5.—Diario/Ubicación de la noticia

Diarios		Página par	Página impar	Portada	Total
<i>El Correo de Andalucía</i>	Recuento	48	59	4	111
	% dentro del periódico	43,24 %	53,15 %	3,60 %	100,00 %
	% respecto del conjunto de periódicos	13,41 %	16,48 %	1,12 %	31,01 %
<i>Diario de Sevilla</i>	Recuento	58	27	4	89
	% dentro del periódico	65,17 %	30,30 %	4,50 %	100,00 %
	% respecto del conjunto de periódicos	16,20 %	7,54 %	1,12 %	24,86 %
<i>ABC</i>	Recuento	35	32	0	67
	% dentro del periódico	52,20 %	47,80 %	0,00 %	100,00 %
	% respecto del conjunto de periódicos	9,78 %	8,94 %	0,00 %	18,70 %
<i>El País</i>	Recuento	22	12	1	35
	% dentro del periódico	62,90 %	34,30 %	2,90 %	100,00 %
	% respecto del conjunto de periódicos	6,15 %	3,35 %	0,28 %	9,78 %
<i>El Mundo</i>	Recuento	23	28	5	56
	% dentro del periódico	41,10 %	50,00 %	8,90 %	100,00 %
	% respecto del conjunto de periódicos	6,42 %	7,82 %	1,40 %	15,60 %
Total	Recuento	186	158	14	358
	% respecto del conjunto de periódicos	52,00 %	44,10 %	3,90 %	100,00 %

TABLA 6.—Temática/Ubicación dentro de la página

Temática	Izquierda-arriba		Izquierda-abajo		Derecha-arriba		Derecha-abajo		Centro		Total	
	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%
Servicios Sociales	53	33,54 %	25	15,82 %	35	22,15 %	16	10,13 %	29	18,35 %	158	
Mujer	20	51,28 %	12	20,34 %	14	23,73 %	3	5,08 %	10	16,95 %	59	
ONGs	10	62,50 %	0	0,00 %	1	6,25 %	0	0,00 %	5	31,25 %	16	
Ancianos	10	25,00 %	10	25,00 %	10	25,00 %	3	7,50 %	7	17,50 %	40	
Premios/ Convocatorias	9	30,00 %	7	23,33 %	7	23,33 %	3	10,00 %	4	13,33 %	30	
Leyes/ Reformas políticas	21	43,75 %	10	20,83 %	6	12,50 %	3	6,25 %	8	16,67 %	48	
Participación ciudadana	16	36,36 %	4	9,09 %	13	29,55 %	2	4,55 %	9	20,45 %	44	

Tabla 6 (cont.).—Temática/Ubicación dentro de la página

Temática	Izquierda-arriba		Izquierda-abajo		Derecha-arriba		Derecha-abajo		Centro		Total	
	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%
Programas novedosos	16	31,37 %	7	13,73 %	11	21,57 %	8	15,69 %	9	17,65 %	51	
Acciones positivas	33	38,82 %	18	21,18 %	14	16,47 %	8	9,41 %	12	14,12 %	85	
Menores	16	50,00 %	6	18,75 %	5	15,63 %	2	6,25 %	3	9,38 %	32	
Discapitados	10	47,62 %	3	14,29 %	2	9,52 %	1	4,76 %	5	23,81 %	21	
Minorías étnicas/ Racismo/ Indigentes/	29	42,03 %	7	10,14 %	15	21,74 %	4	5,80 %	14	20,29 %	69	

atención la escasez de noticias de extensión media, es decir, de dos y tres columnas.

TABLA 7.—Número de columnas de la noticia

	Recuento	%
1 Columna	104	29 %
2 Columnas	46	13 %
3 Columnas	57	16 %
4 Columnas	101	28 %
5 Columnas	50	14 %
Total	358	100 %

Aunque —como indica la tabla anterior— el 28 por 100 de las noticias se distribuyen en cuatro columnas, la mayoría son breves: 108 abarcan menos de  $\frac{1}{4}$  de página.

Gráfico 12.—Extensión de la noticia

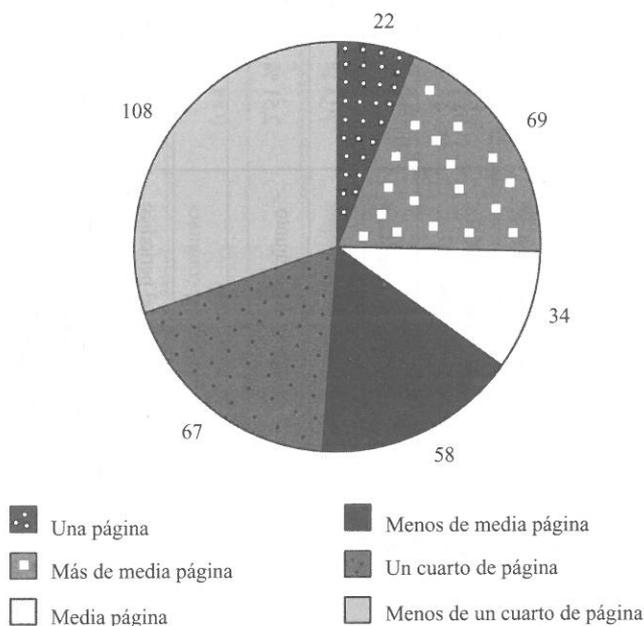


Tabla 8.—Diario/Extensión de la noticia

Diarios	1 página	Más de ½ página	½ página	Menos de ½ página	¼ página	Menos de ¼ página	Total
El Correo de Andalucía	Recuento	4	16	13	15	14	111
	% dentro del periódico	3,60 %	14,41 %	11,71 %	13,51 %	12,61 %	100,00 %
	% dentro del conjunto de periódicos	0,01 %	4,47 %	3,63 %	4,19 %	3,91 %	31,01 %
Diario de Sevilla	Recuento	9	20	7	9	23	89
	% dentro del periódico	10,11 %	22,47 %	10,11 %	10,11 %	25,84 %	100,00 %
	% dentro del conjunto de periódicos	2,51 %	5,59 %	1,96 %	2,51 %	6,42 %	24,86 %
ABC	Recuento	5	14	2	24	12	67
	% dentro del periódico	7,46 %	20,90 %	2,99 %	35,82 %	17,91 %	100,00 %
	% dentro del conjunto de periódicos	1,40 %	3,91 %	0,56 %	6,70 %	3,35 %	18,72 %

TABLA 8 (cont.)—Diario/Extensión de la noticia

El País	Diarios	1 página	Más de ½ página	½ página	Menos de ½ página	¼ página	Menos de ¼ página	Total
		Recuento	3	10	2	6	7	
	% dentro del periódico	8,57 %	28,57 %	5,71 %	17,14 %	20,00 %	20,00 %	100,00 %
	% dentro del conjunto de periódicos	0,84 %	2,79 %	0,56 %	1,68 %	1,96 %	1,96 %	10,00 %
El Mundo	Recuento	1	9	10	4	11	21	56
	% dentro del periódico	1,79 %	16,07 %	17,86 %	7,14 %	19,64 %	37,50 %	100,00 %
	% dentro del conjunto de periódicos	0,28 %	2,51 %	2,79 %	1,12 %	3,07 %	5,87 %	15,64 %
Total	Recuento	22	69	34	58	67	108	358
	% dentro del conjunto de periódicos	6,15 %	19,27 %	9,50 %	16,20 %	18,72 %	30,17 %	100,00 %

Si analizamos la extensión de la noticia en relación con el diario donde se inserta, podemos observar que el mayor número de noticias que ocupan menos de  $\frac{1}{4}$  de página pertenecen a *El Correo de Andalucía* (45,4 %), mientras que —en el extremo opuesto— el 40,9 por 100 de las noticias a una página corresponde al *Diario de Sevilla*. Cualquier interpretación negativa del dato relativo a *El Correo* debe ser matizada, pues se trata del diario que publica más noticias sobre asuntos sociales: 111 de las 358 seleccionadas. La mayoría de piezas publicadas en *El Mundo* ocuparon media página: 10 noticias que representan el 29,4 por 100 del total. *El País* ofrece la misma cantidad de noticias de  $\frac{1}{4}$  de página (7) y de menos de  $\frac{1}{4}$  de página (7): 14 noticias en un total de 35, dentro del conjunto de la muestra (358 noticias). Esto le convierte en el diario con menor interés por las cuestiones de justicia y bienestar social. El diario *ABC* reduce la mayor parte de sus noticias sociales (41,4 %) a un espacio de menos de media página. Dado que se trata del tercer diario en cuanto al número de noticias socialmente comprometidas, podemos colegir que no atribuye a la solidaridad ni mucha ni poca importancia.

#### 9.4. CONCLUSIONES

Este capítulo ha comenzado constatando la inexistencia en la prensa local de secciones específicamente destinadas a cuestiones sociales que impliquen un compromiso ético respecto a valores como la justicia y la solidaridad, con vistas a la construcción de una cultura social consistente. Habitualmente, las noticias que abordan esta temática se hallan dispersas por las diversas páginas del periódico sin responder a criterios definidos de coherencia o relevancia, con la sola excepción de *Diario de Sevilla*.

Llama la atención el desinterés del periódico nacional de referencia —*El País*— respecto de este tipo de información, dada su afinidad con la izquierda política. Como contrapartida, hay que reconocer que las dos cabeceras de ámbito estrictamente local —*El Correo de Andalucía* y el *Diario de Sevilla*— publican una gran cantidad de noticias socialmente comprometidas, fundamentalmente en sus páginas dedicadas a la Provincia o a la Comunidad Autónoma. *ABC* de Sevilla —a medio camino entre la prensa nacional y la prensa local— otorga a esta clase de información una importancia media.

Nuestro análisis pone también de manifiesto el excesivo protagonismo que se otorga a los personajes públicos y a las instituciones de la Ad-

ministración, en detrimento de las organizaciones no gubernamentales y otros representantes de la ciudadanía. En consecuencia, las noticias sobre iniciativas legislativas, programas y servicios públicos son mucho más numerosas que las referentes a la participación ciudadana y al Tercer Sector. Las declaraciones y los informes oficiales gozan de un desmesurado eco mediático. Como contrapartida, los supuestos beneficiarios de las políticas públicas desempeñan un papel marginal en la toma de decisiones y en los debates donde se fragua la opinión: la esfera política se impone a la esfera social; prevalece una mirada asistencialista.

La principal conclusión a que nos ha conducido el estudio estadístico realizado en este capítulo es que —en general— la prensa local no atribuye a la solidaridad la importancia que debería. Y cuando atiende a sus exigencias lo hace desde una perspectiva reduccionista, primordialmente política, que reproduce la hegemonía del poder en lugar de favorecer el pluralismo democrático. La función pública del periodismo, su mediación social al servicio de una ciudadanía activamente comprometida con la construcción de su historia, es así gravemente menoscabada.

## Desarrollo y participación en la prensa local: análisis cualitativo

Este análisis primordialmente cualitativo del *corpus* informativo sobre desarrollo y participación social arroja una mirada complementaria respecto al estudio cuantitativo ofrecido en el capítulo anterior.

Nuestro utillaje teórico y conceptual procede del dominio interdisciplinar denominado Análisis del Discurso (Charaudeau & Maingueneau, 2002, 7-12). Comenzamos por abordar la dimensión pragmática, conjugando aportaciones procedentes del Interaccionismo Simbólico de A. Schütz y G. H. Mead con la Teoría anglosajona de los Actos de Habla de J. Austin y J. Searle. En lo que concierne específicamente al trabajo periodístico, retomamos la crítica de N. Chomsky y E. S. Herman para explicar los procesos de construcción discursiva que dominan el relato noticioso. A partir de estos ejes conceptuales, se analizan las estructuras narrativas, retórico-argumentativas e informativas de los textos, utilizando los recursos que ofrece la Narratología de A. J. Greimas, sus antecesores y sucesores; la *Nouvelle Rhétorique* de Ch. Perelman y L. Olbrechts-Tyteca; y la Teoría de la Información, iluminada por las consideraciones de T. Van Dijk.

El trasfondo de estas consideraciones supone una valoración crítica posestructuralista y deconstruccionista, tanto de los textos como de las prácticas discursivas que los han generado y los mantienen en circulación, deshaciéndolos y rehaciéndolos en cada interacción receptiva. Cada uno de los epígrafes tiene sentido por sí mismo, aunque frecuentemente remite a otros apartados y perspectivas parcialmente solapados. Esta pauta puede inducir a confusión y resulta algo repetitiva, pero no se puede evitar, pues cada aproximación responde a un marco teórico-conceptual que hasta cierto punto converge con otros marcos diferentes. La ventaja de esta redundancia es que enfatiza las directrices discursivas y permite acceder al análisis por múltiples entradas.

Dado el amplio volumen de la muestra, no se va a realizar un análisis exhaustivo de todos y cada uno de los textos. Ofrecemos más bien

una cartografía de nuestro trabajo, ilustrada mediante referencias a las noticias. De este modo se comprenden los rasgos más significativos del *corpus*, tanto pragmáticos como estructurales, lo cual permite evaluar críticamente las principales estrategias comunicativas. No hemos creído necesario un análisis comparativo entre los distintos medios, pues las noticias seleccionadas no ofrecen datos relevantes al respecto.

### 10.1. LÍMITES Y CONDICIONAMIENTOS

Este análisis discursivo constituye asimismo un discurso, lo cual significa que también a él se pueden aplicar las herramientas críticas que emplea. Por otra parte, los criterios que rigen el diseño de la investigación responden a los mismos esquemas teóricos y conceptuales que permiten evaluarla. En tal sentido somos conscientes de que este estudio —como cualquier otro— implica siempre algún grado de tautología, como indican los últimos avances sobre epistemología (Bartholomew, 1996).

Nuestra lectura analítica es una entre muchas posibles. Su validez depende del consenso básico que sustenta nuestra comunidad académica de interpretación y que inspira nuestras críticas, pero está abierto a revisión y discusión. Sus conclusiones son, por principio, negociables. Por consiguiente, los límites y condicionamientos de este trabajo son precisamente aquellos que lo hacen posible, legitimándolo epistemológicamente.

La muestra analizada corresponde a una selección de noticias sociales<sup>15</sup> que conciernen al desarrollo y la participación, publicadas en prensa escrita —concretamente en todos los diarios locales y nacionales con secciones dedicadas al ámbito local: *ABC*, *Diario de Sevilla*, *El Correo*, *El Mundo* y *El País*. La selección abarca un mes: del 17 de septiembre al 17 de octubre de 2004. La muestra satisface suficientemente los criterios de representatividad, consistencia y exhaustividad (Bauer & Gaskell, 2000, 336 y sigs.).

### 10.2. AGENDA Y ARTICULACIÓN TEMÁTICA

El *corpus* ha sido organizado en áreas temáticas que plasman la agenda de los medios y hacen más operativo nuestro análisis. Cada área recibe una determinada cobertura, que se expresa por el número de noti-

---

<sup>15</sup> Somos conscientes del margen de arbitrariedad que lleva a categorizar una noticia como social, dado que en sentido amplio toda la información posee ese carácter. Los criterios empleados en esta selección constituyen las premisas de nuestra argumentación científica y responden a los *topoi* o lugares comunes en que se basa la opinión pública al respecto (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1988, II parte, § 21).

cias y su extensión. Algunos grandes temas se desarrollan en textos compuestos por distintos paquetes de información, en ocasiones a doble página. Otros son noticias simples, aunque a veces incluyan un recuadro o varios ladillos. También hay breves con informaciones-servicio y pseudo fotonoticias<sup>16</sup>. Como excepción se incluye una entrevista en profundidad a Jesús Maeztu —protagonista indiscutible de la información social—, publicada por *El Correo* (10-X-2004, págs. 2-3).

Tema	Cobertura
1. Plan Integral del Polígono Sur, Los Bermejales y otros casos de chabolismo	34 noticias (12 compuestas —una de ellas a doble página—, 15 simples, 6 breves, 1 fotonoticia) y 1 entrevista a doble página
2. Asociaciones y organizaciones no gubernamentales, proyectos solidarios y de desarrollo (miscelánea)	23 noticias (1 compuesta, 10 simples, 9 breves, 3 fotonoticias)
3. Mayores y su problemática —especialmente, la enfermedad de Alzheimer	16 noticias (2 compuestas, 8 simples y 6 breves)
4. Inmigración	12 noticias (1 compuesta, 7 simples y 4 breves)
5. Emigración	2 noticias simples
6. Discapacidad	11 noticias (4 compuestas, 5 simples y 2 breves)
7. Familia y menores	16 noticias (5 compuestas, 7 simples y 4 breves)
8. Género	8 noticias (2 simples y 6 breves)
9. Toxicomanías	2 noticias simples
10. Asuntos culturales: cine, libros, exposiciones	6 noticias (2 compuestas —una de ellas, a doble página— y 4 simples)
Total	130 Noticias + 1 entrevista

<sup>16</sup> No las consideramos auténticas fotonoticias porque carecen de valor propiamente informativo.

Las principales noticias en la muestra examinada poseen un marcado carácter local y destacan problemáticas de origen autóctono, principalmente la marginalidad del Polígono Sur, acrecentada por la llegada de los chabolistas desalojados de Los Bermejales. Tal situación se describe como desvinculada de los movimientos migratorios, aunque de hecho implique también a algunos extranjeros.

Llama la atención la pobre cobertura de la inmigración en una región fronteriza como la nuestra, pues si bien hemos recabado hasta doce noticias al respecto, la mayoría de ellas son repetitivas y de corta extensión: se limitan a constatar la llegada de un cierto número de extranjeros indocumentados o a mencionar sus problemas por boca de fuentes institucionales, aunque a veces se personalicen para lograr un cierto dramatismo. En ningún caso hay un auténtico periodismo de investigación —atento a las causas profundas del fenómeno—, ni un periodismo sólidamente crítico y prospectivo —atento al futuro, a la evolución de los acontecimientos, a la previsión de ulteriores complicaciones y a la sugerencia de planteamientos alternativos.

Tras el Polígono Sur, el segundo núcleo temático desde el punto de vista cuantitativo hace referencia a ONGs y proyectos solidarios. Cualitativamente concedemos menor importancia a este tema que a la tercera edad porque abarca una miscelánea de asuntos, de los que se han excluido los que conciernen a colectivos que aparecen en otras casillas. Como explicaremos más adelante, lo que más nos llama la atención en esta ambigua categoría es la superficialidad de las informaciones, lo cual revela significativas carencias cognitivas: principalmente, la ausencia de modelos coherentes de desarrollo y participación social que guíen la recogida y organización de datos, justificando además en cada caso el posicionamiento ilocutivo del enunciadore.

Las demás cuestiones noticiosas se plantean como características de nuestra realidad social, fundamentalmente de la tercera edad. El envejecimiento demográfico explica la creciente atención de los medios a este colectivo, destinatario-modelo de un número cada vez mayor de producciones, muchas de ellas de carácter promocional o publicitario más que informativo. Es el caso de los seis breves con información-servicio que anuncian programas institucionales.

A pesar de la importancia social y cuantitativa de la droga en nuestra región, apenas se le dedican dos noticias.

Aunque concierne tanto al interés público como al interés *del* público, ni la familia ni los menores reciben el tratamiento que merecen, pues frecuentemente se imprime a los relatos sobre estos temas un sesgo sensacionalista, patente en el caso de los menores Iván y Sara —que abor-

dan cuatro noticias, una de ellas a doble página. Desde el punto de vista deontológico son representaciones muy discutibles: no basta que las fotografías de Sara desdibujen su rostro para respetar su identidad<sup>17</sup>, pues los textos escritos expresan —y consiguientemente manipulan— sus declaraciones para satisfacer la curiosidad del público.

Las cuestiones de género han sido incluidas en una categoría específica. A pesar de su relevancia social, en la muestra seleccionada ocupan un lugar muy secundario, claramente perceptible en la maquetación: seis breves y dos noticias; ningún gran tema. Algunas informaciones sobre la mujer cubren sucesos de índole criminal. A veces la problemática del colectivo femenino es abordada indirectamente, dentro de noticias que hemos encuadrado dentro de otras categorías —p. ej., mayores (*Diario de Sevilla*, 21-IX-2004, «Sociedad», pág. 39) o familia (noticias dedicadas al caso de Iván y Sara).

El sensacionalismo y la publicidad priman en la cobertura de asuntos culturales, como ilustran la polémica exposición con el niño ahorcado y la frecuente promoción de iniciativas institucionales.

Por otra parte, la celebración de un espectáculo —los juegos olímpicos especiales en el pabellón de San Pablo— nutre en gran medida la atención a los discapacitados. Es un tema proporcionalmente significativo en la muestra, pues también se aborda en algunas noticias clasificadas en la sección de mayores.

### 10.3. DIMENSIÓN PRAGMÁTICA

Actualmente, las ciencias sociales destacan la dimensión pragmática de los medios en su acepción más radical: su praxis discursiva no sólo trata de la realidad social, sino que en gran medida la construye. Tal construcción no responde tanto a la intencionalidad subjetiva de los actores sociales cuanto a los imperativos o condicionamientos estructurales que rigen los procesos de producción y recepción, sus rutinas y prácticas dominantes, así como los contextos —histórico, social, político, económico, cultural, ideológico...— y la situación concreta en que se desarrollan. Tales procesos delimitan la libertad, función e identidad de las subjetividades implicadas como actores, actantes o simples participantes en tal dinámica, como a continuación veremos.

---

<sup>17</sup> En contraste con el caso de Alejo Pozo —publicado en el *Diario de Sevilla* el 16-IX-2004—, donde la falta de respeto se manifiesta fotográficamente.

En primer término, abordaremos los imperativos o condicionantes estructurales de la producción periodística. En este ámbito destacan la propiedad de los medios y la lógica del beneficio, su dependencia de la publicidad corporativa o comercial, la hegemonía de las fuentes institucionales y burocráticas, la presión de los poderes fácticos sobre los periodistas y la influencia de las ideologías (Chomsky & Hermann, 1995).

En el *corpus* que analizamos son especialmente significativos la lógica del beneficio, el sometimiento a las fuentes institucionales y los sesgos ideológicos. La lógica del beneficio conlleva criterios de selección basados en los intereses de la opinión pública y el sensacionalismo, destinados a asegurar la aquiescencia del *target* a quien se dirigen los mensajes.

Esta lógica explica la jerarquización de temas en la agenda mediática. Hemos visto que los asuntos más destacados conciernen a la problemática de «las Tres Mil», lugar común en el imaginario colectivo y la representación social de la realidad sevillana. También hemos advertido que la importancia de las noticias relacionadas con los mayores se debe a la actual tendencia demográfica, y que en otros temas —familia, mujer, menores— priman criterios sensacionalistas.

Las principales fuentes son institucionales: altos cargos de la Junta de Andalucía, el Comisionado para el Polígono, directivos de corporaciones empresariales... Las voces privilegiadas en el discurso informativo corresponden así a las principales instancias del poder sociopolítico: se marginan e incluso omiten completamente las voces de los miembros de los grupos-meta a quienes se suponen destinadas las políticas. Cuando interviene la sociedad civil lo hace a través de representantes de asociaciones. En los pocos casos donde se recoge la opinión de un ciudadano individual, suele primar el sensacionalismo:

Ojalá os peguen un tiro en el hígado». La *Nieves*, una mujer muy conocida en el barrio deprimido de Huelva Marismas de Odiel, salía echando pestes del polideportivo onubense con su delantal verde, arrastrando sus zapatillas y una gran loneta negra que durante meses hizo las veces de cortina de salón (*El Correo*, 9-X-2004).

La ideología implícita en los discursos coincide con la que se presupone a la mayoría social: moderada, exenta de radicalismos, con un ligero tinte de compromiso que en gran número de casos no llega a la implicación política ni a la denuncia. Excepto en las informaciones de carácter explícitamente promocional, el perfil del destinatario-modelo suele ser amplio y difuso: excluye a los protagonistas de la información, así como a los principales beneficiarios de sus actuaciones, como venimos

indicando. También deja de lado a los expertos en la materia, dada la superficialidad del tratamiento informativo. Es curioso que a veces lo que se reprocha a las autoridades es precisamente este tipo de carencias: el tono es de crítica, nunca de autocrítica.

Al acto acudieron numerosas autoridades (...) que no supieron precisar el trabajo que se inicia ahora con la entrada en el proyecto del Gobierno central (*El Mundo*, 28-IX-2004).

Lo más frecuente es que las noticias oculten estas deficiencias mediante artefactos textuales sólo superficialmente coherentes. Es lo que sucede, por ejemplo, al mencionar los problemas de integración de los inmigrantes sin describirlos ni analizarlos en la información sobre «La Iglesia de los *sin papeles*» (*El Correo*, 3-X-2004). Algo similar sucede en todas las ocasiones en que se habla de la inseguridad en el Polígono Sur: se indica el organismo público responsable —la Junta Local de Seguridad—, pero no sus posibilidades reales de solucionar el problema.

Sin embargo, este recurso no logra ocultar la desestructuración narrativa de los textos, que terminan repentinamente sin epílogo ni conclusión, sin esa clausura que permitiría comprender el universo simbólico textual como un todo realmente coherente.

Todos estos factores contribuyen a reproducir las rutinas y prácticas dominantes en el trabajo periodístico, que dan por supuestas muchas cosas: la realidad social (Schütz & Luckmann, 1973) y su tematización más básica, el paradigma que rige la recogida y tratamiento de la información (Kuhn, 1990), la axiología o conjunto de valores vigentes en la sociedad y en la profesión periodística, la ideología democrático-liberal y social de nuestros Estados de Derecho (Requejo, 1990), una visión ecléctica, fragmentaria e incoherente del desarrollo social, y finalmente un modelo comunicativo de carácter tecnocrático, unidireccional, que apenas posibilita la interacción, la participación social y los consiguientes circuitos de retroalimentación correctiva.

#### 10.4. FACTICIDAD, VERIDICCIÓN Y OBJETIVIDAD

Los códigos que rigen el género periodístico informativo exigen los simulacros de la facticidad, la veridicción y la objetividad. La facticidad se define por oposición a la ficción como la cualidad distintiva de lo que realmente ha acontecido en un espacio y un tiempo determinados, sus-

ceptible —por ello— de verificación empírica. El discurso informativo es veredictivo, no sólo verosímil: se presenta como dicente de la verdad. Aunque la Filosofía lleve toda su historia tratando de dilucidar tal concepto, el periodismo lo utiliza de modo pragmático: en una sociedad plural y diversa, que ofrece un mosaico de visiones parciales, la verdad<sup>18</sup> radica en la objetividad, la neutralidad valorativa y el distanciamiento —o mejor, la equidistancia— de los hechos. El periodismo asume, pues, la facticidad, la veridicción y la objetividad como partes esenciales de su estrategia comunicativa, para persuadir al público acerca de su propia credibilidad. Así se llega a olvidar que discurso y realidad son funciones discursivas que se condicionan recíprocamente, pues la realidad está hecha de discursos y los discursos dan lugar a realidades<sup>19</sup>.

En los apartados correspondientes a la estructura narrativa, retórica e informativa señalaremos algunas marcas textuales que actualizan esta estrategia.

#### 10.5. LA FUERZA ILOCUTIVA Y PERLOCUTIVA DEL PERIODISMO: COMPROMETIDO, NO OBJETIVO

En su estrategia comunicativa, el periodismo informativo no sólo emplea los simulacros de la facticidad, la veridicción y la objetividad: también se reviste de ética. Evidentemente, se trata de una ética que se presenta a sí misma como «universal» o susceptible de universalización, nunca como sesgada e instrumental, al servicio de los intereses corporativos del propio periodismo. Es por ello que los discursos noticiosos revelan simultánea o intermitentemente actitudes de distanciamiento y actitudes de crítica e incluso compromiso moral. Estas últimas no faltan

---

<sup>18</sup> La noción de filosófica de verdad es mucho más rica que la noción de objetividad, aunque el periodismo suele confundirlas. Sin búsqueda de la verdad —al menos como horizonte asistótico, como herramienta para practicar el falsacionismo o como criterio para discernir la mentira— ningún discurso humano tiene sentido; se disuelve en un juego aleatorio, de reglas provisionales e inconsistentes, que no puede garantizar la estabilidad de ningún consenso, ni la legitimidad de ninguna reivindicación. La verdad posee múltiples dimensiones, cada una de ellas con sus particulares exigencias, que no conviene mezclar: lógicas, cognitivas, éticas, poéticas, ontológicas, etc.

<sup>19</sup> Esto no significa que los creadores del discurso puedan utilizar arbitrariamente su poder para construir cualquier mundo posible, ya que en la base de esa construcción se halla la semiosis ilimitada que configura la realidad antes de la llegada de los sujetos humanos, como explica Ch. S. Peirce.

cuando se tratan temas sociales, pues los medios son actores sociopolíticos eminentes (Borrat, 1989).

Tal autoría se manifiesta, lógicamente, en una constante búsqueda de responsabilidades —que prácticamente nunca recaen sobre el propio medio debido a una casi completa falta de autocritica—, acusaciones y denuncias a poderes públicos y privados, soterradas campañas de movilización ciudadana, influencia en las agendas institucionales, provisión —a la opinión pública— de argumentos y temas de debate, refuerzo o erosión de la imagen de individuos y corporaciones, etc. Todo ello puede realizarse con un lenguaje agresivo o aparentemente «objetivo», pero lo cierto es que ambos implican al medio, quien ejerce así una determinada fuerza ilocutiva sobre los discursos: el primero de forma abierta y el segundo, enmascarada.

En el nivel ilocutivo la dicción es acción, la enunciación posee valor performativo, el decir es hacer. J. Austin (1962) restringía el sentido de este concepto a las acciones socialmente codificadas que constituyen convenciones, pero nosotros lo empleamos en un sentido laxo, vinculado por una parte a la intencionalidad del autor —a su implicación subjetiva en sus actos de enunciación— y por otra, a su implicación intersubjetiva y estructural, derivada de su competencia y responsabilidad en el sistema social, de su poder discursivo<sup>20</sup>. Tanto el periódico —sujeto colectivo— como el informador —sujeto individual— se hallan presentes en sus discursos: intentan ofrecer una determinada imagen de sí mismos —enunciadores— en relación con sus enunciados y con aquello sobre lo que tratan.

Durante la primera semana analizada, *El Correo de Andalucía* y *Diario de Sevilla* realizan una valoración positiva de los hechos acontecidos: «El Gobierno pedirá ayudas europeas para la recuperación del Polígono Sur» (*El Correo*, 22-IX-2004); «El Estado salva el escollo de la seguridad y firma el Protocolo de Maeztu» (*Diario de Sevilla*, 28-IX-2004). Este sesgo ilocutivo contrasta con el titular negativo, crítico, de *El Mundo*: «35 familias chabolistas viven en el Polígono Sur dos meses después del desalojo pagado». *ABC* (28-IX-2004) se sitúa en una posición intermedia: su titular es positivo, mientras que el subtítulo es claramente crítico: «Apoyo de las tres administraciones al Plan de Intervención del Polígono Sur», y a continuación: «Sin embargo, ninguna concreta cuáles serán sus actuaciones en la zona.» Este contraste —que

---

<sup>20</sup> Llera (2004), glosario, voz «Illocucionario, ilocutivo».

supone una línea de argumentación cuasi lógica, como veremos en la sección dedicada a la Retórica— resulta forzada por una expresión adversativa inusual en titulares: «sin embargo». *El País* (28-IX-2004) opta por una apariencia de «objetividad» que oculta hábilmente su fuerza ilocutiva: «Firmado el plan de actuación integral en el Polígono Sur.» El cuerpo de la noticia desarrolla esta estrategia al utilizar las citas de los protagonistas del acontecimiento para vehicular todas las valoraciones y posicionamientos ideológicos. De este modo, el enunciador adopta una actitud aparentemente distante y descomprometida, aunque ello signifique una solapada toma de posición.

Además de implicarse en sus discursos, los informadores procuran ejercer una influencia sobre el público en general y también sobre los públicos particulares a los que ligan sus intereses corporativos e individuales; de ahí la dimensión perlocutiva de sus mensajes, estrechamente ligada a la retórica. En el nivel perlocutivo, la dicción es una acción que a su vez procura mover a la acción a sus destinatarios: el decir no sólo es hacer, sino *hacer hacer*. Aquí hallamos una ambigüedad análoga a la que plantean los actos ilocutivos: la perlocución deriva, por una parte, de la intencionalidad del autor respecto de lo que quiere provocar en sus destinatarios, pero por otra, de su competencia, de su autoridad, de su poder discursivo. Además, hay que distinguir entre los efectos que el discurso pretende y los que de hecho logra. El *behaviorismo* americano ha desarrollado toda una corriente de interpretación semiótica, ligada a la escuela sociológica del Interaccionismo Simbólico a través de Ch. Morris (Mead, 1938, prefacio), que equipara el significado de cualquier mensaje a sus efectos conductuales. Por ejemplo, la gran movilización ciudadana ante el caso de Iván y Sara es en gran medida resultado de su cobertura mediática: desde una óptica *behaviorista* comprender las noticias equivale a tener en cuenta tal efecto. La lectura de las noticias es un comportamiento que suscita otros comportamientos en una cadena indefinida y retroalimentativa, pues cada acto de lectura-recepción remite a una actividad enunciativa compleja donde se superponen diferentes niveles. Por una parte, el acto del diario que publica el texto; por otra, el acto del periodista o la agencia que lo firma —aunque existan siempre responsables concretos de su elaboración. Además, en la mayoría de los casos el objeto de la información son actos de habla interpretados por quienes participan en la comunicación —en primer lugar, los interlocutores directos a quienes se dirigen; en segundo lugar, los periodistas.

Así, por ejemplo, en la noticia publicada por *El Mundo* el 18-IX-2004 sobre la ayuda al desarrollo (pág. 17), el periódico lleva a cabo un

acto de enunciación —la publicación de la noticia—, acerca de otro acto —la elaboración del texto por parte de la periodista Pilar Ortega. Éste remite a su vez a enunciaciones anteriores, pues el texto recoge las declaraciones de uno o varios sujetos individuales, a los que subrepticamente presenta como competentes y legitimados para representar a un sujeto colectivo —Intermón—, en nombre del cual efectúan ciertas críticas al Gobierno. El discurso periodístico se identifica con ellas, solapando su posición ilocutiva con la que sostiene Intermón. Ahora bien, lo que esta ONG mantiene es una interpretación —obviamente parcial y discutible— acerca de las afirmaciones del Gobierno —o más concretamente, de quienes ostentan el poder de representarlo. El objetivo de toda esta cadena de enunciaciones parece ser la reivindicación de ciertos valores sociales —ligados a la solidaridad en la ayuda al desarrollo—, altamente considerados por la opinión pública, a quien se intenta ganar para la causa. Indirectamente, lo que el periódico busca es prestigio y legitimidad moral ante sus lectores. Todos estos comportamientos —lectura aquiescente de la noticia, adhesión a un conjunto de valores compartidos, apoyo a la campaña de Intermón, juicio moral positivo acerca del diario...— se integran en la dimensión perlocutiva del discurso.

El conjunto de esta dinámica se basa en un contrato —más o menos tácito— acerca de la interpretación de los textos: se trata de una guía de lectura que el sujeto receptor debe obedecer si quiere integrarse en la comunidad hermenéutica creada por la praxis comunicativa que desarrollan los medios. La desobediencia a tales pautas supone una *decodificación aberrante* (Eco, 1991) que erosiona la comunicación y puede excluir de la comunidad a quienes la mantienen<sup>21</sup>.

Este hecho explica las reticencias de Maeztu ante los medios —no explícitas en la muestra seleccionada, aunque pueden inducirse a partir de frases como las siguientes: «Jesús Maeztu vuelve a diferir con el Ayuntamiento tanto en el fondo como en las formas» (*Diario de Sevilla*, 16-X-2004, pág. 8), o «El Comisionado para el Polígono Sur rechaza también que se informe a la opinión pública del lugar al que irán estas personas porque crea rechazo en los residentes» (*ABC*, 16-X-2004, pág. 32). Esta última frase apunta a una confrontación entre los criterios interpretativos del protagonista y los de una parte del público, a la que afectará la medida.

<sup>21</sup> Las decodificaciones aberrantes y en general cualquier tipo de lecturas heterodoxas o desviadas de la norma pueden también generar nuevas comunidades de interpretación, si quienes las mantienen gozan de suficiente poder social.

## 10.6. ESTRUCTURA NARRATIVA

Entre las diversas acepciones del concepto de «narración» destaca la que la concibe como un procedimiento opuesto a la descripción: el relato de acciones —no simples objetos o hechos no intencionales— y su devenir temporal. El discurso periodístico es fundamentalmente un discurso de la acción, dada su funcionalidad social —cognitiva, deliberativa, crítica...— y su anclaje en la actualidad.

El formalismo ruso y sus herederos han distinguido la fábula de la intriga, la historia del discurso, la *story* del *plot* y la diégesis de la narrativa. El primer miembro de estas dicotomías comprende la materia del contenido narrativo —las acciones y sus contextos, relaciones causales y cronológicas. El segundo miembro designa la forma que se da a ese contenido mediante ciertos procedimientos más o menos codificados. Genette (1983) ha enfatizado también el concepto de narración o producción narrativa, que atrae la atención sobre los condicionantes materiales. Como ya explicamos anteriormente, la peculiaridad de la narración informativa frente a otras modalidades es su carácter veredictivo —no simplemente verosímil— y factual —no ficcional. Los códigos del periodismo informativo exigen el simulacro de la objetividad y el respeto a las reglas del género, que conciernen fundamentalmente a la superficie textual o al estilo. El género informativo noticioso se caracteriza por el borrado de las huellas del proceso de producción y por la falsa prevalencia del *showing* —o la cita directa— sobre el *telling* —o el comentario.

Aunque las estructuras narrativas pueden ser muy diversas según el género donde se encuadren, la función social del discurso y la creatividad —tanto del destinador como del destinatario— los estudios clásicos coinciden en una vertebración básica. En primer lugar, reconocen el arranque o *incipit*, que incluye la presentación/caracterización de los personajes del relato, introduciendo así las funciones actantes y el escenario donde van a desarrollarse. Las funciones pueden concretarse figurativamente en distintos motivos (Reis & Lopes, 1996, 148), que reflejan el marco histórico, cultural, económico, ideológico... de la producción narrativa. Al desempeñar una o varias funciones, cada personaje puede ser protagonista, adyuvante u oponente suyo, a veces como auténtico antagonista.

Desde el inicio del relato se activan los mecanismos de construcción de la trama, la focalización y la configuración/gestión del tiempo y el espacio narrativos. Ello puede dar lugar a una secuenciación y a veces articulación de la historia en episodios. Lo más interesante de la organiza-

ción temporal del relato son los mecanismos de *embrague y desembraque*, que relacionan indexicalmente el acto de la enunciación con el acto sobre el cual versan los enunciados. Por otra parte, es fundamental la coherencia narrativa, que exige la construcción de isotopías, la iteración y recurrencia de unidades semánticas.

En lo que concierne al *incipit* o arranque, apreciamos dos estrategias básicas: la más corriente consiste en presentar directamente el *rema*, señalando los hechos y sus protagonistas dentro de su contexto espacio-temporal. Así, por ejemplo, *El País* comienza su noticia titulada «18 millones a Cruz Roja para cooperación y voluntariado» (16-X-2004, «España», pág. 22) repitiendo en el cuerpo de la noticia los mismos datos, con un poco más de detalle: «El Consejo de Ministros aprobó en su reunión de ayer un gasto de 17.937.342 euros, destinados a Cruz Roja Española, a través de una subvención con cargo a la asignación tributaria del 0,52 por 100 del impuesto sobre la renta de las personas físicas (IRPF) para programas de cooperación y voluntariado social».

El *rema* puede también presentarse de manera agresiva, sensacionalista. Por ejemplo, haciendo referencia a ciertos antecedentes ya conocidos, respecto de los cuales se plantean nuevos datos sorprendentes e incluso escandalosos. También cabe distribuir las funciones actantes de tal manera que se teja una trama con el *mordiente* deseado:

Del trío de las Azores (Blair, Bush, Aznar), pasando por el eje Madrid-París-Berlín (Zapatero, Chirac, Schröder) hasta llegar al quinteto contra el hambre (Zapatero, Chirac, Lagos, Annan y Lula). Toda foto tiene un precio. Y la que el presidente del Gobierno se hará el próximo lunes en Nueva York con los otros cuatro líderes mundiales para promover la erradicación de la pobreza cuesta 770 millones (*El Mundo*, 18-IX-2004, «España», pág. 17).

La segunda modalidad de arranque enlaza de algún modo con ésta, al emplear recursos literarios al servicio de una estrategia retórica. El objetivo suele ser captar la atención del lector creándole expectativas o cierto grado de suspense, transmitiéndole sensaciones vívidas, apelando a su inconsciente y ayudándole a representarse imaginativamente la escena:

Ya no se parece casi nada a aquella niña de seis años que junto a su hermano Iván —un año menor que ella— fue internada en un centro de acogida por los servicios sociales de la Junta de Andalucía después de declararles en desamparo ante el alcoholismo que padecía su madre» (*ABC*, 18-IX-2004, «Sevilla», pág. 30).

También es posible una apelación suave, mediante una narración de ritmo lento que demora la presentación del *rema* y dibuja un escenario narrativo que parece tomado de un cuento, lindante con la ficción o con lo intemporal:

Hay mañanas en las que Eva Foncubierta abre las puertas de la oficina donde trabaja y se encuentra una larga fila de personas esperando (*El País*, 4-X-2004, «Andalucía», pág. 8).

La demora puede resultar excesiva y provocar un circunloquio desorientador respecto del núcleo de la noticia:

Tres coches de caballo a las puertas del Archivo de Indias de Sevilla fueron testigos mudos de la cola que se empezaba a formar desde las ocho menos cuarto de la mañana de ayer en la Avenida de la Constitución. La espesa niebla que a esa hora caía sobre la capital hispalense impedía a un grupo de personas mayores poder contemplar el Giraldillo desde la agencia de viajes Marsans (*Diario de Sevilla*, 26-IX-2004, «Vivir en Sevilla», pág. 18)<sup>22</sup>.

A veces, se trata de focalizar la atención, personalizando fuertemente el relato para desencadenar en el lector mecanismos psicológicos de identificación y proyección, que favorecen el dramatismo:

Makam es marroquí, tiene 22 años y hace tres intentó llegar a España oculto como polizón en los bajos de un camión. Lo consiguió, pero sufrió una lesión irreversible en sus piernas que le ha dejado en silla de ruedas (*El Correo*, 3-X-2004, pág. 27).

En lo que concierne a las voces y los personajes que participan en la trama narrativa, el conjunto textual analizado es sólo aparentemente polifónico. Como hemos indicado repetidamente, todo acto de habla conlleva ciertas competencias que garantizan la legitimidad o simplemente la autoridad discursiva. Esto explica que no todas las voces reciban el mismo tratamiento: el grueso del relato es protagonizado casi exclusivamente por actores políticos y sociales que ostentan algún cargo institucional. Tales son,

---

<sup>22</sup> Es tal la desorientación que provoca este arranque, tras un titular de carácter expresivo e igualmente confuso —«Este año me llevo el móvil a Benidorm»— que el maquetador se ha visto obligado a incluir un antetítulo más práctico, funcional y directo que de costumbre: «Programa de vacaciones para mayores. Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO). Hasta el 2 de octubre» (*Diario de Sevilla*, 26-IX-2004, «Vivir en Sevilla», pág. 18).

asimismo, las principales fuentes, aunque siempre mediadas —filtradas, manipuladas, traducidas— por los informadores profesionales, que manifiestan así su importante cuota de poder comunicativo. Este recurso llega al punto de privilegiar ciertas voces, convirtiéndolas en una especie de estrellas mediáticas: es lo que sucede, por ejemplo, con Micaela Navarro —Consejera para la Igualdad y el Bienestar Social de la Junta de Andalucía— o con Jesús Maeztu, Comisionado del Polígono Sur, de quien a veces se ofrece un perfil de protagonista «heroico»:

Jesús Maeztu Gregorio de Tejada. Comisionado para el Polígono Sur: «La ocupación ilegal de viviendas en las Tres Mil se ha terminado.» Desde que llegó al Polígono Sur no se ha dormido en los laureles. En un año, el Plan Integral está casi ultimado, y se ha hecho de la mano de los vecinos. Tras el varapalo por el caso Bermejales, las administraciones se han volcado con él. Y encima dice haber hallado una fórmula para acabar con una de las principales lacras de la zona: los asaltos a pisos (Entrevista a Maeztu, *El Correo*, 10-X-2004, págs. 2-3).

Ni los grupos-meta ni los afectados indirectamente por las políticas o las situaciones descritas ocupan el lugar que deberían en los espacios informativos. Si se hace referencia a sus puntos de vista es de forma indirecta, mediada por quienes —legítima o ilegítimamente— les representan en organizaciones de diverso tipo. En las escasas ocasiones que los diarios brindan al ciudadano para que se exprese como sujeto individual, se seleccionan declaraciones polémicas o controvertidas que propician el sensacionalismo. En este sentido resulta muy ilustrativa la noticia titulada «Integración sí... pero en otro sitio», publicada en *ABC* el 16-X-2004 (pág. 33):

...Los vecinos... han lanzado un grito al cielo... creen que se ha pensado *muy a la ligera*... Pensaban que era una *artimaña política de algún gobernante loco*, tal y como nos apuntó un vecino. (...) Se quejan de que *siempre sean los mismos los que les toque pagar el pato*, como nos apuntaba un vecino. (...) Se encuentran verdaderamente enojados e incluso han llegado a comentar que si el alcalde es tan solidario, *que meta a todos ellos en su casa, que seguro que ahí hay espacio*<sup>23</sup>.

Esta deficiencia es grave, porque el objeto principal de la información consiste precisamente en la falta de participación social y la margi-

---

<sup>23</sup> Las cursivas son nuestras y resaltan expresiones coloquiales de carácter sensacionalista.

nalidad consiguiente, que los medios reproducen así de forma enmascarada o —en el mejor de los casos— inadvertida. Todo esto significa que la principal voz del relato periodístico es la de los propios medios: éstos otorgan o niegan a los demás actores sociales la posibilidad de participar en el debate público. Sin embargo —como ya hemos explicado en otros epígrafes— los trazos de tal protagonismo mediático aparecen cuidadosamente borrados en la superficie textual. La ficción de la «ventana abierta al mundo» y el simulacro de la objetividad permiten este juego, que suele despistar a los lectores menos avisados. Se hurta así la posibilidad de conocer el proceso de producción de las noticias, incluso en aspectos tan simples como las conversaciones entre los periodistas y sus fuentes, que si se hicieran accesibles permitirían descubrir interesantes estrategias de manipulación.

Aunque los contenidos informativos parecen reflejo más o menos fidedigno de la realidad, son más bien el precario resultado de un trabajo multidimensional: la confrontación dialéctica de los distintos intereses de poder, las estrategias retóricas persuasivas y defensivas de todas las partes implicadas en la comunicación, las construcciones narrativas que conjugan la ficción y el simulacro de la facticidad, etcétera.

La intriga o trama noticiosa resulta de la confluencia de los principales vectores narrativos. Las relaciones actantes —de adición, conmutación, oposición, retroalimentación...— entre las distintas funciones son desplegadas en el espacio —mediante una determinada puesta en escena, diversas técnicas de distanciamiento y focalización— y en el tiempo —a una cierta velocidad, con una cierta frecuencia y regularidad, con un ritmo. Tales relaciones configuran estructuras poliédricas y polimórficas que pueden ser exploradas por muy diversos recorridos de lectura, pero que en todo caso imponen una serie de pautas y un orden: he ahí la trama narrativa.

En las noticias analizadas, la trama suele anunciarse en el arranque —por lo general muy cuidado, como hemos visto—, pero no llega a fraguar en un desarrollo igualmente esmerado. Esta disonancia suele justificarse apelando a las reglas del género, que es informativo, no narrativo, aunque incluya recursos y estructuras propios de la narración. Así pues, no se percibe ningún *crescendo* en la tensión del relato que exaspere los conflictos hasta alcanzar un clímax. Tales conflictos aparecen de modo disperso, desorganizado, a lo largo de todo el texto. Generalmente son fruto de la confrontación de puntos de vista manifiestos en declaraciones verbales. Casi todas las noticias en torno a la problemática del Polígono Sur son

ilustrativas al respecto<sup>24</sup>. Esto afecta gravemente a la coherencia, destruida con frecuencia en el plano profundo y sólo mantenida como cohesión sintáctica y morfológica en el plano superficial. Las isotopías —imprescindibles para conformar el texto como un todo orgánico— son por lo general meras redundancias que disminuyen la densidad informativa de la noticia. Así, por ejemplo, en la noticia sobre «las Tres Mil» publicada por *El Correo* el 22-IX-2004 (pág. 4), se alude repetidamente a la seguridad pública en el barrio como un problema, pero en ningún momento se explica en qué consiste. Consiguientemente, tampoco queda claro por qué y en qué medida la Junta Local de Seguridad solucionará tal problema; el texto se limita a apuntar que será un instrumento más ágil que la Junta de Seguridad y que la Comisión de Seguimiento del Plan Integral.

El punto de vista desde el cual se focalizan los acontecimientos y —en definitiva— se construye el discurso suele corresponder a un observador supuestamente omnisciente, que hace gala de imparcialidad y equidad al dar voz a los distintos protagonistas sociales. Sin embargo, un detenido examen de las técnicas de perspectiva y aproximación-distanciamiento revelan una mayor complejidad: la posición enunciativa varía constantemente y se solapa con la de los personajes, como si empleara una cámara subjetiva para ver los hechos con sus ojos. Un titular muy expresivo al respecto aparece en el *Diario de Sevilla* el 26-IX-2004 (pág. 18): «Este año me llevo el móvil a Benidorm». Las ya mencionadas estrategias de personalización y dramatización también van en esta línea: «“Cuando peor se pasa es en la primera fase de la enfermedad”, recuerda María» (*Diario de Sevilla*, 21-IX-2004, pág. 39).

El resultado final de este multiperspectivismo —que afecta tanto al espacio como al tiempo— es en algunos casos la incoherencia y siempre el postulado de una subjetividad *rizomática*, que no puede ser reducida a la unidad. Este emplazamiento hace que pasen casi inadvertidos los mecanismos de *embrague* y *desembrague* que permiten cambiar del plano de la enunciación al plano del enunciado: unas veces habla el periodista; otras, sus fuentes; en ocasiones, los personajes de la narración. El discurso dice lo que otros han dicho que otros han dicho... en una enunciación de capas superpuestas difícilmente discernibles, que diluyen la responsabilidad del enunciatador y subrayan la de quienes aparecen citados por sus nombres propios y con palabras textuales —aunque normalmente se altere su sentido, al menos de modo parcial, al ubicarlo en otro contexto.

---

<sup>24</sup> Véase, por ejemplo, las publicadas en la sección dedicada a Sevilla de *El Diario de Sevilla*, 14-X-2004, pág. 8 y 16-X-2004, pág. 8.

Las tensiones acumuladas, las expectativas, las dudas... que han estimulado y orientado la lectura, se resuelven finalmente en una relativa estabilidad, que clausura —aun de modo artificial— el discurso. Ése es el desenlace. También sobre él inciden las deficiencias que afectan a la construcción de la trama y a la coherencia narrativa. Los textos examinados suelen acabar de modo abrupto, repentino: da la impresión de que ello se debe a la falta de nuevos datos o de espacio en la página, más que a las exigencias del relato. En algunas ocasiones este fallo procura evitarse incorporando un núcleo de información relevante, que despeja los principales interrogantes planteados durante el desarrollo de la trama:

El juez (...) le concede una pensión de viudedad que deberá establecerse de forma proporcional y compartida con la anterior esposa del fallecido (*Diario de Sevilla*, 15-X-2004, «Sevilla», pág. 14).

Ciertos protagonistas de la información pueden ofrecer un resumen o una conclusión de todo lo dicho hasta el momento:

«En los últimos años no se han construido apenas centros y se están potenciando los concertados y no los públicos, lo que supone que varias familias se vean desfavorecidas», concluyó Mercedes González (*El País*, 18-IX-2004, «Andalucía», pág. 9).

Otras veces se adopta un final cuasi literario, lleno de fuerza dramática, o se anuncian nuevos episodios a través de una suspensión de tipo retórico:

Sara se trasladará a Madrid, donde reside su madre tras dejar el Polígono Sur de Sevilla, dentro de 15 días (...). A nivel económico, la vida será más difícil, debido a la escasa renta de Carmen, quien ayer no respondió a las llamadas de teléfono, al igual que la abogada de la familia de acogida, María del Mar Arredondo (*El Correo*, 18-IX-2004, «Provincia», pág. 14).

## 10.7. LECTOR-MODELO

Dado que la determinación de un ítem informativo como *tema* o *rema* es relativa al conocimiento y las expectativas del destinatario, la premisa inicial de toda argumentación consiste en su elección —o mejor, su diseño, su construcción (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1988, § 4).

Surge así un modelo de lector o lector-modelo (Eco, 1993) que orienta el *discurrir* textual, abriendo sus posibilidades de interpretación.

En la mayoría de los casos —exceptuando aquellos donde la dimensión perlocutiva es claramente promocional, como sucede con las noticias sobre los servicios del IMSERSO— el lector-modelo no es el grupo-meta al que se dirigen las políticas. Tampoco son los actores, protagonistas y —en muchos casos— fuentes de la información. Nunca desempeñan ese papel los expertos, conocedores en profundidad de aquello sobre lo que se informa. El destinatario-tipo de las noticias analizadas es en gran medida una ficción inexistente, de valor sólo orientativo, que guía al periodista en la selección de los datos y en la elaboración del discurso. Se trata de un ciudadano medio, sin especial conocimiento de los *temas* abordados, necesitado por lo tanto de información y dispuesto a considerar como *rema* muchas cosas que un especialista —o incluso un protagonista de los hechos— desecharía como banales. El discurso que se le dirige relega el *lógos* tras el *páthos* y el *éthos*, como explicaron los retóricos clásicos<sup>25</sup>. Esto da lugar a un sensacionalismo que por una parte resulta trivial, pero por otra posibilita la celebración ritual de valores sociales, como corresponde al género epidíctico que explicaremos a continuación y que concierne a las dimensiones apelativa y lúdica del discurso.

Sabemos que además de informar y formar, los medios desean entretener. Deben apelar al público para que se interese por sus mensajes, se enganche a ellos y mantenga su atención durante un intervalo más o menos prolongado de tiempo, en un ciclo que volverá a repetirse con frecuencia —supuestamente, cada día. De ahí la necesidad de proponer «juegos del lenguaje» suficientemente atractivos, que impliquen al receptor y le proporcionen satisfacciones. Todos los recursos literarios y dramáticos ya mencionados producen efectos en esta línea; pueden emplearse muchos otros. Frecuentemente se manejan cifras rotundas, con el fin de provocar sorpresa en el lector: «El 90 por 100 de los 60.000 andaluces con alzheimer vive en familia» (*Diario de Sevilla*, 21-IX-2004).

Ahora bien, sabemos que las cifras pueden presentarse de diversas maneras, marcando radicales giros de perspectiva: «Uno de cada cuatro mayores vive solo» (*Diario de Sevilla*, 2-X-2004).

---

<sup>25</sup> Los argumentos vinculados al *páthos* son de orden sensitivo y afectivo; mueven las emociones, los deseos y las pasiones del público. Los argumentos vinculados al *éthos* apelan a la sensibilidad moral y ofrecen del emisor una imagen comprometida con valores. Los argumentos vinculados al *lógos* son de orden racional.

El titular puede señalar explícitamente un viraje de este u otro tipo, para acentuar la trepidación: «Vuelco en el caso de Iván y Sara al pedir la niña la vuelta con su madre» (*El Correo*, 18-IX-2004).

En este caso no se ahorran recursos efectistas: «*Fueron arrancados de los brazos* de Carmen Fernández por un problema de alcoholismo que logró superar»; «...el largo *culebrón* judicial sobre la custodia (...) disputada entre esta familia *nazarena* y su progenitora» (*El Correo*, 18-IX-2004).

Muchas veces se instrumentaliza el dolor de las personas para crear un discurso impactante y mover a la acción. Como dijimos al inicio de este análisis, las noticias examinadas respetan la imagen física de los menores, pero no su imagen pública ni su identidad, pues describen sus problemas psicológicos, aluden a sus discusiones con la familia de acogida y manipulan sus declaraciones verbales aun sabiendo que los menores no tienen madurez suficiente para medir el alcance de lo que cuentan a los medios y les falta sentido crítico para defenderse de su acoso. Los diarios parecen justificar este tipo de actuaciones por su interés *humano*, porque —supuestamente— sirven para promover valores sociales.

El primer objetivo para con el destinatario-tipo es —como ya hemos indicado— asegurar su adhesión, o mejor dicho: celebrarla. Es aquí donde intervienen las funciones de la comunicación como ritual que reafirma nuestras pertenencias comunitarias (Carey, 1992). Algunos artículos construyen un «nosotros» que invita al lector a sentirse integrado y por tanto interesado en la cuestión de que se trate: «...el coordinador ejecutivo de Toyota afirmó en un español casi impecable... El presidente de Toyota España, también en un fluido castellano...» (*ABC*, 2-X-2004, pág. 38).

Hay adjetivos que funcionan automáticamente en un sentido integrador: «Universidad *Solidaria*» (*Diario de Sevilla*, 5-X-2004, pág. 21); «Multiexposición *social y solidaria*» (*Diario de Sevilla*, 10-X-2004); «Intermón reclama al Gobierno que sea *coherente* y eleve la ayuda al desarrollo» (*El Mundo*, 18-IX-2004).

Pero también es habitual la presentación de conflictos y tensiones que instan al lector a tomar partido: «Igualdad insiste en que se retire el niño ahorcado mientras Cultura y Educación echan balones fuera» (*ABC*, 5-X-2004, pág. 54).

Perelman ha encuadrado las funciones rituales de la comunicación dentro del género epidíctico, característico de la retórica clásica (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1988, § 11). Aunque busque el espectáculo, el aplauso o la diversión del público, este género procura también la educa-

ción en los valores admitidos e indiscutidos que sustentan el orden social. Entre tales valores se halla el propio periodismo: garante de la democracia, adalid de las libertades —sobre todo, la de expresión—, vigilante de los poderes públicos —o contrapoder—, etc. Además, están otros valores comúnmente admitidos: la solidaridad, la justicia, la igualdad... Ahora bien, el acuerdo que los sustenta deriva, en gran medida, de su carácter abstracto. En cuanto se concretan, se convierten en objeto de controversia (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1988, §18 y 19, especialmente pág. 102). Las noticias analizadas juegan simultáneamente con la abstracción y la concreción:

«Los vecinos aportan sus ideas al Comisionado, pero piden *realidades*» (*ABC*, 7-X-2004); «Los vecinos del Polígono Sur reaccionaron ayer con cierto escepticismo respecto al proyecto municipal para trasladar a zonas acotadas, atendidas por profesionales sociales y educativos, a las familias chabolistas que se han instalado ilegalmente en el barrio. Y no porque no crean en este tipo de medidas (...), sino por la cantidad de requisitos (financiación, buenos profesionales y mucha constancia y paciencia) que deben darse para que funcione» (*Diario de Sevilla*, 7-X-2004, pág. 9).

#### 10.8. LUGARES COMUNES

La doctrina de los *lugares* o *tópoi*, desarrollada por Aristóteles precisamente en los *Tópicos*, trata de las canteras de la *inventio*, de lo que puede servir como materia del contenido (Hjelmslev, 1971 y 1976). El maestro griego distingue entre los *lugares comunes* y los *lugares específicos* de un dominio científico o de un género oratorio.

Los *lugares comunes* se caracterizan por una gran generalidad, son las premisas habitualmente sobreentendidas que justifican en gran medida la argumentación; los discursos analizados se sirven de ellas continuamente. En cambio, los *lugares específicos* resultan muy escasos, pues las noticias no sólo evitan los tecnicismos, sino los datos y las explicaciones que pudieran resultar menos accesibles a la divulgación y al ritual epidíctico característico de la comunicación masiva. Los medios suelen atribuir estas omisiones a las fuentes, más que a sus propias rutinas productivas: «El Comisionado (...) no precisó en qué términos colaborarán las dos entidades bancarias» (*Diario de Sevilla*, 2-X-2004, pág. 10).

El periodismo actual relativiza mucho las fronteras entre los géneros, aunque siga manteniéndolas en el nivel estilístico (Nuñez Ladeveze,

1991). Es habitual que las funciones discursivas se solapen y que —por ejemplo— la información esté impregnada de opinión, lo cual se refleja en la estructura argumentativa de los textos<sup>26</sup>. Éste es el caso de la mayoría de las noticias que nos ocupan. Su dimensión perlocutiva —ya comentada en el apartado dedicado a la pragmática— incluye la adhesión de los destinatarios y la influencia sobre su conocimiento y comportamiento, lo cual conlleva —entre muchas otras cosas— la promoción de valores sociales, la crítica, la actividad política. El arte de persuadir y convencer<sup>27</sup> ocupa un lugar privilegiado en los discursos destinados a la deliberación y a la discusión públicas, que constituyen la esencia de nuestra democracia; no es una modalidad reservada a la publicidad. Como ya hemos indicado, el periódico es un actor político eminente (Borrat, 1989).

El punto de partida para la persuasión radica siempre en lo indiscutible (Schütz & Luckmann, 1973): aquello que se admite sin necesidad de ninguna prueba; es más, que ni siquiera queda explicitado (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1988, 10), que pasa desapercibido, dada su evidencia. Siguiendo la teoría de la información éste es el *tema*, respecto del cual se propone un *rema* o aportación netamente informativa. Si a esto se añade el hecho de que los argumentos nunca funcionan aisladamente, fuera del contexto y la situación en que se utilizan —como hemos visto al tratar de la dimensión pragmática—, se comprende que los resortes de una argumentación casi nunca son aparentes (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1988, 251). Para determinarlos es necesaria una mediación interpretativa que pone en juego —de modo eminente— al sujeto receptor.

En la muestra estudiada, la *inventio* o *heurésis*, descubrimiento de argumentos válidos o plausibles acerca del tema en cuestión, recurre a *lugares comunes* —*tópoi*— y prescinde casi completamente de *lugares específicos*, apela a presupuestos y valores sociales no cuestionados, y presenta muchos datos como verdades de hecho aunque sean sólo fragmentos descontextualizados, arbitrariamente seleccionados del *continuum* de la realidad social.

---

<sup>26</sup> Que Perelman define por oposición a la demostración, ligada a la racionalidad de la ciencia necesaria, especialmente la lógica formal (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1988, § 1).

<sup>27</sup> Perelman y Olbrechts-Tyteca distinguen entre persuasión y convicción, considerando que la primera es una argumentación que sólo aspira a mover a un tipo particular de público, mientras la segunda aspira a un destinatario universal o universalizable, pues se viste de racionalidad (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1988, 36).

Muchos *lugares* están vinculados con la cantidad o con la calidad: lo más se valora por encima de lo menos, lo mejor por encima de lo peor. Sin embargo, es problemático determinar cuándo una diferencia cuantitativa —o de grado— se convierte en cualitativa —o de naturaleza: «...los máximos responsables (...) destacaban el interés del programa, del que en este curso se beneficiarán 29 alumnos del centro y otros 12 provenientes de Garantía Social» (*ABC*, 2-X-2004, pág. 38).

En el mundo clásico, el predominio de los *lugares comunes* degeneró en la repetición abusiva y el mimetismo, en la banalización del discurso. Hoy en día hallamos además *codificaciones aberrantes* en el sentido que Umberto Eco (1991) otorga al término. Los medios las utilizan frecuentemente, pero a veces hacen gala de combatir las: «...aunque entre los tópicos que circulan sobre los autistas está el de que no tienen sentimientos, está claro que sí los tienen» (*Diario de Sevilla*, 19-IX-2004, pág. 20).

En otras ocasiones, este tipo de codificaciones se legitiman con el pretexto de la divulgación o del registro coloquial: «Solidaridad desde la Obra Social Directa de El Monte. A María Gómez Galván la conocen como María (de El Monte)» (*Diario de Sevilla*, 14-X-2004, pág. 18).

Mediante recursos de este tipo, se soslayan las exigencias de precisión y rigor informativos. Así, por ejemplo, en la noticia sobre María (de El Monte) (*Diario de Sevilla*, 14-X-2004, pág. 18), sólo se alude a un «cambio de rumbo en la obra social» y a un «nuevo mapa de necesidades a las que no siempre llega el Estado», sin concretar de qué se trata. Debido a ello, suele dar la impresión de que el reportero es un ciudadano más, carente de conocimientos técnicos sobre los temas que cubre e incapaz para «traducir» al gran público informaciones específicas.

Por otra parte, el periodismo juega mucho con los acuerdos y los desacuerdos, de gran importancia retórica. Pues no sólo sobreentiende una gran cantidad de presupuestos en sus discursos, sino que interpreta la vida social de un modo bastante dicotómico, al enfatizar sus aspectos cooperativos y conflictivos, simplificando la realidad, olvidando las consecuencias no deseadas o imprevistas de cada actuación, las causas desconocidas, los efectos a largo plazo... Ello lleva a poner el acento en los argumentos cuasi lógicos sobre los que se basan en la estructura de lo real (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1988, III parte, cap. I).

Los argumentos cuasi lógicos se presentan de modo similar a los razonamientos formales o lógicos, pero no resisten un análisis riguroso. Apelan a estructuras de contradicción, incompatibilidad, identidad, transitividad... o a relaciones de analogía, reciprocidad, metonimia, frecuen-

cia y distribución, etc. Por ejemplo: «Tensión en el Ortiz de Zúñiga, armonía en el folleto» (*ABC*, 14-X-2004, pág. 26). «Decepción de los vecinos del Polígono, conformismo de IU» (*ABC*, 14-X-2004, pág. 27).

Como explicamos al tratar la narrativa, la trama suele reflejar la confluencia de intereses encontrados: «El Estado salva el escollo de la seguridad y firma el Protocolo de Maeztu. El alcalde ve en el conflicto de Los Bermejales un *test* que hay que resolver para dar credibilidad al plan de acción del Polígono Sur» (*Diario de Sevilla*, 28-IX-2004, pág. 9).

Pero a veces se contraponen hechos que de suyo no tienen por qué ser opuestos y que podrían interpretarse como complementarios o destinados a un mismo fin: «Mientras los problemas de los colegios siguen sin resolverse... la Delegación Municipal de Educación ha editado un magnífico libro, con CD incluido, sobre los programas educativos y la promoción y dinamización educativa» (*ABC*, 14-X-2004, pág. 26).

La asociación y la disociación entre diversos elementos de la realidad son otro fundamento de la argumentación (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1988, III parte, cap. II), que puede establecer —por ejemplo— la sucesión o la coexistencia entre fenómenos, la evidencia de vínculos causales o la valoración de un hecho por sus consecuencias. También cabe la ruptura o la restricción de esos vínculos. Estos recursos son propios no sólo del periodismo, sino de cualquier otro género deliberativo que maneje argumentos morales o simplemente pragmáticos. Los primeros se basan en el deber, en principios o ideales, en derechos inalienables: «Intermón Oxfam ha lanzado la campaña *No les falles, Zapatero*, con tres propuestas (...): incrementar la ayuda al desarrollo, aumentar los programas de condonación de deuda y liderar la defensa de una agricultura social y sostenible» (*El Mundo*, 18-IX-2004, pág. 17).

Los argumentos pragmáticos, habitualmente de corte utilitarista, consisten en la ponderación de un hecho por sus consecuencias previsibles: «El Comisionado rechazó que se informe a la opinión pública del lugar en el que serán reubicadas estas personas, lo que —según dijo— causa el rechazo de los residentes de la zona» (*ABC*, 16-X-2004).

Una fuerte objeción contra los argumentos pragmáticos es que no existe ningún criterio válido para detenerse en el cálculo de las consecuencias o retrotraerse a una determinada causa, ya que ambos polos forman parte de una misma cadena, indefinida en los dos extremos. Tal dilema suele resolverse mediante una referencia a la intencionalidad de los actores, lo cual supone relaciones de coexistencia entre diversas realidades: las personas y sus manifestaciones, por ejemplo. La construcción de la imagen de las personas —convertidas así en personajes del relato pe-

riodístico— deviene muy importante, pues garantiza la identidad, la coherencia y la continuidad de la acción, su plasmación diegética. Además, genera prejuicios, clichés y estereotipos que simplifican el acceso a la realidad y su representación narrativa, en unas ocasiones positivamente —como fuente de prestigio— y en otras de manera negativa. La entrevista a Maeztu, ya citada (*El Correo*, 10-X-2004, págs. 2-3), ilustra el empeño del enunciador por construir una buena imagen del Comisionado. En cambio, los comentarios sobre la discusión entre el diputado del PP Rafael Salas y la consejera de Igualdad publicados por *ABC* (14-X-2004, pág. 26) y por el *Diario de Sevilla* (14-X-2004, pág. 8) pretenden deteriorar la imagen de Micaela Navarro.

Ahora bien, precisamente por ello, el juicio que versa sobre los demás versa también sobre quien lo realiza, revela su posicionamiento y sus límites, sus sesgos. En este sentido es muy importante determinar hasta qué punto ciertos actos son representativos de cierta personalidad, en qué medida ciertos sujetos encarnan una posición social, o por qué algunos miembros de un grupo —no todos— están legitimados para hablar en nombre del mismo. Advertimos que las noticias analizadas no cuestionan la representatividad de los portavoces oficiales, ni en instituciones públicas ni en organizaciones sociales de bajo rango como, por ejemplo, asociaciones de vecinos.

Para cerrar este epígrafe conviene señalar que más allá de un cierto límite, el empleo de cualquier técnica argumentativa puede provocar el desprecio o la risa, en lugar de la persuasión. La insistencia excesiva o la redundancia superflua son frecuentemente indicios de debilidad. Así, por ejemplo, el titular: «El Ayuntamiento edita dos libros con sus *logros* en el Distrito Sur y en los colegios» (*ABC*, 14-X-2004, pág. 26), sugiere una ironía. Tal actitud viene ratificada por la entradilla: «La ofensiva de imagen del Ayuntamiento en las dos principales polémicas de la ciudad incluye sendas publicaciones con papel de alta calidad y cdrom.»

## 10.9. FIGURAS: TROPOS Y ESQUEMAS RETÓRICOS

El término «figura» remite a los términos griegos *trópos* (giro, manera) y *schemata* (tipo<sup>28</sup>, estructura). Las figuras se reconocen allí donde las modalidades discursivas salen de lo ordinario, manifestando un giro

<sup>28</sup> «La figura es, ante todo, un movimiento tipo del atleta o del bailarín» (Reboul, 1998, 35).

o estructura particular (Perelman, 1997, 53). Así pues, generalmente se supone que las figuras implican distanciamiento respecto del lenguaje cotidiano o «grado cero». Ahora bien, tal grado cero es un mero referente teórico sin fundamento empírico: la praxis discursiva es siempre figurativa, está marcada retóricamente por la intencionalidad subjetiva, la funcionalidad estructural, los imperativos sistémicos, etc. Lo que sucede es que esos mecanismos suelen disimularse, ya que la figura más eficaz es aquella que permanece inadvertida, irreconocible (Perelman, 1997, 53). Por eso un estilo neutro —lejos de indicar ausencia de estrategia retórica— puede ser precisamente su mejor plasmación. Es lo que hemos visto al tratar sobre la facticidad, la veridicción y la objetividad informativas: estas modalidades enmascaran un acuerdo comunitario en parte libre y en parte impuesto por la dinámica social y profesional, hasta cierto punto deliberado y hasta cierto punto inconsciente.

Tomando estas precauciones, nada nos impide reconocer en cualquier discurso figuras de las palabras (que afectan a lexemas, morfemas y fonemas)— y figuras del pensamiento —o del sentido (fundamentalmente, tropos metafóricos y metonímicos), que incluyen también figuras del orden proposicional, del orden discursivo y de la enunciación<sup>29</sup>. Todas ellas implican operaciones de adjunción, supresión, sustitución o conmutación<sup>30</sup>.

El poder del lenguaje se manifiesta de modo particular en la designación y la descripción, la atribución de nombres, adjetivos<sup>31</sup> y adverbios, que en los discursos periodísticos suelen responder a criterios implícitos y, por tanto, no abiertos al cuestionamiento: «La Iglesia de los “sin papeles”» (*El Correo*, 3-X-2004, pág. 27).

A veces los informadores se escudan en las declaraciones de ciertos personajes para realizar este tipo de operaciones:

Esta respuesta de la Consejera (...) sólo llegó después de que el parlamentario popular calificase de «impresentable» y «tomadura de

---

<sup>29</sup> Estas últimas implican la relación entre el sujeto del acto de la enunciación y su enunciado, o entre el destinador y el destinatario, lo cual remite a las dimensiones pragmáticas ilocutivas y perlocutivas, ya explicadas en este análisis.

<sup>30</sup> Ninguno de estos criterios taxonómicos excluye los demás; al contrario: entre ellos se da todo tipo de solapamientos y combinaciones.

<sup>31</sup> No distinguimos entre adjetivación y sustantivación, ya que muchos adjetivos están sustantivados y muchos sustantivos ofrecen una importante carga calificativa —p. ej.: «follones» (*Diario de Sevilla*, 17-IX-2004, «Sociedad», pág. 44).

pelo» una primera explicación en la que Micaela Navarro hizo un exhaustivo recorrido por las políticas de la Administración en materia de chabolismo, pero sin mencionar en ningún momento su papel en el caso de Bermejales (*Diario de Sevilla*, 14-X-2004, «Sevilla», pág. 8).

Una excepción en la muestra observada es la que provocan los protagonistas de la información cuando discuten abiertamente sobre la oportunidad de denominar «ciudad de tránsito» al núcleo urbano que está proyectando el gobierno local para realojar a colectivos de riesgo como los chabolistas: «Rechazo hasta el nombre, porque “ciudad de tránsito” me recuerda a gueto en la periferia, aunque sea en el centro» (*Diario de Sevilla*, 16-X-2004, «Sevilla», pág. 8).

Algunas palabras se enfatizan mediante la repetición, las comillas, la hipérbole, la sinonimia o la antonimia: «Después de haber “jurado y perjurado”» (*Diario de Sevilla*, 16-X-2004, «Sevilla», pág. 8).

Contra lo que pudiera esperarse de un género como el informativo, que hace gala de rigor y precisión, las noticias analizadas incluyen con frecuencia términos abstractos, genéricos, ambiguos: «Califiqué de «complicada» la situación» (*Diario de Sevilla*, 22-IX-2004, «Sociedad», pág. 42).

A veces estos giros se manifiestan en un uso coloquial de la lengua: «...expresó la preocupación de los residentes por que “la cosa se estanque”» (*Diario de Sevilla*, 14-X-2004, «Sevilla», pág. 8).

De este modo, la prensa reproduce lo que ella misma critica, cuando ironiza acerca de la vaguedad ante ciertas cuestiones comprometidas: «...el Consistorio hispalense anunció que realizará “en su momento” un estudio...» (*Diario de Sevilla*, 14-X-2004, «Sevilla», pág. 8).

De hecho, son habituales los eufemismos y los circunloquios en las noticias analizadas sobre los tópicos de nuestro estudio: «Infraviviendas» (*El Correo*, 11-X-2004); «clima de tensión» (*El Correo*, 6-X-2004); «sistema de Control de Errantes» (*El Correo*, 17-IX-2004, «Andalucía», pág. 24).

Frecuentemente, el recurso que estamos comentando no afecta sólo a las palabras, sino también al pensamiento y al orden discursivo, pues cuando se desea paliar un escándalo, una deficiencia o un conflicto de intereses toda la información aparece concebida eufemísticamente. Así sucede con las declaraciones de Micaela Navarro ante el Parlamento Andaluz publicadas por el *Diario de Sevilla* el día 14-X-2004, en la sección «Sevilla», pág. 8: «La Consejera de Igualdad censura en el Parlamento Andaluz la actuación del Ayuntamiento de Sevilla e insiste en que no fue “conveniente”».

Las principales figuras del pensamiento son la metáfora y la metonimia. La metáfora suele concebirse como denominación desviante sugerida por la semejanza, según explica la teoría de la sustitución. Sin embargo, destacados estudios contemporáneos incluyen la teoría de la tensión, trascendiendo los límites de la metáfora-palabra para abarcar también la metáfora-enunciado y la metáfora-discurso. Esta ampliación de la perspectiva permite superar en el nivel dinámico de la creación de sentido el estatismo propio de las metodologías taxonómicas habituales. Así, abre una hermenéutica que reconoce y desarrolla el poder innovador del lenguaje y el poder heurístico de la ficción respecto a la realidad (Ricoeur, 1980, 11-16). Por ejemplo: «...el olivar “es el *motor* de más de trescientos municipios”» (*El Correo*, 22-IX-2004, «Andalucía», pág. 24). «Lamentó la situación de Maeztu, de quien dijo que “le siguen dando bofetadas sin mano hasta que le agoten su paciencia”» (*Diario de Sevilla*, 16-X-2004, «Sevilla», pág. 8).

La metonimia, a diferencia de la metáfora, se apoya sobre un vínculo habitual entre dos cosas, vínculo como la causalidad o la contigüidad. Gran número de símbolos proceden de asociaciones metonímicas, lo cual refuerza su relevancia cultural y su potencial reproductor. Ciertos autores han llegado al punto de exaltar la metonimia como arquetipo de todas las figuras, que en último término pueden considerarse variaciones metonímicas. Un ejemplo de titular con esta figura es el siguiente: «*Todos en Internet* llegará a más de 280.000 personas» (*El Correo*, 22-IX-2004, «Andalucía», pág. 24).

Las figuras que conciernen a la construcción del orden proposicional y discursivo entran en la categoría genérica del hipérbaton. El anacoluto es una de sus variantes, que consiste en una ruptura de la construcción sintáctica: «La opinión que tenía Sara de su progenitora ha dado un vuelco por sorpresa, ya que los niños hasta ahora habían manifestado aborrecimiento hacia ella, por lo que fue imposible cumplir las sentencias que ordenaban el retorno» (*El Correo*, 18-IX-2004, pág. 14).

La gradación es una ordenación progresiva de términos según su importancia; las noticias la utilizan habitualmente en el esquema clásico de la pirámide invertida. El quiasmo combina la antítesis y la inversión, distribuyendo de forma simétrica los elementos de unidades gramaticales equivalentes, que intercambian también sus funciones en la figura del retruécano: «La Tercera Edad pierde en libertad pero gana en seguridad» (*Diario de Sevilla*, 17-IX-2004, «Sociedad», pág. 44).

El zeugma supone una vinculación insólita entre términos que provoca cierta ambigüedad o remite a otro contexto: «En El Vacie las fami-

lias ya están esperando que llegue el furgón con las bolsas llenas de billetes de 500 euros para irse de allí» (*Diario de Sevilla*, 14-X-2004, «Sevilla», pág. 8).

Las figuras más expresivas conciernen al ritmo de la frase, pues éste facilita la memoria, provoca la emoción, sugiere la evidencia, embriaga el pensamiento. Las fórmulas y las cláusulas son estructuras proposicionales creadas por un determinado ritmo. Éste supone siempre una cierta repetición: «Falla la norma, fallan los profesionales» (*ABC*, 18-IX-2004, pág. 31).

Este recurso parece contrario a la economía lingüística. No obstante, se verifica habitualmente debido a la necesidad de favorecer la retención del mensaje y contrarrestar posibles ruidos. A veces va ligado a la exteriorización de emociones, a su intensidad, que reclama insistencia. Además, da ocasión a que se aprecien las diferencias en un contexto marcado aparentemente por la identidad, como sucede con la antítesis retórica, una oposición que se apoya sobre la repetición de algún elemento: «El mayor temor de los ancianos es perder a sus seres queridos, aunque la dependencia también aparece como una de sus principales preocupaciones» (*Diario de Sevilla*, 2-X-2004, «Sociedad», pág. 40).

Las figuras del pensamiento llevan la retórica más allá de toda taxonomía, poniendo de relieve su dimensión pragmática, comunicativa. De este modo, trabajan sobre la relación entre el sujeto enunciador y su enunciado, entre el destinador y el destinatario, o entre diferentes posibilidades de lectura. Este nivel nos remite al contexto más amplio de la semiosis social.

#### 10.10. ESTRUCTURA INFORMATIVA: TEMA Y REMA

En prensa, las perspectivas narratológica y retórica han generado interesantes estudios que conciben los textos en su globalidad, como unidades superiores a la mera concatenación de proposiciones, a fin de dilucidar sus reglas de coherencia, articulación y estructura —sobre todo en el nivel *macro*. Este nivel coincide en último término con la realidad en su más vasto sentido, aquél donde se desarrolla la *semiosis ilimitada* de que habla Ch. S. Peirce (1987). En un sentido más restringido, se trata de la praxis sociocomunicativa que contextualiza todas las referencias del discurso. Respecto de tal praxis, cada noticia constituye un fragmento, seleccionado y configurado según pautas parcialmente convencionales. El informador busca en el contexto de la realidad social datos sus-

ceptibles de procesamiento informativo, los identifica, designa, cualifica y delimita dentro del *continuum* de la realidad. También los distingue, compara y relaciona, articulándolos discursivamente y otorgándoles un sentido, como hemos visto en los apartados anteriores. Por ello, el informador es un intérprete del acontecer y no un simple constructor de relatos o confeccionador de argumentos para el debate público (Nuñez La-deveze, 1991, 48). Tal operación exige una aportación novedosa —o *rema*— acerca de un tema que constituye para el público la base de sus certezas y, en definitiva, de su realidad social.

El esquema gráfico habitual en prensa exige titulares que funcionan como macroproposiciones, pues condensan la referencialidad de la noticia, aunque hemos de reconocer que algunos titulares de la muestra no tienen contenido remático: «Hacia la superación personal» (*El Correo*, 9-X-2004); «La ilusión por competir» (*El Correo*, 10-X-2004, pág. 12).

La estructura interna de cada noticia refleja la referencialidad mediante deícticos y otras expresiones indexicales que emplazan cada enunciado dentro de los sucesivos actos de enunciación que lo han hecho posible. Como hemos visto, en el *corpus* examinado se emplea parcial y deficientemente esta estructura, debido a un constante cambio de perspectiva y a una deficiente concepción narrativa del conjunto. Por otra parte, la referencia a los hechos acontecidos siempre ofrece un aspecto valorativo, que conjuga información con opinión y argumentación —según explicamos en el apartado sobre Retórica.

Los medios se apoyan en una pervisión del concepto «acontecimiento noticioso». Consideran como tal aquello que sucede hoy y ahora, aislándolo y destacándolo artificialmente del contexto que le da contenido y sentido, presentándolo muchas veces al margen de su finalidad y funcionalidad. Por eso dan tanta cobertura a los *media events* o seudo acontecimientos: ruedas de prensa, publicación de informes, firma de convenios... Habitualmente, las noticias versan sobre declaraciones, más que sobre *hechos* en un sentido estricto. El acontecimiento es así simultáneamente lo que sucedió, lo que dijeron que había sucedido y lo que los medios nos cuentan; o mejor dicho, el suceso mediado. Se trata, pues, de una visión construida, fabricada —parcialmente ficticia, en un sentido cuasi etimológico—, donde se destaca lo anormal sobre lo cotidiano aunque lo cotidiano sea la causa de esa aparente anormalidad. A veces el acontecimiento es —precisamente— que no se haya producido un acontecimiento esperado. Es lo que sucede, por ejemplo, cuando se denuncian omisiones en los discursos públicos: «Micaela Navarro obvió en su comparecencia cualquier explicación sobre la actuación de la Junta de

Andalucía en todo el proceso y tampoco aclaró si su departamento había puesto en marcha algún mecanismo para evitar precisamente que se repitan situaciones como la de Los Bermejales» (*Diario de Sevilla*, 14-X-2004, «Sevilla», pág. 8).

Este fenómeno puede realizarse, paradójicamente, mediante una sobresaturación informativa: «Simplemente se limitó a recordar, casi uno por uno, todos los convenios y ayudas que Igualdad y Bienestar Social ha destinado a los diferentes programas» (*Diario de Sevilla*, 14-X-2004, «Sevilla», pág. 8).

Un examen atento de las noticias seleccionadas revela serias deficiencias en lo que concierne a la previsión, preparación, verificación, clarificación, explicación y crítica de la información. Ya hemos dicho que los textos noticiosos son síntoma de una preocupante falta de formación en los periodistas: no muestran conocer en profundidad las problemáticas que tratan, no sustentan sus críticas en ningún modelo alternativo y coherente, realizan análisis superficiales, tópicos, beben excesivamente del imaginario colectivo y de las expectativas más comunes en la opinión pública. Construyen sus textos a modo de *collage* de declaraciones contrapuestas, a veces artificialmente. La verificación de los hechos es sencilla: nombres, direcciones, fechas y citas elementales, habitualmente descontextualizadas. Faltan también referencias intertextuales. La idolatría del presente, lo actual y concreto, se impone sobre el esfuerzo en la documentación, la capacidad de reflexión y la perspectiva contextual —en el espacio y en el tiempo: es decir, geográfica e históricamente—, atenta a la evolución y a la relación entre acontecimientos, intereses, actores sociales, ideologías, etc. Así pues, las noticias están incompletas y lo que no aparece en ellas es más relevante que lo que muestran, aunque empleen cifras llamativas, exabruptos escandalosos, anécdotas... Así, por ejemplo, nuestro análisis descubre que en realidad ningún texto analiza el problema de la marginalidad en el Polígono: todos hablan de él —algunos lo describen incluso como «uno de los barrios más degradados del país» (*El Correo*, 22-IX-2004, pág. 4)— pero nadie precisa en qué consiste esa degradación. Tampoco se dice por qué los vecinos de Los Bermejales molestan en el Polígono, sólo se alude genéricamente a su inhabilidad social.

No cabe, pues, hablar propiamente de periodismo de investigación. Además, no hay un seguimiento adecuado y responsable de los temas: parece que se tratan por moda o al hilo de los seudo acontecimientos mediáticos. En los temas humanos donde queda implicada la intimidad prima el sensacionalismo sobre el respeto: no se utilizan procedimientos re-

tóricos o literarios adecuados. Respecto a la construcción social, predominan las voces oficiales, con miras a la propaganda política, aunque sea desde ópticas aparentemente contrapuestas, pues en el fondo todos los lenguajes se homogeneizan y simplifican. Se afirma el *statu quo*, nunca se cuestiona su paradigma. No se indagan en profundidad los errores que se critican. Ni siquiera se vislumbra «lo que nadie dijo»; no se indican los límites del trabajo periodístico; nadie cuestiona sus presupuestos... Tampoco se percibe la lógica de la alteridad: faltan «otros» puntos de vista, porque no se practica la etnometodología ni la observación participante. No existe una verdadera interacción simbólica: muchas veces los diálogos parecen una yuxtaposición de monólogos.

#### 10.11. IMÁGENES INFORMATIVAS

Por lo que se refiere al tratamiento de la imagen por los diarios locales, encontramos también insuficiencias notorias. Aunque los aspectos visuales de los textos también pueden ser analizados de modo diferenciado en sus dimensiones pragmática, narrativa, retórica e informativa, hemos preferido abordarlos en conjunto, pues en la muestra seleccionada tienen muy poca importancia. Las fotografías son los únicos elementos gráficos que incorporan las noticias analizadas, además de los propios de la maquetación —filetes, espacios en blanco, etc.

En la mayoría de los casos se trata de imágenes icónicas, que se limitan a reproducir a algún personaje, sin incorporar ningún valor *remático* o propiamente informativo. En el caso de personajes mediáticos como Micaela Navarro y Jesús Maeztu la reiteración de este recurso llega a ser clamorosamente excesiva. Se desaprovechan completamente las posibilidades de la estética o las connotaciones que pueden sugerir ciertas técnicas. Casi nunca importa el momento o el lugar en que ha sido tomada la foto, más que en un sentido genérico: no cabe hablar del «instante mágico» que ha hecho célebres a tantos reporteros. En la muestra analizada apenas hay marcas de autoría: no se perciben grandes diferencias entre las fotografías de agencia y las que llevan firma. Algunas imágenes parecen de archivo; otras podrían serlo sin que ello afectara nada a su función. Se trata de una función fática, no indexical, como sería deseable. El medio se limita a dejar constancia de su presencia ante los protagonistas de la información, más que ante los hechos, pues éstos no se materializan en ninguna imagen elocuente. Esto afecta a muchas pseudo fotonoticias, que respetan el formato del género pero no satisfacen sus exigencias informativas.

## 10.12. CONCLUSIONES

Tras este análisis cualitativo del discurso informativo sobre la solidaridad y los temas sociales en la prensa sevillana, podemos concluir lo siguiente:

1. Ninguno de los medios examinados manifiesta una línea de actuación sociopolítica congruente y racionalmente sustentada; ni siquiera se percibe una estrategia comunicativa a medio plazo que otorgue sentido a las tácticas de comunicación más concretas. Además de responder a criterios de familiaridad, interés público o *del* público (Nuñez Ladeveze, 1991), la selección y redacción de las noticias parece responder a la proximidad y la actualidad, sin apenas visión retrospectiva ni prospectiva; el seguimiento de las problemáticas planteadas resulta insuficiente. En este sentido, consideramos que los medios analizados no ejercen de modo adecuado su responsabilidad social.

2. Las noticias que hemos examinado están llenas de críticas a las autoridades públicas o a cualquier otro supuesto responsable de las situaciones que tratan. Muchas de esas impugnaciones son explícitas: aparecen en las declaraciones de los protagonistas de la información, que se atacan recíprocamente con todo tipo de argumentos. Otras veces son denuncias implícitas en la pragmática comunicativa, ligadas a la fuerza ilocutiva y perlocutiva de los discursos. Por ejemplo:

El subdelegado del Gobierno, Faustino Valdés, será quien tome las riendas de esta iniciativa, lo que aumentará la relevancia de un cargo político que en anteriores mandatos estuvo más bien en la sombra (*El Correo*, 22-IX-2004, pág. 4).

Ninguno de los representantes de dichas administraciones presentes en la firma del documento concretaron cuáles iban a ser sus intervenciones ni sus campos de actuación (*ABC*, 28-IX-2004, pág. 30).

Frecuentemente se indica la falta de coherencia en las actuaciones de la Administración, la ausencia de modelos realistas, integrales y participativos, que den respuesta a la problemática social: «Chamizo alerta de la falta de modelo de acogida para los menores inmigrantes» (*ABC*, 16-IX-2004, pág. 44).

Muchas actuaciones poseen un alcance meramente puntual: falta previsión y anticipación a largo plazo. También se cuestiona la asigna-

ción de recursos, que se utilizan más para lavar la imagen pública que para afrontar adecuadamente los desafíos: «La grandeza del acuerdo no está en una mayor cantidad de dinero, sino en la gestión integrada de ese dinero» (*ABC*, 28-IX-2004, pág. 30).

En cualquier caso, el peso de la crítica es mucho mayor que el que se otorga a las alternativas constructivas. Así, los medios hacen gala de su papel de vigilantes de los poderes públicos y guardianes de la libertad — también de la justicia—, pero soslayan la reflexión sobre sus propias prácticas discursivas, pues muchas de las críticas que formulan a los poderes públicos se las deberían aplicar a ellos mismos.

3. Los textos analizados no responden a una macroestructura global coherente en ningún aspecto: ni narrativo, ni retórico-argumentativo, ni informativo. Se percibe la ausencia de una tipología definida de la información manejada en los medios de difusión en torno a los temas de solidaridad, exclusión, participación ciudadana y movimientos sociales. Los análisis efectuados revelan las incoherencias, presupuestos, implicaciones, desplazamientos, sesgos, condicionantes impensados, etc., de las noticias sociales en la prensa local. En cuanto a la pragmática, están fuertemente lastrados por sus intereses corporativos, que procuran satisfacer proyectando una imagen artificial del medio como responsable y socialmente comprometido.

A pesar de estar marcados por este lastre, los discursos lo ocultan: no se percibe ningún atisbo de autocrítica, ninguna indicación autocorrectiva, ninguna rectificación. Se disimulan las propias contradicciones; ni siquiera se les saca partido, en un sentido dialéctico. Los periodistas parecen convencidos —o quieren convencernos— de que han trabajado libre y «profesionalmente», pues han interiorizado las normas sociales respecto a lo políticamente correcto.

4. Tampoco hay referencias metadiscursivas ni autorreferencias que permitan reconocer el propio emplazamiento dentro de un marco discursivo más amplio, su ámbito de validez, sus límites constitutivos y a la vez reductivos. Como es habitual en el periodismo, no se dice nada sobre la metodología de trabajo utilizada. Faltan referencias intertextuales —a documentos oficiales, a otros discursos mediáticos, a fuentes alternativas...— que pudieran completar y matizar la información.

Desconocemos las políticas de contratación de los periodistas encargados de este tipo de noticias. En cualquier caso, no se percibe un grado suficiente de formación o conocimiento de los temas abordados: de ahí

su deficiente contextualización, la falta de un análisis completo de causas-consecuencias de las políticas sobre las cuales se informa, la reducción de los problemas a la confrontación de declaraciones opuestas... La aportación *remática* o propiamente informativa resulta bastante escasa, por lo cual tampoco cabe hablar de periodismo de investigación.

5. Las divergencias ideológicas entre los discursos examinados son menos perceptibles que su homogeneidad y mimetismo. Esto se manifiesta tanto en su agenda temática como en el filtro y la selección de sus datos.

La disidencia se margina de modo muy natural: la sobrerrepresentación de unos contrasta con la infrarrepresentación de otros. Los medios dan por supuestas las desigualdades, e incluso las acentúan, pues al caracterizar ciertos colectivos como desfavorecidos a veces contribuyen a agravar su situación, los estigmatizan.

Particularmente llamativa es la elección de citas de los protagonistas de la información, pues coinciden al subrayar las expresiones más apelativas y controvertidas, aunque no posean valor explicativo. Así, por ejemplo, las declaraciones de Moteseirín sobre el «test de credibilidad» del Comisionado se recogen el 28-IX-2004 tanto en *El Diario de Sevilla* como en *El Mundo* y *El País*. Los ladillos suelen destacar también las frases más llamativas: «...No sabíamos que esto era imposible.» «...Los ensayos, con gaseosa» (*El Correo*, 10-X-2004).

También se repiten datos ilustrativos y fáciles de recordar, que provocan escándalo o sorpresa y que llegan a convertirse en iconos simplificadores pero gráficos, para representar una realidad de suyo compleja. Es lo que sucede con las bolsas llenas de billetes de 500 euros que el Ayuntamiento repartió a los chabolistas de Los Bermejales. Aunque sea más importante la cantidad donada que el tipo de billetes en que se materializó, suele recordarse este detalle por su valor iconográfico y su efecto apelativo.

6. En lo que respecta a participación y desarrollo social, existen graves carencias, pues las noticias critican fallos que ellas mismas cometen. No se aprecia una participación suficiente de los distintos sectores de la ciudadanía en las prácticas discursivas periodísticas, predominan claramente las fuentes institucionales: la polifonía del discurso es sólo aparente. Por otra parte, faltan modelos de desarrollo que orienten la recogida de información y le otorguen sentido. Las deficiencias que lastran habitualmente los métodos de organización y producción periodística se aprecian aquí con particular relieve.

A veces se emplea la retórica del desarrollo, pero de modo impreciso y en definitiva vacío. Temas tan decisivos como la capacitación para el desarrollo —o *empowerment*— son despachados con meras frases alitsonantes: «Tampoco el Comisionado (...) escatimó elogios para la Junta ni para Toyota por haber creído en el potencial de trabajo y de superación de esos barrios y en la fuerza interior de sus habitantes. (...)»<sup>32</sup>. Les han ayudado “a pesar de las etiquetas y de los estereotipos” a seguir luchando “por su normalización”» (*ABC*, 2-X-2004, pág. 38).

El *corpus* estudiado no permite inducir ningún modelo congruente y completo de desarrollo que oriente el trabajo de los agentes sociales —protagonistas de las noticias—, por una parte, y de los profesionales de la información, por otra. De ahí que no se establezcan con claridad las orientaciones y principios generales de los programas/proyectos, los problemas, las necesidades e intereses a que responden, y sus objetivos tanto inmediatos como mediatos: a corto, medio y largo plazo. Tampoco se mide su alcance dentro de las áreas local, regional, nacional, internacional y global. No se plantea de qué modo cada iniciativa concreta contribuye a fines socioeconómicos, políticos o culturales más amplios, en el marco de la Junta de Andalucía o de nuestro Estado liberal, democrático y social de derecho, o en relación con instituciones multilaterales: la ONU, el Comité de Ayuda al Desarrollo de la OCDE, la Unión Europea, etc. Se aprecia, por el contrario, un importante grado de confusión.

Descendiendo a un nivel más concreto advertimos que no se distingue entre las diversas fases de los programas o proyectos, desde la elaboración de una estrategia-marco hasta la evaluación final, pasando por la identificación de problemas y sectores prioritarios, la instrucción, financiación y ejecución. No queda claro qué factores serían necesarios para garantizar la calidad: un marco racional de políticas, el empleo de tecnologías apropiadas, el respeto a los valores socioculturales de los grupos participantes, la capacidad de gestión de las instituciones implicadas, la sostenibilidad financiera o el fomento de la igualdad junto con el respeto a la diversidad. De ahí que no pueda hacerse ninguna evaluación o crítica con fundamento respecto al concepto del ciclo del proyecto, su planificación, su factibilidad, la relación costes-beneficios, la implicación de las partes interesadas y la política de toma de decisiones, el calendario y la sostenibilidad en el tiempo.

---

<sup>32</sup> En el original esta frase está mal construida, por lo cual me permito una ligera corrección imprescindible para comprender su sentido.

7. En la línea funcionalista más clásica, se reproduce el *statu quo* del poder discursivo. Aunque se trata de un poder descentralizado y multifactorial, disperso en el texto y en las huellas de su producción, existe una simbiosis entre quienes ostentan la hegemonía. Ésta se oculta hábilmente al articular intereses *aparentemente* divergentes, en una estrategia que en último término refuerza los mecanismos de reproducción y control social. La diversidad de medios se justifica por su supuesto pluralismo, pero —como decimos— existe entre ellos un consenso tácito y un denominador común que los convierte en reproductores y garantes del estado de cosas imperante, además de servidores de su propio interés corporativo. Es indudable que los medios contribuyen a la democracia, al menos en la forma limitada en que la practicamos, pero este análisis muestra que la responsabilidad social y la búsqueda del interés público son en ellos un efecto secundario, en ocasiones incluso una coartada para satisfacer los fines mencionados.

En resumen, el discurso sobre problemáticas sociales e iniciativas solidarias en la prensa de Sevilla es deficiente, contradictorio, confuso y reproductor de las desigualdades y asimetrías que dice combatir. Estas lacras se representan frecuentemente de un modo espectacular, en función de una lógica instrumental que responde a los requerimientos del mercado. Sin embargo, tales condicionantes no son abiertamente reconocidos por los responsables de la información local en sus autodiagnósticos e interpretaciones acerca de su propio trabajo, como veremos en capítulos sucesivos.



## Información *solidaria* en medios audiovisuales

Como en el caso de la prensa, nuestro propósito a la hora de estudiar los medios audiovisuales de la provincia —radio y televisión— ha sido reconocer las principales pautas de producción y realización de los informativos locales con vistas a la construcción de una *cultura solidaria*, es decir, implicada en la búsqueda de la justicia, la equidad, la integración, la participación y el bienestar de todos los miembros de la comunidad social.

No ha sido difícil seleccionar los medios objeto de análisis en función de su audiencia y representatividad ideológica: Radio 5 Todo Noticias (Radio Nacional de España), Cadena COPE, Radio Sevilla (Cadena SER), Canal Sur TV, Sevilla TV y Onda Giralda TV. Por motivos puramente aleatorios, las noticias examinadas corresponden a la semana del 4 al 10 de octubre de 2004. La clasificación de ciertas noticias como solidarias o socialmente comprometidas responde a criterios similares a los empleados en los análisis de prensa.

En este apartado no hemos aplicado una metodología de investigación tan completa como en los epígrafes anteriores porque la muestra que vamos a juzgar es exigua, lo cual parece indicar un preocupante desinterés de los medios audiovisuales por los valores sociales y la construcción de una comunidad más participativa. Anticipando las conclusiones de este capítulo cabe afirmar que —salvo contadas excepciones— la radio y la televisión sirven más a una cultura del espectáculo que a una *cultura solidaria*, dan mayor importancia al entretenimiento que a la educación o a la formación en valores, y apenas contribuyen a la consolidación de cauces sociales de participación democrática. Los condicionantes políticos y empresariales que pesan sobre las cadenas, así como los inherentes al formato de la programación y a las rutinas productivas, obstaculizan el responsable ejercicio de la función pública que corresponde a los medios de comunicación social.

## 11.1. RADIO 5 TODO NOTICIAS (RNE)

En 1994 comenzó su singladura esta primera emisora de cobertura nacional dedicada a ofrecer 24 horas de noticias sin interrupción. Su programación gira en torno a la información con carácter de servicio público, completo y global<sup>33</sup>. Para ello ha contado desde el principio con amplios recursos, tanto internacionales como nacionales, regionales y municipales: los 17 Centros Territoriales de RNE y sus 63 emisoras locales repartidas por todo el territorio español, así como los Servicios Informativos de Radio 1, sus 11 corresponsalías, y Radio Exterior de España.

El *target* de Radio 5 TN es un público masivo y plural, interesado por el seguimiento de la actualidad más inmediata en todos los ámbitos. El internacional y el nacional son cubiertos en boletines periódicos emitidos cada media hora, así como en sumarios de titulares cada 15 minutos; la información sobre la región y la provincia aparece en las desconexiones locales que tienen lugar cada hora sólo los días laborables; los fines de semana se omiten. Antes de cada desconexión se emiten espacios temáticos reducidos y diversos, que abarcan desde las últimas tendencias del mercado publicitario hasta el mundo de la canción.

A última hora del día —desde las 23 h hasta las 24,30 h— se emiten programas dirigidos a sectores sociales vulnerables e insuficientemente atendidos en la comunicación radiofónica: víctimas de la violencia doméstica («Tolerancia cero»), inmigrantes («La Tierra Prometida»), presos («Libertad bajo palabra»), etc. Este tipo de espacios constituye una notoria excepción innovadora y diferenciadora, representa una gran ventaja competitiva y carga de compromiso social la función mediadora de la cadena.

Por otra parte, a distintas horas del día se emiten espacios breves sobre cuestiones de interés social. A las 15,46 h, se dedican 3 minutos a informaciones sobre el mundo de los discapacitados. A las 17,22 h se hace lo mismo con temas relativos a la mujer. Desde las 17,38 h y durante 5 minutos se trata del «Mundo solidario». A las 18,38 h se ofrece un tiempo similar para abordar la esfera educativa y familiar, incluyendo cuestiones como la adopción. Entre las 18,50 h y las 18,55 h las cosas se ven «Con otra mirada» y se tratan conflictos olvidados.

Los fines de semana se diversifican los temas a tratar, entre los que se incluyen las ONGs, eje del programa «Solidaridad» que se emite los

<sup>33</sup> <http://www.rtve.es/rne/r5/> (consultado en julio de 2006).

sábados de 20,30 h a 21 h bajo la dirección de Eduardo Sanz Mulas. El espacio se autodefine comprometido con la tarea de dar a conocer y respaldar las iniciativas sociales del Tercer Sector, empresas privadas, instituciones públicas o cualquier otro actor social que contribuya a la construcción de una sociedad más justa e igualitaria<sup>34</sup>. «Solidaridad» ofrece dos secciones fijas: «Voces solidarias» y «Viajes desde el Sur». En ambas priman las perspectivas no oficiales de quienes colaboran con proyectos o campañas sociales, dentro y fuera de España.

Radio 5 TN emite cada trimestre un total 7.300 espacios que la propia cadena considera de «atención al ciudadano», entre los que incluye aquellos que ofrecen consejos de seguridad, información sobre becas, ofertas de empleo y diversos tipos de convocatorias.

Lamentablemente, sus apartados de información local no responden a las exigencias éticas y solidarias que caracterizan los programas que acabamos de presentar. Estos espacios presentan una duración muy limitada: 5 minutos aproximadamente, 10 como máximo; su contenido es sucinto, 5 ó 6 noticias redactadas a modo de titulares. Durante la semana objeto de estudio sólo se ha registrado una noticia de cierto alcance social, referida a la V Edición de los *Special Olympics*:

La antorcha de los V Juegos Nacionales *Special Olympics* recorrerá esta tarde las calles de Sevilla, sede de la competición, de la mano de los deportistas participantes y de otros tan conocidos como el futbolista Pablo Alfaro o el regatista Francisco Barea. Ésta es la primera de las tres que mañana viernes se unirán para inaugurar la V Edición de estos juegos. Los *Special Olympics* son una competición donde participan atletas con alguna discapacidad intelectual.

Además del carácter sumamente escueto de esta noticia, llama la atención su falta de profundidad: la información es transmitida como si se tratara de un espectáculo deportivo cualquiera, sin atender a la situación de los protagonistas de los juegos, a sus necesidades y reivindicaciones. La redacción responde a una mirada externa, ajena al acontecimiento, no a una observación participante. Ningún discapacitado toma la palabra para valorar la iniciativa o manifestar la interpretación del colectivo que representa. Tampoco se hace referencia al marco legislativo ni a

---

<sup>34</sup> <http://www.rtve.es/?go=111b735a516af85ccdc4135d9df82c2e123009d61eb00f778b60af793b191c313f5645abd416db23ca4a151509727136f01271e57a8d45110f506eb080eb9503bcf9af4c558181a5> (consultado en julio de 2006).

las medidas políticas de integración que han posibilitado la celebración del evento, dotándolo de sentido y permitiendo su continuidad en ediciones sucesivas. Ni siquiera desempeña papel alguno el conjunto de la comunidad social o al menos el público asistente a los juegos. Sólo una voz periodística impersonal, oculta en el anonimato, representa la escena.

## 11.2. CADENA COPE

La Cadena COPE —nacida de las Iglesias diocesanas y de dos órdenes religiosas en España, y asumida después por la Conferencia Episcopal— propone explícitamente un ideario basado en los valores del humanismo cristiano: «...debe impulsar una solidaridad humana y cristiana entre todas las comunidades autonómicas, que propicie la superación de aquellos desniveles económicos y sociales que ensombrecen el mapa español»<sup>35</sup>. Respecto a quienes proceden de territorios más allá de nuestras fronteras, la cadena dice no considerar «extranjeros ni a los pueblos, ni a los hombres y mujeres de América Latina. Quiere con sinceridad prestar su voz y su voto a los pueblos del Tercer Mundo»<sup>36</sup>. Entre sus compromisos profesionales y éticos, el ideario destaca también el fomento de la convivencia social: «...abrirá sus micrófonos a voces diferentes, pero no será tribuna de división ni de disenso sistemático, dada la responsabilidad eclesial y comunal de este medio»<sup>37</sup>. En este sentido advierte que «los programas de la Cadena y de sus emisoras estarán siempre en consonancia con la línea editorial y ésta con el Ideario»<sup>38</sup>.

Sin embargo, lo cierto es que la ideología y el talante de los conductores de los espacios con mayor audiencia —«La Mañana» de F. Jiménez Losantos, «La Tarde con Cristina» López Schlichting, y «La Linterna» de César Vidal—, son proclives a la crispación o a la exaltación de interpretaciones unilaterales, lo cual dista notablemente de las exigencias éticas que se acaban de apuntar.

No es ése el caso de los programas del área socio-religiosa a cargo de José Luis Restán, que ofrece una ponderada información sobre «el servicio a los más pobres» y «el trabajo de los misioneros en el Tercer Mun-

---

<sup>35</sup> <http://www.cope.es/ideario.php> (consultado en julio de 2006).

<sup>36</sup> *Ibíd.*

<sup>37</sup> *Ibíd.*

<sup>38</sup> *Ibíd.*

do»<sup>39</sup>. «Los Decanos» —dirigido por el Dr. Pérez Almeida— también se define como «un programa de corte fundamentalmente social, en una línea de amistad, solidaridad y ayuda social»<sup>40</sup>.

Ahora bien, de modo similar a lo que sucede con Radio 5 TN, esta sensibilidad por lo social apenas si se manifiesta en los espacios locales de la cadena. La desconexión territorial del mediodía se abre con un *magazine* local al que sigue el informativo de las 13,30 h, que desarrolla durante media hora las noticias de la provincia y de la región sucesivamente, en bloques de 15 minutos cada uno. En primer lugar se presentan los titulares más destacados, y se anticipa la actualidad del deporte y la meteorología. A continuación, se desglosan las noticias —unas 7 u 8, por lo general—, relativas fundamentalmente a cuestiones políticas, urbanísticas, económicas, de seguridad ciudadana, sucesos y —en menor medida— cultura. Por la tarde, en torno a las 19 h, vuelve a emitirse otro informativo local, organizado de modo similar.

Durante la semana analizada, los asuntos que han marcado la agenda local han sido la situación de la empresa IZAR, el desalojo de chabolistas en Los Bermejales, las obras del mercado de La Encarnación, las insuficientes infraestructuras en los colegios de Sevilla y la situación de una central térmica. Se trata de temas con un marcado tinte social, pero han sido cubiertos desde una perspectiva ajena al compromiso solidario, desde consideraciones prioritariamente políticas o económicas. No puede decirse que se haya ejercitado adecuadamente la responsabilidad por el bien común en las materias abordadas.

### 11.3. RADIO SEVILLA (CADENA SER)

A pesar de su retórica «progresista», la programación de la cadena Ser no se caracteriza por su implicación solidaria. Una vez más, priman los encuadres políticos y las rutinas de producción que perpetúan la hegemonía, en el sentido que A. Gramsci dio al concepto. El único espacio que se ocupa de denunciar injusticias sociales y sacar a la luz situaciones de discriminación provocadas por los poderes dominantes —«Punto de fuga»—, se halla ubicado en un horario apto sólo para noctámbulos —los sábados de 3 a 4 a.m. y los domingos de 5 a 6 a.m. Dejando al mar-

---

<sup>39</sup> Ibid.

<sup>40</sup> Ibid.

gen su carácter excepcional es obligado reconocer que su directora —Ana Pastor— realiza un interesante trabajo de investigación, análisis y denuncia de «todo lo relacionado con las desigualdades, las guerras conocidas y desconocidas, el llamado *Cuarto Mundo*, los movimientos de resistencia global, el movimiento de los *Sin Tierra*, el *Okupa*, las ONGs...». La propia cadena lo define como el espacio «de las personas que se alinean al lado de lo que significan Porto Alegre y Kyoto. Es *La voz de los sin voz*. Hay quienes se rebelan ante determinados procesos de la globalización, hay quienes aspiran a cambiar el sistema y quienes creen posible otro proceso globalizador: éste es su programa»<sup>41</sup>.

En lo que concierne a la desconexión local, no existe ninguna novedad respecto de la línea editorial del conjunto de la cadena. Los informativos locales se emiten diariamente de 14,15 h a 14,30 h dentro del espacio «Hora 14». Comienzan con el sumario de una sola noticia —unos 30 segundos— cuyos datos se amplían a continuación, incluyendo testimonios de los actores sociales implicados en el acontecimiento durante casi 2 minutos. Más tarde son abordados los principales temas municipales —fundamentalmente urbanísticos, aunque se atiende también a otros asuntos en que esté implicado el cabildo. Lo habitual es presentar tres noticias, cuya locución se extiende unos 4 minutos. El siguiente bloque corresponde a empresas y en general el mundo del trabajo: otros 4 minutos destinados a comentar, casi siempre, conflictos laborales. Tras una pausa publicitaria de 2 minutos aproximadamente, se afronta la política de Sevilla —provincia y ciudad—, desglosándola en noticias breves durante 3 minutos. A continuación, la información cultural y la agenda de espectáculos —que durante la semana analizada ha estado marcada por la Bienal de Flamenco. De nuevo, una cuña publicitaria de 30 segundos y, finalmente, la información deportiva y unos rápidos apuntes meteorológicos.

En una primera aproximación al informativo local hay que destacar su extrema brevedad: carece de elementos tan básicos como el sumario de las noticias del día —ya dijimos que sólo sumariza la noticia principal. El estilo de la locución es sobrio y aséptico: las noticias son leídas con rapidez; se excluyen casi todos los efectos sonoros. La única nota de color proviene de la alternancia de las voces del locutor principal y de los periodistas que amplían la información, a las que se suman los testimonios u opiniones de los actores implicados.

---

<sup>41</sup> <http://www.cadenaser.com/programas.html?anchor=serpropfu> (consultado en julio de 2006).

Durante la semana objeto de estudio, Radio Sevilla no ha emitido ninguna información local referente a iniciativas solidarias u organizaciones sociales. Una razón explicativa de esta carencia puede ser que durante este periodo se ha verificado una fuerte conflictividad laboral, donde las reivindicaciones de los trabajadores han copado los espacios informativos. Sin embargo —como señalamos también en el caso de la COPE—, no se aprovecha el tema para invitar al debate, a la reflexión y al compromiso social.

En las noticias relativas a cuestiones de orden público como las «botellonas» y la organización del tráfico en el centro urbano, sí se advierte una tímida responsabilidad social: la cadena presta su voz a las asociaciones vecinales como parte viva del tejido social y reflejo de la conciencia participativa en la ciudadanía sevillana.

#### 11.4. CANAL SUR TV

En comparación con los dos medios radiofónicos de propiedad privada que acabamos de examinar, Canal Sur TV destaca por una mayor conciencia de su función pública, de su servicio del bien común. Ello se verifica fundamentalmente en el Canal 2, que acoge espacios de evidente dimensión social como «Solidarios» —dirigido por Belén Torres—, «Sindicados» —por Esther Lazo—, «Espacio protegido» —por José María Montero—, «Testigos hoy» —presentado por Susana Herrera bajo la dirección de Isaac García—, «El Club de las Ideas» —de J. M. del Moral— o «Telesigno», a cargo de Carlos González.

El equipo de «Solidarios» afirma «seguir apostando por darle la voz y la imagen a todas aquellas asociaciones y personas que persiguen un mundo más justo e igualitario. Las ONGs, los colectivos sociales, los jóvenes, los voluntarios, los inmigrantes o los cooperantes seguirán siendo los protagonistas»<sup>42</sup>. «Sindicados»<sup>43</sup> ofrece información de utilidad social sobre derechos laborales, procesos de negociación colectiva, cursos de formación, acciones a favor de las minorías, etc. «Espacio protegido»<sup>44</sup> se interesa por el patrimonio natural de Andalucía y adapta el tra-

---

<sup>42</sup> [http://www.canalsur.es/PROGRAMAS/canal2/programas\\_canal2/espacios\\_informativos/solidarios.htm](http://www.canalsur.es/PROGRAMAS/canal2/programas_canal2/espacios_informativos/solidarios.htm) (consultado en julio de 2006).

<sup>43</sup> [http://www.canalsur.es/PROGRAMAS/canal2/programas\\_canal2/sindicados/sindicados\\_index.htm](http://www.canalsur.es/PROGRAMAS/canal2/programas_canal2/sindicados/sindicados_index.htm) (consultado en julio de 2006).

<sup>44</sup> [http://www.canalsur.es/PROGRAMAS/canal2/programas\\_canal2/espacios\\_informativos/espacio\\_protegido.htm](http://www.canalsur.es/PROGRAMAS/canal2/programas_canal2/espacios_informativos/espacio_protegido.htm) (consultado en julio de 2006).

tamiento de las cuestiones medioambientales y sociales al formato del *magazine*. En 2002 ha recibido el Premio Nacional Desarrollo Sostenible de la Fundación Doñana. «Testigos hoy»<sup>45</sup>, además de tratar temas religiosos, respalda la labor de quienes cooperan en iniciativas sociales; su presentadora —Susana Herrera— ha recibido el premio a la Periodista Solidaria 2005 de la Asociación Andaluza de Trasplantados Hepáticos Ciudad Giralda. «El Club de las Ideas»<sup>46</sup> ha sido galardonado en 1999 con el Premio Nacional de Desarrollo Sostenible de la Fundación Doñana y en 2001 con el I Premio Andaluz al Voluntariado, otorgado por la Consejería de Gobernación de la Junta de Andalucía. El espacio es una revista educativa coproducida por Canal 2 Andalucía y la Consejería de Educación para promover experiencias didácticas innovadoras y favorecer nuevos proyectos psicopedagógicos. Canal 2 Andalucía está asimismo implicado en la producción de «Telesigno», un programa que trata de «romper las barreras que impiden a las personas sordas el acceso a la información (...) dando a conocer la realidad de un colectivo con identidad propia y peculiaridades concretas, como es la comunidad sorda»<sup>47</sup>.

Este rico panorama de periodismo comprometido parece —sin embargo— nublarse cuando atendemos a otros (sub)canales o nos aproximamos a los espacios informativos, particularmente a los de carácter local.

El telediario del mediodía de Canal Sur TV comienza a las 14 h y finaliza a las 15,30 h. Los fines de semana se reduce: de 14,30 h a 15 h. Los días laborables, la primera media hora del informativo se dedica al ámbito local, aunque el programa arranca con una serie de titulares —7, aproximadamente— en torno a acontecimientos nacionales e internacionales. A continuación, se trata de lo sucedido en la región, comenzando por una breve introducción a la que siguen imágenes sobre las noticias, así como declaraciones de algún personaje implicado. Tras el deporte andaluz —principalmente, el fútbol— y los pronósticos meteorológicos en el área regional, se abre el (sub)espacio «Contraportada», que suele presentar noticias del corazón junto a otras informaciones sociales y culturales relativas a nuestra comunidad. El telediario continúa haciendo refe-

---

<sup>45</sup> [http://www.canalsur.es/PROGRAMAS/canal2/programas\\_canal2/testigos\\_hoy/testigos\\_hoy\\_index.htm](http://www.canalsur.es/PROGRAMAS/canal2/programas_canal2/testigos_hoy/testigos_hoy_index.htm) (consultado en julio de 2006).

<sup>46</sup> [http://www.canalsur.es/PROGRAMAS/canal2/programas\\_canal2/club\\_ideas/index.html](http://www.canalsur.es/PROGRAMAS/canal2/programas_canal2/club_ideas/index.html) (consultado en julio de 2006).

<sup>47</sup> [http://www.canalsur.es/PROGRAMAS/canal2/programas\\_canal2/telesigno/telesigno\\_index.htm](http://www.canalsur.es/PROGRAMAS/canal2/programas_canal2/telesigno/telesigno_index.htm) (consultado en julio de 2006).

rencia a la ciudad y a la provincia de Sevilla, normalmente en 3 titulares y una decena de cuerpos noticiosos que abarcan temas de toda índole: política, social, económica o cultural.

A las 14,30 h se inicia el telediario general con la principal información del día, casi siempre nacional —la misma que fue destacada en la media hora anterior—, aunque suele haber referencias a los acontecimientos de alcance internacional más relevantes. Este espacio incluye también asuntos regionales y locales. Con frecuencia ofrece reportajes sobre cuestiones sociales, educativas, sanitarias y culturales, si bien su tratamiento es tópico e insuficiente para construir lazos de solidaridad comunitaria.

El formato del informativo del fin de semana es algo diferente. Se abre con imágenes de la noticia de portada, a las que siguen unos 10 titulares sobre acontecimientos nacionales, regionales, locales e internacionales que luego se van desarrollando. Los de carácter social, cultural y deportivo reciben un tratamiento específico.

La amplitud del espectro temático y el destacado de ciertas informaciones sociales en algunos espacios de la programación de Canal Sur contrastan con la pobreza de sus telediarios locales. Las técnicas de producción y realización, los formatos narrativos y discursivos, las lógicas de la (inter)locución y las fuentes predominantes en los telediarios obstaculizan el ejercicio de la función pública del periodismo. El análisis de la muestra seleccionada no permite discernir ninguna contribución significativa al trenzado de vínculos de cooperación entre los distintos actores locales, con vistas a una mayor justicia y al bienestar común. Durante la semana examinada, los informativos de Canal Sur TV han emitido sólo 3 noticias de cierto alcance social, que deberían invitar al compromiso práctico a la ciudadanía y los poderes públicos, pero que no logran hacerlo de modo adecuado.

La primera apareció el 4 de octubre de 2004 y trató sobre la reivindicación de un nuevo marco jurídico para las mujeres prostitutas, hoy en su mayoría inmigrantes. La segunda —transmitida el día 7— también versó sobre legislación referente a un colectivo femenino: en este caso, las víctimas de la violencia de género. La tercera, del día 8, bosquejó la situación de los menores en nuestra región, objeto del I Congreso Andaluz sobre Infancia y Calidad de Vida.

En los tres casos se trata de cuestiones habitualmente destacadas en la agenda informativa, reconocidas por todos los medios al margen de su adscripción ideológica. Además —o precisamente por ello— estas cuestiones plantean nuevos desafíos a la Administración, a las ONGs y al

grueso de la sociedad. Son fenómenos todavía emergentes, que pueden ser afrontados y configurados de diversas maneras según los juicios éticos, los marcos normativos-reguladores, las opciones políticas y las dinámicas sociales que en cada caso se generen. A este respecto, el trabajo de los medios de comunicación no constituye un añadido ni un mero registro de una realidad ya dada, sino una aportación decisiva —en positivo o en negativo— a su formación, a la construcción del mundo social, de su estructura y significado. Precisamente por eso, los discursos donde aparecen este tipo de informaciones deberían contar con la activa participación de todos los actores implicados, mediando entre sus diversas posiciones interpretantes. Ahora bien, Canal Sur TV apenas parece consciente de ello.

El enmarque de la información ofrecida privilegia el papel de las instituciones —primordialmente políticas— y los discursos oficiales, sin dar la palabra directamente a los colectivos implicados, aunque dice hablar por ellos y en defensa de sus intereses: ahí radica precisamente el atractivo de tal estrategia discursiva. La reproducción —o más bien producción— del consenso social sobre las cuestiones abordadas se verifica a costa de mutilar la realidad, imponiendo certezas artificiales e ignorando los obstáculos que de hecho están dificultando la consecución de las metas que se esgrimen como ideales.

En el caso de las prostitutas inmigrantes se habla genéricamente de sus derechos sin poner en cuestión la conducta explotadora de los propietarios y gestores de los prostíbulos. La Ley Integral contra la Violencia de Género es presentada de un modo casi publicitario, que ensalza la labor de los partidos —PSOE y PP, finalmente de acuerdo—, por encima de las asociaciones de mujeres, a las que se hace referencia sólo vicariamente, a través de las declaraciones de los políticos. En lo que respecta a la infancia, las diversas problemáticas derivadas de los cambios en las estructuras familiares apenas si son mencionadas: la noticia se limita a enumerar «la adopción, el divorcio, el nuevo papel de las abuelas en el cuidado de los niños y los hijos de parejas homosexuales», deteniéndose sólo sucintamente en la última cuestión a partir de los datos de un único estudio, a pesar de que el tema requeriría un tratamiento más profundo y completo.

En conclusión, la brevedad y superficialidad con que Canal Sur TV ha cubierto las citadas noticias impide un adecuado examen de las causas que subyacen a las situaciones descritas: el diagnóstico efectuado se limita a una mera constatación de los síntomas más visibles. Además, no se ha practicado un verdadero pluralismo, exigencia insoslayable para

cualquier medio de comunicación: no aparecen varios puntos de vista, sólo aquél seleccionado por el medio como correcto según criterios de valor no explicitados. El discurso televisivo da por supuesto el marco en que adquirirían sentido las diversas propuestas y simplifica la resolución de los problemas planteados a través de fórmulas reduccionistas, que ahogan la posibilidad de un debate socialmente participado y racionalmente sustentado.

### 11.5. SEVILLA TV

Esta cadena de televisión, perteneciente al grupo Vocento, pretende desde el año 2000 aproximarse a la sociedad sevillana —y particularmente a sus agentes económicos— mediante una rejilla de programación basada —según sus directivos— en la cercanía, la profesionalidad, el entretenimiento con calidad y la voluntad de conectar con los intereses del colectivo, a través de unos informativos donde la información sea sagrada y la opinión libre<sup>48</sup>. Sevilla TV dice estar cerca de la calle, de la realidad social. Para ello ofrece espacios como «Ojos que nos ven» o «De calle», dedicado a temas candentes en la sociedad local, ilustrada por declaraciones de los protagonistas, con llamadas en directo y encuestas a pie «de calle».

La programación local contiene además mucho entretenimiento, deporte y análogos contenidos espectaculares: dedica atención al folklore, los toros y el flamenco, pero apenas deja espacio a otras manifestaciones culturales. Tampoco suele abrir foros a la participación ciudadana, interpretando en términos estrechamente políticos o institucionales muchas cuestiones que podrían implicarla.

Sevilla TV cuenta en la actualidad con dos ediciones de informativos locales de 30 minutos cada uno, emitidos en directo de lunes a viernes a las 20,30 h y a las 23,30 h. Estos telediarios se consideran a sí mismos sólidamente posicionados ante las demás cadenas locales por su carácter «objetivo» e «independiente», pero lo cierto es que se hallan condicionados por los patrocinios de Caja Sur, Endesa y Agua de Sevilla, que exhiben sin disimulo sus logos antes y después de cada informativo.

---

<sup>48</sup> El lema responde a una concepción desfasada de la actividad informativa. La comunidad académica responsable de los estudios en periodismo no discierne nítidamente «hechos» y «opiniones», debido a factores que la epistemología científica reconoce desde que comenzó la crisis del paradigma positivista.

De hecho, la firma patrocinadora del día emite su spot publicitario completo antes de la sección meteorológica, lo cual ralentiza el ritmo del telediario.

Cada espacio informativo está dividido en tres secciones: noticias, deportes y tiempo. Las noticias se presentan del modo habitual: primero, en titulares y a continuación, desglosadas. Entre todas ellas destaca «La noticia del día», acompañada los lunes y los miércoles por «La firma», opinión cualificada de un experto sobre algún asunto candente. La información deportiva suele ser bastante limitada: se ciñe a lo relacionado con los dos equipos locales de fútbol —Betis y Sevilla—, aunque en ocasiones también hace referencia al baloncesto o al ciclismo. El espacio meteorológico sólo muestra el mapa de la provincia, aportando una información limitada y poco elaborada, tanto en la forma como en el fondo.

A lo largo de la semana objeto de estudio únicamente hemos registrado 3 noticias significativas en cuanto a su alcance social. La primera fue emitida el martes 5 de octubre de 2004; trató sobre el Día Mundial de la Salud Mental, jornada de movilización de la Asociación de Allegados de Enfermos Esquizofrénicos (ASAENES) contra la deficiente dotación de los servicios psiquiátricos en Andalucía. La segunda y la tercera fueron emitidas el jueves 7 de octubre. En la segunda se informa de la construcción de un centro de día para la tercera edad por parte del Club de Leones, una asociación al servicio del bienestar social. En la tercera se habla de la polémica suscitada ante el proyecto de un centro de salud en El Porvenir cuya licencia de obras acaba de ser aprobada por la Gerencia Municipal de Urbanismo, con un presupuesto de 3 millones de euros. A esta noticia sigue una denuncia del peligro que supone la circulación en una zona de la ciudad donde los vehículos se desplazan a gran velocidad.

A pesar de que ofrecen elementos interesantes para despertar la conciencia social, la primera y la tercera noticias omiten las referencias contextuales necesarias para comprender el alcance de lo que se trata: los hechos son presentados de modo directo, a través de la opinión de alguno de los colectivos implicados, sin abrir el abanico del pluralismo.

El primer relato informativo responde a la óptica de una organización no gubernamental —ASAENES— con quien el sujeto enunciador implícito en el texto parece identificarse, pero no recoge sus reivindicaciones más que indirecta y sucintamente. Por otra parte, el texto ofrece una vaga alusión al plan de reformas psiquiátricas de 1984, que plantea más dudas de las que resuelve, dado su carácter inespecífico.

La segunda noticia arranca con un discurso laudatorio respecto a la asociación benéfica que aparece inicialmente como protagonista: el

Club de Leones, citada —como en el caso anterior— en tercera persona. En este caso sí se propone una detallada contextualización tanto temporal como espacial sobre la reconstrucción de la Casa de los Artistas, que va a ser transformada en centro de mayores. Las imágenes de las inmediaciones y del exterior del edificio vienen precedidas por un anuncio de Endesa —firma patrocinadora— y acompañadas por una secuencia que recoge la visita del Alcalde de Sevilla para colocar la primera piedra: «La ciudad tiene que conservar su patrimonio, tiene que restaurarlo, pero tiene que hacerlo dándole utilidad, dándole uso, y si es un uso social, mejor que mejor». Con esta declaración, Alfredo Sánchez Monteseirín parece querer apropiarse de la iniciativa, poniéndola al servicio de su propia imagen política. Al destacar tal comentario, el medio desdibuja parcialmente el protagonismo de la organización social que destacaba al comienzo de la noticia.

La tercera información, acerca del centro de salud que va a construirse en el barrio de El Porvenir, destaca por su excesiva brevedad. Aunque se habla de polémica, de 3 millones de euros, de una cesión del Ayuntamiento y de una licencia de urbanismo, no se aclaran las razones de la controversia suscitada. El titular habla además de «comienzo inminente» y por tanto de la imposibilidad de detener el curso de los acontecimientos a pesar del desacuerdo.

El balance que podemos hacer de estas informaciones es, una vez más, negativo por los motivos ya explicados. En la muestra analizada, Sevilla TV no ha logrado ni la calidad ni la independencia de que hace gala, aunque procure gestos de aproximación a las organizaciones sociales y a los intereses del público frente a las maniobras de la Administración local. La política de patrocinios evidencia los condicionantes empresariales que pesan sobre la cadena; las diversas referencias a los poderes municipales manifiestan sus condicionantes políticos.

#### 11.6. ONDA GIRALDA TV

Esta cadena de televisión de alcance provincial, fundada en 1994, emite sus informativos de lunes a viernes a las 14,30 h y a las 23,30 h, con una duración de media hora. El tiempo disponible se divide en dos bloques: local y nacional, separados por un espacio publicitario. Tras la cabecera y los titulares sobre información local —habitualmente 3 ó 4—, se procede al desarrollo del cuerpo de las noticias. En su mayoría tratan temas sociales —empleo, salud, educación, actividad empresarial... Sor-

prendentemente, la política institucional recibe poca atención: la muestra analizada sólo recoge un par de declaraciones de miembros de la Administración municipal, que contrastan con las numerosas intervenciones de representantes vecinales, sindicales y empresariales. Antes del cierre se introduce el informativo nacional, así como alguna noticia de última hora o apuntes sobre la agenda local, de carácter religioso o cultural. A las 14,50 h comienza el informativo nacional, que suele incorporar entre 3 y 5 noticias, algunas de alcance internacional. El telediario termina con un espacio dedicado al deporte: fútbol local, casi exclusivamente. Antes y después de los informativos, así como en las pausas, son frecuentes las cuñas autopromocionales sobre la programación de la cadena.

A pesar de contar con la voz de numerosos representantes sociales, los informativos de Onda Giralda TV durante la semana analizada no han ofrecido ninguna noticia de verdadero interés en materia de solidaridad. Se apuntan temas que podrían haber sido enmarcados desde una perspectiva comprometida con la construcción de un espacio público integrador e igualitario, pero su tratamiento ha quedado reducido a lo anecdótico. La interpretación de los acontecimientos se ha basado en una lectura plana, incapaz de descubrir las causas de las situaciones y de afrontarlas responsablemente.

## 11.7. CONCLUSIONES

De lo expuesto en este capítulo cabe inducir que los informativos locales —tanto en medios radiofónicos como televisivos, públicos o privados— caen en la superficialidad y reproducen las deficiencias que hemos señalado en otros capítulos. No se reconoce un sólido compromiso ético respecto de la construcción de una *cultura solidaria* a través de las herramientas de comunicación local. Al principio enfatizamos el carácter insignificante de las noticias solidarias dentro de la muestra audiovisual examinada. Hay numerosas referencias a cuestiones sociales, pero responden a una perspectiva chata, descontextualizada y descomprometida, poco participada por la ciudadanía e incapaz de elaborar diagnósticos lúcidos sobre las patologías sociales y su etiología.

Entre todos los medios analizados, los menos desinteresados por las problemáticas sociales parecen ser los públicos: Radio 5 Todo Noticias y Canal Sur TV. Al incorporar en su rejilla de programación espacios temáticos dedicados a colectivos minoritarios o desatendidos, y a problemáticas emergentes debido a los cambios sociales, ofrecen una valiosa

muestra de sensibilidad social. Sin embargo, ésta no se refleja en los informativos locales. Ello se debe a la tendencia a homogeneizar los discursos informativos, privándolos de su potencial movilizador de las fuerzas sociales y adaptándolos a la lógica del consumo espectacular o simplemente lúdico. También se debe a la ignorancia y a la omisión de lo que debería constituir la función definitoria del periodismo: la mediación entre todos los actores sociales —principalmente, entre los más directamente implicados en los acontecimientos noticiosos. Los medios deberían articular dinámicas de convivencia e intercambio de significados, a través de un debate que propicie la participación de todos en la construcción de una sociedad justa e integradora. Ahora bien, en contra de lo que proclaman habitualmente, las empresas informativas son reacias al pluralismo y suelen mostrar sólo una o muy pocas facetas del acontecer, amparándose en el consenso implícito que ellas mismas imponen —de modo artificial— al conjunto social. Funcionan frecuentemente como portavoces de las instancias del poder, tanto político como económico, aunque disfrazan su partidismo mediante fórmulas retóricas propias del género informativo o guiños cómplices a la audiencia en clave de entretenimiento.

Por consiguiente, en lo que concierne al compromiso solidario de los medios audiovisuales en los espacios dedicados a la información local, nuestro balance es negativo. Esto no excluye una valoración positiva de las iniciativas de algunos medios —principalmente públicos— para abordar problemáticas emergentes y dar voz a las organizaciones sociales en espacios temáticos específicos, de carácter no estrictamente informativo ni local.

10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

## Diagnóstico y prospección participativos

Las premisas epistemológicas y metodológicas indicadas en un capítulo anterior hacen de esta investigación una observación-acción no sólo participante sino también participada por los protagonistas de los procesos comunicativos sobre los que versa y en los que activamente se implica nuestro estudio. De ahí la necesidad de contar con las visiones descriptivas y prospectivas de algunos miembros de los colectivos con los que trabajamos —ciudadanía, medios, Administración Pública y ONGs— como algo más que informantes: actores responsables de las dinámicas sociales que estamos analizando, de las decisiones que deban tomarse a partir de este análisis y de su ulterior implementación mediante intervenciones concretas.

Por razones prácticas de carácter organizativo, las diversas aportaciones de los participantes en esta investigación fueron conjuntamente elaboradas, presentadas, discutidas y votadas en un taller desarrollado el 19 de julio de 2004 en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla bajo el lema *Participación, comunicación y solidaridad*.

Como se explicó anteriormente, la estructuración del taller se ajustó a la metodología EASW (*European Awareness Scenario/Sustainability Workshop*), una herramienta de gestión del conocimiento ampliamente reconocida, perfeccionada por la Comisión Europea para la planeación territorial y el desarrollo sostenible. Además, se utilizaron diversas técnicas de trabajo grupal, principalmente la técnica DAFO, basada en el análisis de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que ofrecen los escenarios sociales.

El primer objetivo del taller consistió en reconocer los temas, argumentos y desarrollos discursivos de los principales actores colectivos comprometidos con el desarrollo de una nueva *cultura solidaria* en Sevilla capaz de integrar el concurso de la mayoría de la población. A partir de aquí se trató de discernir los modelos de mediación que rigen actualmente y que otorgan un papel crucial a los patrones de representación informativa utilizados por los medios.

Tras presentar el contexto de la investigación introduciendo sus reglas procedimentales, tópicos y perspectivas básicas, se articuló la dinámica de trabajo en grupo. El debate giró en torno al tratamiento mediático de las informaciones relacionadas con la solidaridad, la intervención comunitaria, la participación y la inclusión social, con el objetivo de mejorar las estrategias comunicativas de los principales actores locales para configurar culturalmente la solidaridad. La cuestión fue así formulada: «¿Cómo ven ustedes la relación entre medios locales de información, organizaciones civiles y Administraciones Públicas cara al desarrollo de una *cultura solidaria* en Sevilla?».

Primero en parejas y después en el seno de sus propios grupos, los participantes trataron de responder a esta pregunta esbozando un escenario descriptivo y analítico de la situación actual (taller de visiones). Seguidamente, apuntaron futuras tendencias y propuestas de intervención (taller de iniciativas). Todo ello fue gráficamente representado y expuesto mediante un portavoz a los demás equipos de trabajo.

## 12.1. TALLER DE VISIONES

Al desarrollar este taller se verificó lo ya indicado en la introducción de este libro: los participantes reconocieron de modo intuitivo la expresión *cultura solidaria* y comenzaron a debatir sobre el interrogante propuesto, pero a medida que profundizaban en sus reflexiones veían desdibujarse los perfiles del concepto y de la realidad de ese tipo de cultura en el espacio público. Al final se concluyó que de aquí nace la falta de diálogo que lastra las relaciones entre los medios de comunicación, la Administración pública, las organizaciones sociales y la ciudadanía, así como la subordinación de las dos últimas a los poderes establecidos.

### 12.1.1. *Una comunicación solidaria en progreso: Técnicos*

Los técnicos de la Administración reconocieron la ausencia de políticas públicas consistentes en lo que concierne a la construcción de una *cultura solidaria*. Como causa y como consecuencia de este déficit, constataron la escasez de recursos financieros, técnicos y humanos destinados a este tipo de tareas, especialmente en las secciones donde se fraguan las políticas sociales. Esta carencia remite a una deficiente

concepción del espacio público por parte de la clase política, que no está siendo capaz de hacerse cargo de la importancia de lo cultural y que somete este ámbito a consideraciones en gran medida instrumentalistas.

El grupo señaló que tampoco existen políticas públicas consistentes en la esfera de la comunicación, ni en sentido amplio, ni en materia de igualdad y bienestar social. Las estructuras burocráticas obstaculizan la elaboración de visiones compartidas sobre temas sociales y explican la precaria coordinación entre las distintas instituciones públicas, incluso en asuntos donde se solapan sus competencias.

Respecto a la comunicación de la Administración con y a través de los medios, se constata un importante desconocimiento mutuo, así como la divergencia entre sus respectivas lógicas de trabajo, sus ritmos y sus contenidos. Las noticias sobre solidaridad e integración social no ocupan el lugar que deberían en la agenda mediática, dada su escasa rentabilidad en términos comerciales: su visibilidad es, por lo tanto, escasa. Cuando se da, prevalecen las representaciones sesgadas por un tratamiento espectacular y sensacionalista, que prioriza las intervenciones de carácter asistencial en situaciones extremas de marginación o en catástrofes. Los ritmos de la producción noticiosa no responden a los que rigen la gestión de las políticas solidarias.

Esta deriva influye en muchas organizaciones no gubernamentales que adoptan una cultura informativa de carácter publicitario y tecnocrático, precisamente con el fin de adaptarse a las rutinas productivas de los medios de comunicación.

Los discursos mediáticos sobre asuntos sociales no son tamizados críticamente y no respetan normas deontológicas básicas. Es más, frecuentemente alimentan aquello que dicen combatir, reproduciendo los prejuicios y los valores dominantes que se hallan en la raíz de las injusticias sociales. Cada actor colectivo maneja una interpretación distinta de la información social, según su posición estructural y la función que desempeña, lo cual provoca lecturas divergentes que en poco o nada favorecen los proyectos colectivos de solidaridad.

Junto a todas estas debilidades y amenazas, existen también fortalezas y oportunidades. La capacidad de convocatoria y el fácil acceso de las instituciones públicas a los medios de comunicación y de éstos a la comunidad garantiza un amplio poder de difusión que podría ser mejor aprovechado. En esta cadena de transmisión, las organizaciones no gubernamentales y el voluntariado gozan del apoyo de la Administración Pública. Ésta actúa como instancia de mediación con las empresas infor-

mativas, favoreciendo consiguientemente la conexión entre las ONGs y la ciudadanía.

Sin embargo, todavía está por explotar el valioso capital social que supone el compromiso de los colectivos solidarios en las políticas públicas de igualdad y bienestar social. Más concretamente, urge actualizar el potencial crítico y transformador de las ONGs y del voluntariado, cuya cultura de la generosidad abre oportunidades de futuro para una *cultura solidaria*. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTICs) y el diseño de entornos de interacción como Internet pueden resultar muy útiles en este sentido, pues es en las redes democráticas y horizontales de colaboración entre las instituciones públicas y las organizaciones cívicas donde hoy emergen los espacios de intercambio y educación en solidaridad.

Este diagnóstico sobre la actividad mediadora de la Administración local con vistas a la construcción de una nueva *cultura solidaria* que implique activamente a la ciudadanía puede condensarse en la frase «progresar adecuadamente». En la situación actual se constatan numerosas debilidades que también suponen amenazas de futuro, debido a la ausencia de políticas de comunicación consistentes y a las divergencias entre la lógica de las instituciones públicas y las industrias informativas. Sin embargo, también se perciben signos de esperanza, dada la emergencia de nuevas formas horizontales y participativas de interacción que interpelan a la ciudadanía a través de las organizaciones sociales, favorecidas por las NTICs.

#### 12.1.2. *Organizaciones incomunicadas y de escasa cultura informativa: Periodistas*

Los profesionales de la información local en Sevilla coincidieron en algunos puntos con los técnicos de la Administración, los ilustraron desde su perspectiva y trataron de explicar a qué se deben sus propias deficiencias.

Respecto a las rutinas de producción mediática, admitieron que es frecuente recurrir a las informaciones oficiales —y privilegiar, por tanto, a la Administración Pública frente a la voz de la ciudadanía— porque se adecuan mejor a sus necesidades de accesibilidad, rapidez, simplificación, credibilidad y verificabilidad. Los medios no suelen buscar fuentes alternativas ni proponer temáticas diferentes a las de la agenda informativa dominante, que orientan los poderes públicos. El resultado son dis-

cursos que reproducen las interpretaciones hegemónicas, en lugar de abrirse a la polifonía de la diversidad cultural y sociopolítica del tejido ciudadano.

A esto hay que añadir la falta de formación y especialización de los periodistas que se ocupan de temas sociales, habitualmente desprestigiados: «Si quieres subir en el periodismo es mejor dedicarse a otras secciones», concluye alguno de los participantes en el taller.

El cintillo «Sociedad» suele encabezar una amalgama de noticias diversas que conciernen tanto al interés público como al interés «humano», a la curiosidad o a la demanda de espectáculo. No suele reservarse ningún apartado específico a las problemáticas del desarrollo social que afectan a la ciudadanía, junto a las políticas públicas y a otras iniciativas organizadas para resolverlas. Consiguientemente, no se favorece la implicación de los grupos-meta en la definición de tales cuestiones ni en la gestión de las respuestas que se les están dando.

Los periodistas reconocen que priorizan la confrontación política y la búsqueda de impacto, el sensacionalismo, por encima de la cooperación con el desarrollo social. A sus empresas les faltan incentivos económicos para desempeñar una auténtica función mediadora entre los distintos actores colectivos, propiciando una democracia participativa fundada en procedimientos de deliberación y una cultura verdaderamente *solidaria*. Pero al mismo tiempo consideran que la responsabilidad en este campo debe ser compartida también por la Administración y las organizaciones no gubernamentales. Los dirigentes políticos y el funcionariado subordinan frecuentemente el interés público y el valor social de los programas a sus particulares intereses y a la inercia de las dinámicas burocráticas. Los temas de mayor proyección y rentabilidad electoral tienen la primacía, lo cual indica que los ciudadanos todavía no se muestran capaces de pedir cuenta a los políticos de su gestión, incluso en las materias que directamente les afectan. Además, la Administración suele instrumentalizar a las ONGs como vehículos de propaganda, construyendo mediante ellas una buena imagen de sí misma.

Por su parte, las organizaciones sociales están deficientemente profesionalizadas: o bien carecen de estrategias de comunicación y son negligentes a la hora de informar sobre aquello que les concierne, o bien disponen de gabinetes de comunicación que imitan a la empresa privada, coordinando estrategias de *marketing social* frecuentemente contradictorias con sus idearios fundacionales y con los modelos de desarrollo a los que formalmente se adhieren.

En los primeros casos, las ONGs se muestran incapaces de adaptarse al juego de la política y del capital que domina la dinámica pública. Consiguientemente, tampoco reconocen la lógica mediática: no saben «vender» su información, no abren portadas o al menos secciones específicas, salvo si alimentan la polémica. De ahí que habitualmente las organizaciones no se reconozcan en los textos que se publican sobre ellas.

En los segundos casos, cuando disponen de gabinetes de comunicación, las ONGs logran elaborar discursos «gráficos», pero suelen confundir la información con la publicidad y se enquistan en la defensa de sus propios intereses corporativos, instrumentalizando su función originaria de servicio a la sociedad.

Ambas derivas generan un significativo distanciamiento con la ciudadanía, que puede llegar a percibir estas organizaciones como entidades abstractas o ajenas a sus necesidades.

Como conclusión, el grupo resaltó la importancia de que las ONGs se adapten a los nuevos retos de la sociedad de la información, sobre todo en un momento como éste, de mutación acelerada en los medios y el lenguaje de la comunicación. Para ello cuentan con el compromiso social de no pocos informadores, que no sólo manifiestan «sensibilidad» hacia las iniciativas «solidarias», sino que —según los participantes en el taller— han tomado conciencia de que el verdadero sentido de su actividad laboral es el servicio público. En este área coinciden con el Tercer Sector, al que deben apoyar como instrumentos para dar a conocer y procurar resolver las problemáticas sociales. Los periodistas que se rebelan contra la realidad tecnocrática, que no quieren seguir funcionando como correas de transmisión de las fuentes de información dominantes y como garantes de «su» orden público, saben que las ONGs son fuentes de información más limpias y generalmente más imparciales que la Administración. Si consiguen profesionalizarse, las organizaciones cívicas podrán definir estrategias de comunicación y *marketing social* en coherencia con sus postulados éticos y con las mejores demandas de los medios, en una positiva sinergia.

En esta conclusión los informadores locales han responsabilizado en primer lugar a las ONGs y secundariamente a la Administración Pública de la ausencia de una *cultura solidaria*, sin apenas cuestionarse a sí mismos. Según ellos, las limitaciones de la agenda informativa respecto a los temas de interés social se deben fundamentalmente al desconocimiento de los condicionantes que rigen la producción periodística, tanto por parte de las organizaciones cívicas como por parte de las

instituciones públicas. La mayoría de las entidades solidarias y de voluntariado carecen de cultura mediática y de profesionales capaces de diseñar estrategias de comunicación simultáneamente eficaces y coherentes.

En resumen, el grupo de los informadores ha manifestado un nivel insuficiente de autocritica, aunque ha reconocido algunas deficiencias que lastran las rutinas de la producción periodística ya comentadas en capítulos anteriores. También ha admitido que al colectivo le faltan conocimientos sobre desarrollo social y que no se dedican secciones específicas a esas cuestiones. Sin embargo, se ha declarado comprometido con la función pública de responsabilidad social que da sentido al periodismo y ha terminado adoptando una actitud «pontifical».

### 12.1.3. *No hay mediación posible sin conciencia solidaria: Ciudadanos*

A diferencia de los periodistas, los ciudadanos participantes en el taller fueron capaces de interrogarse acerca de su propia responsabilidad ante la falta de una *cultura solidaria*. Ante todo, reconocieron la debilidad de la conciencia cívica, su falta de memoria histórica, su tendencia al «olvido» de las injusticias sociales, su desidia y su apatía. Además, advirtieron estos rasgos en la falta de seguimiento de las políticas sociales, en la poca presión que se ejerce sobre la Administración y sobre los medios para que atiendan a las problemáticas del desarrollo local. La ciudadanía no lucha lo suficiente por participar activamente en un diálogo abierto con todos los actores sociales que contrapesa la influencia de los poderes hegemónicos. Falta implicación, no se dedican los recursos que serían necesarios para la construcción de una sociedad justa e igualitaria, prevalece el individualismo. Y las organizaciones no gubernamentales, que supuestamente son la voz y las manos de los ciudadanos, no parecen capaces de comunicarse adecuadamente con ellos ni de transmitir a los medios su visión de la realidad. Como consecuencia, la sociedad aparece desarticulada, triunfa la fragmentación y se conculcan los derechos de la ciudadanía.

La Administración, lejos de corregir esta situación, la agrava, anteponiendo los intereses particulares de la clase política al bienestar común y detrayendo recursos que deberían estar destinados a promover la justicia social. Aunque subvenciona numerosos proyectos solidarios, descuida su seguimiento y monitorización: la ciudadanía no sabe a dónde van

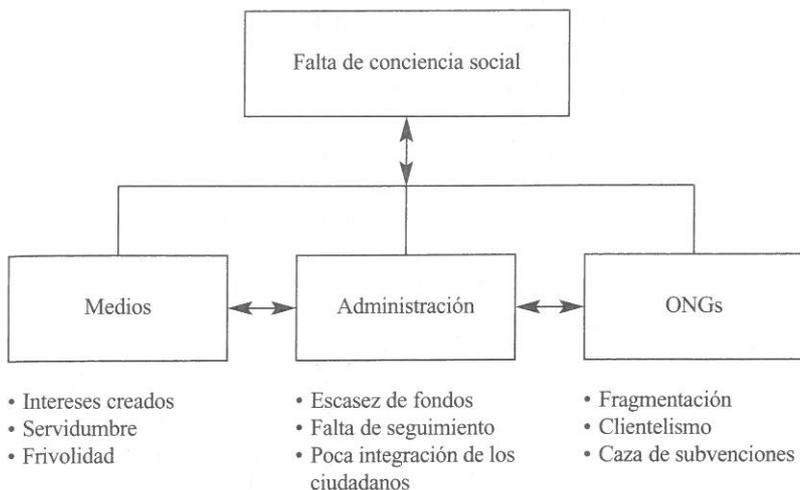
a parar los fondos y cuáles son los resultados obtenidos. Esto obstruye la crítica social y la maduración de una conciencia cívica.

Los medios de comunicación tampoco contribuyen suficientemente a esta tarea. No sólo por las presiones que reciben de parte de la Administración y su escaso interés en dar a conocer los trabajos de las organizaciones sociales, sino por ignorar deliberadamente la dimensión pública de su propia actividad informativa, así como los criterios deontológicos que deberían regirla. Los responsables de los medios no afrontan con decisión los compromisos que darían sentido a su tarea, ni los retos que imponen los nuevos tiempos, marcados por el cambio y por el conflicto.

Dentro del grupo se esgrimieron cinco versiones de este escenario, parcialmente distintas:

- a) Como los temas de solidaridad no preocupan o no interesan a los ciudadanos, debido a su falta de conciencia, la Administración Pública tiende a relegar las políticas de igualdad y bienestar social. Esto obstaculiza la emergencia de una *cultura solidaria* compartida y alimenta retroactivamente el fenómeno.
- b) La falta de compromiso, solidaridad y conciencia en la ciudadanía es causa y/o consecuencia de la falta de implicación de la Administración y de los medios de comunicación en las problemáticas sociales.
- c) Los proyectos de acción y cooperación solidaria no están siendo adecuadamente monitorizados ni por la Administración ni por los medios, debido en gran medida al desinterés y la poca presión de los ciudadanos.
- d) Los medios están más cerca de la Administración que de la ciudadanía, debido a la convergencia de sus intereses corporativos, al clientelismo e incluso al servilismo que caracteriza sus relaciones. Esta dinámica limita el abanico de temas considerados de interés general, relegando y a veces excluyendo del espacio público las demandas concretas de los ciudadanos.
- e) La idea de solidaridad es interpretada de modo diferente desde el Tercer Sector y desde la Administración, que llega incluso a instrumentalizarla en beneficio propio sin hacerse eco de la ciudadanía. Para corregir esta tendencia es preciso que los medios susciten un debate público donde tenga voz la gente común.

Finalmente, se propuso un escenario común, capaz de articular todas estas aportaciones:



En el primer nivel del gráfico se destaca la falta de conciencia social que lastra las relaciones de la ciudadanía con los demás actores sociales: medios, Administración Pública y organizaciones no gubernamentales. La doble flecha expresa el doble sentido en que se desarrolla esta carencia: los ciudadanos la proyectan sobre los demás actores colectivos y éstos a su vez generan dinámicas que la perpetúan o la agravan.

En el segundo nivel se leen las interdependencias entre los tres actores representados y su recíproco condicionamiento. En el tercer nivel se condensan los rasgos que caracterizan la actuación de cada uno de ellos y justifican las críticas de la ciudadanía:

- Los medios trabajan en función de intereses creados, principalmente económicos y políticos, mantienen una relación de servidumbre con los poderes fácticos y suelen adoptar fórmulas retóricas cargadas de frivolidad, contribuyendo a crear una sociedad del espectáculo.
- La Administración Pública destina fondos insuficientes a los proyectos de acción social, realiza un escaso seguimiento de los mismos y se mantiene alejada de la ciudadanía, lo cual explica el mutuo desconocimiento entre ambos actores.
- Las organizaciones sociales suelen trabajar de forma descoordinada, ignorando las iniciativas ajenas aunque se ocupen de problemas comunes, debido a la carencia de estructuras de coopera-

ción solidaria. De ahí la fragmentación y la atomización. Respecto a las Administraciones y a los medios de comunicación, las ONGs mantienen por lo general una relación de dependencia, incluso clientelar, como demuestran sus enfrentamientos por la caza de subvenciones.

En resumen, la visión compartida por el grupo ilustra una idea central: la desconexión entre la ciudadanía y los demás actores sociales —medios de comunicación, Administración Pública y organizaciones sociales—, que también adolecen de incomunicación en sus interrelaciones recíprocas. Este fenómeno se agrava por la falta de formación y de reflexión de los sujetos colectivos implicados en el proceso, que no llegan a hacerse públicamente cargo de los móviles de sus actuaciones y de las disfuncionalidades que provocan.

#### 12.1.4. *Solidaridad mercantilizada y desvinculación de los ciudadanos: Voluntariado*

Los representantes de las organizaciones no gubernamentales coincidieron con el diagnóstico de la ciudadanía al reconocer la falta de comunicación y las divergencias entre todos los actores sociales.

Aunque constituya una condición imprescindible para la cooperación en las políticas de igualdad y bienestar social, lo cierto es que no existe una *cultura solidaria* compartida que otorgue el protagonismo a la población. Ésta se halla habitualmente marginada en la esfera pública. Y si es débil la conexión entre los medios, la Administración y las ONGs, todavía lo es más el vínculo de esos tres actores con los ciudadanos y de éstos entre sí. Prueba de ello es la cantidad de programas y actividades sociales promovidas por las instituciones públicas o por las organizaciones del Tercer Sector que la gente considera alejadas de sus demandas y necesidades más concretas.

Dominan los modelos verticales de relación hacia afuera —con la Administración— y hacia adentro —en el seno de las propias organizaciones sociales—, de ahí la centralización, la unidireccionalidad, el monologismo y la deriva hacia la tecnocracia. He aquí una de las debilidades más notorias para el desarrollo de una cultura participativa y solidaria.

El grupo reafirmó en este sentido la necesidad de relaciones cada vez más horizontales, que concedan un activo papel a la ciudadanía. También abogó por evitar la subordinación de las organizaciones socia-

les a las Administraciones Públicas. Las ONGs necesitan fondos públicos para implementar sus proyectos y compromisos solidarios, pero deben guardarse de los modelos imperantes, de solidaridad mecánica y tecnocrática, que apenas dejan margen a la participación. Pues aunque la Administración logre rentabilizar sus recursos destinados a la acción social a través de las ONGs, puede que éstas no se comuniquen adecuadamente con la ciudadanía, ni con los medios de comunicación que les permitirían llegar a ella.

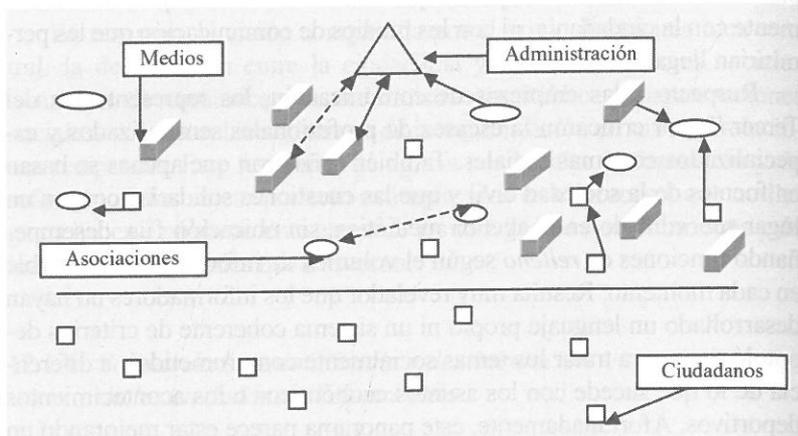
Respecto a las empresas de comunicación, los representantes del Tercer Sector criticaron la escasez de profesionales sensibilizados y especializados en temas sociales. También señalaron que apenas se basan en fuentes de la sociedad civil y que las cuestiones solidarias ocupan un lugar subordinado en la agenda mediática, sin ubicación fija, desempeñando funciones de *relleno* según el volumen de información disponible en cada momento. Resulta muy revelador que los informadores no hayan desarrollado un lenguaje propio ni un sistema coherente de criterios deontológicos para tratar los temas socialmente comprometidos, a diferencia de lo que sucede con los asuntos económicos o los acontecimientos deportivos. Afortunadamente, este panorama parece estar mejorando un poco: los periodistas comienzan a manifestar cierta inquietud por reflexionar conjuntamente y establecer normas consensuadas para abordar cuestiones sociales que suscitan controversia, como —por ejemplo— la inmigración.

Por otra parte, es preciso reconocer que también a las organizaciones de voluntariado les falta profesionalidad en sus actividades comunicativas e informativas. No disponen de suficiente personal especializado capaz de articular estrategias coherentes y eficaces de comunicación *con* y *a través de* los medios, para llegar a la ciudadanía haciéndola participe de sus propias iniciativas.

Alguno de los participantes se atrevió a romper la sintonía del grupo en este punto y criticó el interés de las ONGs por lograr protagonismo en los medios, considerando que este planteamiento refuerza una estructura viciada de subsidiaridad: las organizaciones sociales creen que han de someterse al filtro mediático para alcanzar sus objetivos, mientras que a las empresas informativas no les preocupa ignorar la realidad del Tercer Sector. El grupo reconoció que, en efecto, los medios sólo acuden a la sociedad como fuente cuando carecen de otro tipo de voces para construir sus discursos.

En definitiva, la visión predominante en el grupo denuncia la descoordinación y la falta de solidez de las relaciones entre los medios, la Admi-

nistración y las ONGs, así como entre todos ellos y la ciudadanía. En lugar de una *cultura* lo que se está imponiendo es un *mercado* de la solidaridad, regido por la lógica del interés y el beneficio, que excluye al grueso de la sociedad como actor protagonista de las iniciativas de acción social y bienestar público. Así fue representado gráficamente el escenario:



## 12.2. PUESTA EN COMÚN Y VOTACIÓN DE LOS DIAGNÓSTICOS

Una vez elaborados los diagnósticos de cada grupo, se procedió a su puesta en común y a su votación individual, por parte de cada uno de los participantes en el taller. La principal regla del procedimiento era que nadie podía votar a favor del escenario dibujado por su propio grupo.

1. La visión de los técnicos de la Administración Pública fue apoyada por el voluntariado (2 votos), los periodistas (1) y los ciudadanos (1): en total, 4 votos. En ella se impugnan los modelos vigentes de comunicación, tanto interna como externa, así como la falta de estructuras de participación social. No obstante, se constata un cierto progreso, estimulado por las NTICs.
2. El diagnóstico de los periodistas, que destaca la baja cultura comunicativa de las ONGs como causa de la desinformación sobre temas sociales, sólo fue validado por 2 votos —sorprendentemente, del colectivo criticado.
3. La propuesta ciudadana fue respaldada de modo casi unánime por el voluntariado de las organizaciones sociales (9 votos) y final-

mente consiguió 12 votos. Desde esta perspectiva, la ausencia de compromiso y de conciencia solidaria es compartida en similar medida por todos los actores sociales, comenzando por la propia ciudadanía, lo cual lastra sus relaciones respectivas y obstaculiza la construcción de una *cultura solidaria*.

4. El análisis y la perspectiva de las ONGs afirma que la desconexión entre las organizaciones sociales, la Administración Pública y los medios de comunicación se traduce en formas centralizadas, jerárquicas y poco solidarias de interrelación. Esta tesis fue apoyada por los representantes de la Administración Pública (7 votos), la casi totalidad del grupo de informadores (4) y la ciudadanía (3); en total, 14 votos.

El respaldo mayoritario a las conclusiones del voluntariado social permite dos posibles interpretaciones: la que entiende la *cultura solidaria* como una organización de vínculos comunicativos y puntos de encuentro entre ciudadanos, medios, Administración y ONGs; y la que —desde una perspectiva menos crítica o más posibilista— indica los cambios necesarios para entender y mejorar la situación actual. La primera interpretación coincide en gran medida con la que han ofrecido los representantes de la ciudadanía, pero se opone a su enfoque «negativo», que atribuye un carácter sistémico-estructural a las deficiencias señaladas. El Tercer Sector apuesta por una visión más constructiva y creativa, basada en alternativas de carácter organizacional.

Como ya hemos señalado, casi todos los participantes rechazaron el diagnóstico de los informadores. Éstos criticaron la poca cultura informativa de las ONGs como causa de la marginación de las cuestiones sociales en los discursos mediáticos, sin asumir suficientemente sus propias responsabilidades y sin advertir la multilateralidad del problema. Para la mayoría de quienes participaron en el taller, la clave se encuentra en el tipo de comunicación —o incomunicación— que mantienen entre sí todos los actores sociales, lo cual exige una transformación integral de su red de relaciones, más allá de las actuales inercias de lento acercamiento.

### 12.3. TALLER DE INICIATIVAS

El diagnóstico final, respaldado mayoritariamente, coincide básicamente con las conclusiones del taller de iniciativas, que destacaron la importancia de las redes de vinculación como el principal problema y por

tanto la clave de toda intervención para generar una *cultura solidaria* en la provincia de Sevilla.

El trabajo del taller sirvió para esbozar vías de acción cara al futuro, articulando un programa de cooperación entre los periodistas, la Administración Pública, los ciudadanos y las organizaciones sociales. El debate se centró en la praxis discursiva de los medios locales, que en lugar de enquistarse en sus propias rutinas deberían contribuir eficazmente al desarrollo de las políticas públicas y las iniciativas ciudadanas de participación, inclusión y solidaridad.

Este taller se organizó en cuatro grupos mixtos (A, B, C, D), integrados por miembros de cada uno de los colectivos mencionados. Tras reflexionar individualmente, se procedió a la discusión y al establecimiento de un conjunto de directrices y propuestas concretas de acción, identificando concretamente los agentes, los recursos, las mediaciones y los procedimientos implicados. Cada grupo fue invitado a jerarquizar sus contribuciones por orden de importancia y a hacer recomendaciones a los diversos actores colectivos. Finalmente, las propuestas se sometieron a votación.

Para orientar el trabajo se lanzaron estas cuestiones: ¿Qué acciones permitirían avanzar en una colaboración productiva y sostenible entre ONGs, medios de comunicación y Administraciones Públicas? ¿Cómo organizar las iniciativas solidarias para su difusión entre la ciudadanía? ¿Qué estrategias deben considerarse prioritarias en materia de comunicación?

Los resultados de la sesión fueron sintetizados y comentados públicamente. También se realizó una evaluación de la jornada y se explicó el procedimiento de recogida de datos para la elaboración del informe que está en la base de este libro.

De los resultados más sobresalientes cabe destacar la brecha entre los mediadores de las empresas periodísticas y el resto de actores, que coincidieron en señalar el papel adverso de las industrias informativas respecto a las iniciativas de solidaridad. Por otro lado, se manifestó una actitud favorable a la definición de espacios de consenso o al menos de encuentro entre informadores, técnicos municipales, profesionales o voluntarios de organizaciones sociales, y ciudadanos.

### 12.3.1. Grupo A

Tras una breve recapitulación de las visiones expuestas hasta el momento en una síntesis valorativa equilibrada, los participantes del grupo A discutieron sus propuestas de acción.

El taller enfrentó a quienes apuestan por canales de comunicación alternativos y a quienes simplemente procuran un mayor impacto en los medios convencionales. Estos últimos pretenden centrar los esfuerzos en una mejor y más efectiva difusión mediática de las problemáticas sociales en la provincia, mientras los primeros denuncian la jerarquización arbitraria e incluso la clausura de la agenda informativa respecto de ciertos temas, por lo que se sienten impelidos a buscar vías de comunicación alternativas. Además, subrayan la importancia de la formación crítica, mediante una educación en comunicación que fomente la participación ciudadana para construir *otra* cultura, socialmente comprometida. Finalmente, la controversia se disolvió y se llegó a un acuerdo: ambas estrategias deben ser consideradas complementarias y no antagónicas, pues ninguna de ellas aisladamente puede lograr la transformación de la esfera pública y el asentamiento de una *cultura de la solidaridad ciudadana*.

También se habló de promover políticas informativas desde las instituciones públicas con el objetivo de cambiar la agenda de los medios locales. Para ello sería útil disponer de gabinetes de prensa y recursos humanos en cada unidad, gestionados de modo descentralizado. Asimismo, se consideró importante mejorar la comunicación interna, sobre todo en los departamentos dedicados a asuntos sociales. Respecto a las organizaciones sociales, se advirtió la importancia de garantizar su autonomía respecto a la Administración. Finalmente, pareció conveniente propiciar foros de encuentro entre los actores de los distintos sectores con responsabilidad en materia de bienestar social, igualdad y solidaridad, incluyendo a los medios de comunicación y a la ciudadanía. De este modo podrían abrirse líneas de coordinación, debate, formación y recíproco entendimiento en pos del desarrollo local solidario. Esta propuesta de acción fue juzgada la más urgente y necesaria por todos los miembros del grupo.

### 12.3.2. Grupo B

Al evaluar conjuntamente las visiones presentadas en la sesión plenaria, este grupo destacó en primer lugar la «casualidad» de que el escenario esbozado por los representantes de los ciudadanos fuese el más votado por las ONGs y que, a su vez, el escenario de las ONGs fuese el más votado por los ciudadanos. En este sentido se remarcó que la función de las ONGs es la defensa de la ciudadanía, de ahí la propuesta de un esce-

nario sensible a sus demandas —que fue apoyada masivamente por los concernidos— y la subsiguiente reciprocidad en el voto.

A continuación se señaló la falta de autocritica en el escenario presentado por el grupo de periodistas, que culparon a las ONGs del pobre tratamiento que reciben los asuntos sociales en la agenda informativa, sin apenas reconocer su propia responsabilidad y la necesidad de ejercer adecuadamente su función mediadora. El grupo comentó a este respecto que los informadores han simplificado en exceso el problema, aunque sea cierto que las organizaciones deberían adaptarse mejor a la lógica mediática para amplificar su poder de difusión y de educación solidaria.

Los técnicos integrados en este equipo rechazaron muchas de las críticas formuladas contra las instituciones públicas, fundamentalmente las esgrimidas por las ONGs y los ciudadanos, que tratan la Administración como una entidad homogénea sin advertir que también ella está compuesta por ciudadanos con sensibilidades muy diferentes.

Frente a esta opinión se contraargumentó que el objeto de crítica no deberían ser las personas, sino el sistema administrativo como tal: su estructura, sus dinámicas características, su lógica, sus normas y su burocracia. Para cambiar tal sistema se hace prioritaria la concienciación del funcionariado, habitualmente apático y poco comprometido, debido a la desmotivación y despersonalización que generan la rigidez estructural, la sumisión al poder y las confrontaciones políticas internas.

Tras estas evaluaciones, se cedió un espacio a la reflexión personal para que cada participante expusiera su particular propuesta de acción, especificando qué hacer, cómo llevarlo a cabo y quién debería liderar la iniciativa. He aquí las propuestas efectuadas:

1. Establecimiento de una *plataforma de encuentro* entre ciudadanos, ONGs, medios de comunicación y Administración Pública, que se responsabilice de publicaciones periódicas y de la organización de proyectos de acción social en la ciudad. El liderazgo de la plataforma sería rotativo, con la participación de todos los grupos de actores implicados. Esta propuesta, dirigida a todos los grupos, recibió 2 votos: uno de los medios y otro de las organizaciones sociales.
2. *Profesionalización* de las actividades de *información y comunicación* en los colectivos sociales, hasta lograr que las ONGs constituyan una *fuentes alternativa* para los medios, frente al predominio de las fuentes institucionales. Esta recomendación a las

- organizaciones sociales fue respaldada por un representante de la ciudadanía.
3. Creación de un *organismo permanente de intercambio y participación* de los cuatro actores sociales, favoreciendo una interconexión global —no sólo bilateral— que comprenda a todo el sistema. Tal organismo podría contar con la coordinación o *mediación de un agente externo*, como por ejemplo la Universidad. Esta recomendación se dirigió a todos los grupos y recibió 6 votos: 4 de la Administración, 1 de las ONGs y 1 de los ciudadanos.
  4. Instalación de un buzón permanente de sugerencias dirigidas a los medios de comunicación, para darles a conocer las necesidades y sensibilidades de todos. Se podría ubicar en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Nadie llegó a otorgar su voto a esta recomendación.
  5. Diseño de una *red de (re)educación popular* para interpelar al ciudadano y promover su conciencia social. A ello podrían añadirse otras actividades o intervenciones comunitarias similares, orientadas a la formación en valores, como —por ejemplo— la celebración de ferias culturales, teatros populares, foros, charlas, exposiciones artísticas, encuentros entre diversos grupos étnicos o culturales, etc. Estas iniciativas podrían ser impulsadas por las instituciones públicas, pero quedarían abiertas a la participación de todos los actores sociales. Esta recomendación fue dirigida a la Administración y contó con 3 votos: de los técnicos, los voluntarios y los periodistas.
  6. Fomento de la idea de servicio al otro como base de cualquier intervención comunitaria, que por principio debería ser liderada por todos los actores. Esta recomendación general no fue respaldada por nadie.
  7. Reducción del cupo de recetas médicas prescritas a mayores y pensionistas, concienciándoles de la necesidad de racionalizar el gasto público. Para que esta medida fuera efectiva sería preciso realizar un seguimiento del colectivo y de los médicos que lo atienden. Esta recomendación a la Administración fue ratificada por un voto de los ciudadanos.
  8. Organización de *foros, grupos de trabajo y acciones destinadas a la participación ciudadana* en los diversos programas de intervención y en los principales procesos sociales. Este tipo de iniciativas deberían nacer de la Administración, las ONGs y los

medios de comunicación, aunque la recomendación se dirigió principalmente al primer actor y recibió un voto de la ciudadanía.

9. Generación de *puestos de trabajo* en el ámbito público para impulsar las *políticas de integración ciudadana* y satisfacer las demandas sociales sin caer en la inercia de los subsidios. Los responsables de esta medida deberían hallarse en todos los niveles de la Administración: central, autónomo y local. Las organizaciones sociales sustentaron con un voto la propuesta.
10. Mejora de los procedimientos de contratación de la Administración Pública, dando mayor publicidad a las ofertas laborales y garantizando la idoneidad de los seleccionados. Nadie votó a favor de esta medida, que fue sugerida a la Administración.

Antes de finalizar, se discutió sobre la jerarquía de prioridades respecto a estas recomendaciones y se otorgó la mayor importancia a la creación de una *plataforma permanente de encuentro entre todos los colectivos*, pues las demás propuestas podrían derivar de ésta. La principal función de tal plataforma sería garantizar la colaboración y participación de los medios, la Administración, las ONGs y la ciudadanía en cualquier iniciativa solidaria. Dado que el liderazgo de las acciones solidarias puede implicar intereses alejados de las necesidades ciudadanas, urge un debate público para clarificar de forma coherente y participativa quién debe protagonizar las acciones y programas de solidaridad ante cada problemática local. En la mencionada plataforma convendría que ese papel fuera asumido por alguna entidad externa como la Universidad.

Respecto a la necesidad de una *conciencia cívica* se observó que la población se implica activamente en la defensa de sus propios intereses cuando las instituciones y organizaciones le reconocen voz y voto, como han revelado los presupuestos participativos en Sevilla.

### 12.3.3. Grupo C

El tercer grupo mixto identificó cinco áreas prioritarias de actuación:

1. Las *políticas informativas/comunicativas* de los diversos organismos públicos y sociales, que deberían ser coordinados por una agencia. Esta iniciativa fue respaldada por 4 votos: 3 de las ONGs y 1 de la Administración.

2. Las *reformas administrativas* oportunas para promover una *conciencia ciudadana* y orientar socialmente el contenido de los medios públicos de información. A tal fin, el grupo propuso un *estudio de las inquietudes y necesidades* de los ciudadanos en este ámbito. La propuesta recibió un voto de las organizaciones sociales.
3. La *cooperación entre la Administración Pública y las ONGs* para la difusión de los retos de la solidaridad y el incentivo a la participación ciudadana mediante reuniones periódicas. Los técnicos apoyaron con un voto esta sugerencia.
4. La *educación crítica de la recepción* para generar formas *alternativas de comunicación*. Las ONGs le concedieron un voto.
5. Creación de un *foro de «comunicación solidaria»*. La recomendación recibió 4 votos: 3 de las organizaciones sociales y 1 de la ciudadanía.

El grupo sólo presentó en la sesión plenaria la primera y la última de estas iniciativas.

#### 12.3.4. Grupo D

El último grupo recogió las siguientes propuestas:

1. Las ONGs deberían hallar fuentes de financiación que corten su dependencia de las Administraciones. También han de profesionalizar sus prácticas comunicativas, disponiendo de gabinetes y mejorando la formación del voluntariado en la relación con los medios para garantizar una mejor cobertura de los mensajes sociales. Además, son necesarias otras formas de vertebración con la ciudadanía que favorezcan la influencia del Tercer Sector como fuente informativa y como sujeto de interlocución con las instituciones públicas.
2. Las estructuras mediáticas han de ser transformadas para evitar su deriva comercial y reorientar la agenda informativa en un sentido más social. Se hace imprescindible una mayor especialización de los periodistas en materia de desarrollo y participación. Por otra parte, hay que abrir espacios de comunicación alternativos.

3. La enseñanza básica, desde el nivel infantil, tiene que garantizar la educación en el compromiso social a través de materias apropiadas, con mayor peso en el currículo.
4. Se hace precisa una reforma administrativa que estimule un funcionamiento más ágil de las instituciones públicas, al servicio de la sociedad.
5. Los diversos actores sociales deben realizar autodiagnósticos, examinando críticamente los modelos organizativos y comunicativos que rigen su interrelación y sus prácticas habituales, *ad intra* y *ad extra*, reorientándolos hacia la construcción de una *cultura solidaria* y participativa.
6. Resulta urgente un proceso participativo de reflexión para saber qué sociedad queremos construir y qué estrategias comunicativas proyectamos diseñar con este fin.
7. Es importante impulsar la sensibilización ciudadana y la participación a través del aprendizaje contando, por ejemplo, con un medio de comunicación local que aglutine a cada uno de los barrios o distritos de la ciudad.

En su balance final, el grupo apostó por los *programas de formación* dirigidos a todos los sectores, para favorecer la apropiación de las herramientas de comunicación. También solicitó la puesta en marcha de *metodologías participativas* que se materialicen en foros y *espacios de autodiagnóstico*, donde se analice críticamente la cultura informativa en la Administración Pública, las ONGs y los propios medios de comunicación.

#### 12.4. PUESTA EN COMÚN Y VOTACIÓN DE LAS INICIATIVAS

##### 12.4.1. Grupo A

El primer grupo mixto propuso un *foro abierto y permanente* para el intercambio, la coordinación y la construcción de consenso entre la Administración Pública, los medios locales de información, las ONGs, el voluntariado y la ciudadanía. Este foro serviría como herramienta para favorecer *redes de cooperación horizontal* entre todos los actores sociales, a partir de las cuales nacerían proyectos de sensibilización y difusión de los retos de la solidaridad en Sevilla. La iniciativa fue apoyada por 14 votos.

#### 12.4.2. Grupo B

El segundo grupo apostó por la creación de un *organismo* que garantice un *proceso de comunicación* permanente entre todos los actores sociales, mediado por un agente externo o por un actor interno con cargo rotativo. Este organismo debería favorecer interconexiones simétricas, así como sinergias que dieran lugar a actuaciones conjuntas con objetivos y resultados concretos. 16 votantes se inclinaron a favor del proyecto.

#### 12.4.3. Grupo C

Este equipo de trabajo presentó dos propuestas distintas. Una de ellas fue la constitución de un *foro permanente de comunicación solidaria*, respaldado por 19 votos. La otra idea, sustentada por 13 personas, fue crear una *agencia andaluza de comunicación*, que habría de coordinar todas las actividades informativas y comunicativas en temas relacionados con el desarrollo social, abriendo espacios a la ciudadanía para su legítima apropiación de los medios.

#### 12.4.4. Grupo D

Aquí también surgieron dos propuestas. La primera fue respaldada por 16 votos y la segunda por 15. La más votada se refiere a la elaboración de *modelos participativos* en todos los sectores, que serían articulados en una propuesta integral, incluyendo *foros de reflexión* y otros espacios de *análisis crítico y diagnóstico participativo*. La segunda trata de cubrir la necesidad de *formación* de todos los actores sociales, para conocer los *usos de las herramientas de comunicación* y favorecer su *apropiación reflexiva*.

De los datos obtenidos se infiere que tanto los técnicos de la Administración Pública como el voluntariado social se decantan mayoritariamente por la *creación de espacios y organismos bilaterales de interlocución horizontal*, que contribuyan a una mayor vinculación y entendimiento recíproco, propiciando estrategias de difusión comunes. Esta propuesta, mantenida por el Grupo B, obtuvo el respaldo de 7 representantes de la Administración y de otros 7 miembros del Tercer Sector, lo

cual contrasta con el único voto recibido de los ciudadanos, por una parte, y de los periodistas, por otra.

Los informadores locales apuestan por establecer una *agencia local* (Grupo C.2) que filtre y coordine los esfuerzos de los diferentes colectivos, mediante una estructura más formal y profesionalizada, aunque también valoran positivamente los foros de comunicación horizontal.

En lo que concierne a la participación en la construcción de la agenda pública local, las opiniones se distancian. Mientras los periodistas apenas consideran las iniciativas de *diagnóstico, participación y apropiación social* en los procesos comunicativos, los ciudadanos les conceden 4 votos y el Tercer Sector, 8. Para estos dos actores, tales propuestas atienden nada menos que a las condiciones prioritarias que deben regir todos los programas de futuro.

Especialmente sorprendente es la posición de los profesionales de los medios respecto a la formación. Aunque en su diagnóstico resaltan las carencias de las ONGs en el ámbito comunicativo, tras sus propuestas subyacen modelos de información y comunicación excesivamente convencionales, donde los programas formativos quedan relegados a un segundo plano. La segunda contribución del Grupo D, orientada específicamente a la formación, sólo obtuvo un voto de los periodistas.

La ciudadanía cae en una contradicción análoga. Quienes anteriormente habían remarcado la necesidad de una pedagogía y concienciación cívica, no ponen la misma insistencia en los programas formativos.

En cambio, el voluntariado social sí reconoce la importancia de la educación en comunicación para alcanzar un desarrollo solidario, pese a que su diagnóstico se centró más bien en la desvinculación entre los actores sociales.

Llama poderosamente la atención que ninguna de las propuestas finales objeto de votación se dirigiera a satisfacer las carencias de la Administración y de las ONGs en lo que concierne a sus políticas comunicativas. Esta omisión resulta tanto más grave cuanto con mayor claridad ha sido percibida por los participantes en el taller.

## Los mediadores de la solidaridad

A los (auto)diagnósticos y las prospectivas elaborados en los talleres de visiones e iniciativas hemos añadido las interpretaciones que ofrecieron los periodistas al ser entrevistados. Hemos querido dilucidar con mayor hondura las lógicas que rigen la autocomprensión de los informadores a través de entrevistas en profundidad, para tratar de comprender su función mediadora desde una perspectiva simultáneamente etnometodológica y crítica.

Los protocolos de investigación etnometodológica exigen aproximarse a los individuos o a los grupos desde sus propios parámetros, desde sus propios puntos de vista, descubriendo los argumentos que fundamentan su autocomprensión y —en definitiva— la construcción de sí mismos en cuanto sujetos sociales. Esto evita caer en prácticas sociológicas neocolonizadoras que reproducen en el ámbito intelectual-cultural lo mismo que deploran en el ámbito político o económico: la imposición de las propias categorías conceptuales a los «otros». Tal imposición constituye una sutil forma de dominio porque no sólo manipula la representación de los demás, sino que de algún modo los «hace ser», constituye discursivamente a los representados desposeyéndolos de su poder de autodeterminación.

Cuando en lugar de privilegiar la mirada de la comunidad de «expertos», artificialmente anónima y externa al colectivo que se está analizando, el protagonismo vuelve a los objetos (sujetos) de la investigación social, se democratizan participativamente los métodos y consiguientemente los resultados del estudio. Además, se construye —o conquista— un terreno inalcanzable de otro modo: aquél donde los investigados —mediante sus propias prácticas discursivas— edifican su realidad social, es decir, se autoconstituyen reflexivamente.

Aun siendo tan positiva, la etnometodología —sin embargo— no está exenta de peligros: puede anestesiar el sentido crítico, confundir el respeto con el conformismo y considerar que cualquier discurso es legi-

timo siempre que exprese de modo libre y participativo la autocomprensión de un determinado colectivo. Por eso debe ser completada con otras herramientas de investigación, como hemos procurado mediante la triangulación de técnicas y perspectivas de análisis.

Primero hemos registrado con la mayor fidelidad posible las interpretaciones que los periodistas hacen de su propio trabajo y del trabajo de los demás actores sociales, recíprocamente interrelacionados. Esa interrelación es su principal objeto de información y el ámbito reticular donde el periodismo ejerce su función mediadora. Nosotros no hemos hablado en lugar de los periodistas: antes bien, hemos preferido que hablen por sí mismos; les hemos dado voz, pues les exigimos que ellos a su vez den voz a los otros, sin reemplazarlos como sujetos discursivos. Esto nos ha permitido aproximarnos al concepto de solidaridad en y desde la praxis comunicativa, no sólo teóricamente. Hemos empleado, pues, la etnometodología. Pero hemos soslayado la actitud tramposa de asentir aquiescentes, sin confrontar entre sí las diversas interpretaciones para rehacer y deshacer sus tramas, destapando sus *agujeros*, para percibir su congruencia pero también sus contradicciones. Deseamos abrir —en definitiva— un espacio a los «márgenes», a lo que queda fuera de los discursos periodísticos como entorno respecto del sistema mediático, como su diferencia constitutiva, según la terminología de Niklas Luhmann.

No violamos, pues, la regla etnometodológica más básica: el respeto a los emplazamientos originales desde los cuales se construye la argumentación textual. Sin embargo, no nos limitamos a recoger pasivamente esa argumentación: la sometemos a una hermenéutica crítica que pretende ser autocrítica. Autocrítica, porque refleja las aspiraciones de una parte de la comunidad periodística y de los demás actores sociales, cuyas posiciones trazan la red de coordenadas donde se ubican los medios y cuya polifonía constituye de forma intertextual los discursos informativos.

Las entrevistas articularon cuatro tópicos principales: la mediación periodística, la *cultura solidaria*, las organizaciones sociales y los criterios que rigen la producción informativa.

Respecto a la mediación periodística, se preguntó por la función social de la información, su contribución a la solidaridad y a las políticas de igualdad, y el papel de los periodistas como sujetos implicados en la dinámica del sistema social.

Respecto a la *cultura solidaria*, trató de esclarecerse la noción misma de solidaridad, para valorar desde ahí las acciones sociales y las noticias que dan cuenta de ellas. También se abordaron los principales problemas sociales en la provincia.

Las ONGs fueron objeto de particular reflexión: se consideraron sus funciones, así como sus políticas comunicativas, y se midió su presencia en los medios, particularmente en las secciones de información local.

Al interrogar sobre los criterios que rigen la producción noticiosa en cuestiones sociales se discutió su relevancia, su selección, sus mecanismos de filtraje, su posible ubicación dentro de secciones específicas... Y se hicieron propuestas de mejora.

Entre todos estos tópicos, destacó el primero como eje vertebrador en torno al cual se han de articular los restantes. El énfasis, por tanto, recayó sobre el papel de los medios como *mediaciones* o —desde una perspectiva menos objetivante— como actores mediadores en los procesos de construcción de lo social. A partir de esta problemática se interpretó su función pública, tanto en un sentido amplio como específicamente referido al tejido de vínculos de solidaridad y a su plasmación en formas políticas y culturales.

También se preguntó a los profesionales de la información acerca de sí mismos en cuanto sujetos individuales con un cierto —aunque limitado— margen de iniciativa dentro de los medios donde trabajan.

El escenario fue, por tanto, descrito en términos sistémicos y en términos de acción, intermitentemente. Entre esas dos claves emergió el concepto y la realidad de las redes —organizadas o no formalmente— que articulan a la ciudadanía con los colectivos sociales y con las instituciones públicas a través de la mediación periodística.

Al desarrollar esta interlocución en unas ocasiones se distinguieron y en otras se mezclaron la esfera de lo público y la de lo privado, o más concretamente: el bien público y los beneficios privados, el interés común y los intereses particulares. Sorprendentemente, parece que los periodistas no discernen con claridad estos ámbitos, de ahí que a veces atribuyan a su sensibilidad lo que debería corresponder a su responsabilidad como servidores del orden público y que frecuentemente justifiquen la prevalencia de criterios mercantiles en su trabajo. «Lo importante es la actitud que se tenga hacia esa información; nosotros lo que tenemos es sensibilidad, sensibilidad ante este tipo de información; tenemos sensibilidad hacia esa fuente de información, como puede ser una ONG o como puede ser cualquier aspecto del voluntariado» (Informante II).

Por otra parte, se aprecia una concepción casi exclusivamente instrumental de la política, que hace de la esfera pública un terreno impermeable a consideraciones éticas y que no sólo se aleja de la ciudadanía, sino que incluso se contrapone a ella. Indirectamente, esta premisa

otorga carta de legitimidad a la incomunicación entre los diversos actores sociales y esteriliza todo conato de reconstruir su relación.

La concepción que de la *cultura solidaria* manejan los entrevistados parece reducirse a la difusión ocasional de iniciativas sociales lideradas por ONGs; de ahí que carguen sobre ellas el grueso de la responsabilidad en este ámbito. La comunicación en torno a las políticas públicas no sólo aparece en segundo lugar, sino que —una vez más— queda reducida a la transmisión de un conjunto de datos, en lugar de apuntar a la formación de una opinión razonada, crítica y —sobre todo— pública, que no sólo reciba tales informaciones o se beneficie de esas políticas, sino que delibere acerca de ellas y en último término protagonice su gestación.

Nada tiene de extraño que, a partir de una visión tan miope, se omita todo lo que concierne al seguimiento de esas políticas o —más aún— a la revisión del sistema por parte de los actores sociales, de modo que la autorreproducción sistémica no sea automática, ni dependa de una lógica anónima. Esa dinámica autopoiética debería contar con una mediación discursiva capaz de devolver el protagonismo a quienes se hallan implicados en ella y se sienten obligados a someterse a su mecánica; debería resubjetivizar todos los procesos sociales, comenzando por los mediáticos. Un compromiso firme y duradero de los medios con las problemáticas sociales exigiría —además— reformular los criterios de lo noticiable, para no limitarse a registrar sólo lo espectacular o llamativo.

Ciertas voces han descrito el periodismo social como un campo emergente en la última década, que se manifiesta en una creciente incidencia de los asuntos relacionados con la participación y el desarrollo. Además, la mayoría de los informantes ha reafirmado la dimensión pública de su función social, hablando de sí mismos como servidores públicos, puentes de diálogo comprometidos con la audiencia y la ciudadanía de Sevilla. Algunos se autocalifican como «intermediarios casi directos con los ciudadanos», capaces de aproximarse —en el plano local— a lo más cercano, a lo más cotidiano de la gente común. Ahora bien, ¿respecto de qué o quién se establece esa intermediación? Las entrevistas permiten deducir que el referente principal son las Administraciones Públicas; de ahí que se identifique la función mediadora del periodismo con la de una «correa de transmisión entre administradores y administrados». Inadvertidamente se ha producido una mutación importante: de la mediación dialógica en el amplio contexto de la ciudadanía hemos pasado a una transmisión unidireccional de mensajes. Los periodistas locales se sienten así obligados a admitir que ejercen una misión de «pontificado» entre los poderes públicos y la au-

diencia. ¿Consiste en esto su función pública, formalmente tan apreciada?

Esta deriva se acentúa con la dimensión mercantil del oficio, que los informantes confiesan sin ambages, aunque siempre la atribuyan a imperativos sistémicos y nunca a motivaciones personales. Al interés público parecen anteponerse con frecuencia los intereses empresariales. Los entrevistados llegan a describir el compromiso solidario del periodismo como una cuestión de imagen corporativa y beneficios económicos, exhibida en el escaparate de las portadas y los sumarios. Se afirma incluso que el fin —lucrativo— queda justificado por los medios —la «solidaridad»:

Los medios no son tontos, los medios son empresas que van a ganar dinero, entonces yo *me apunto un tanto* al tener una página dedicada semanalmente a la solidaridad y al presentar a los voluntarios del año y a la gente tan estupenda que hay... Pero, bueno, ya es importante que, aunque sea una marca, ya haya entrado la solidaridad en los medios (Informante IV).

La justificación llega al punto de identificar la función social de la información con la imagen de marca «compromiso solidario», que trata de vender la empresa periodística. «Que sí, que puede parecerle incluso una visión mercantilista, pero digamos que es una visión práctica y pragmática de la realidad en la que vivimos» (Informante III).

Desde otra perspectiva, la solidaridad se concibe como un valor ético que en su versión más exigente equivale a la no instrumentalización y en su versión más modesta significa, simplemente, beneficencia. Los periodistas reconocen que es difícil alcanzar lo primero y habitualmente se conforman con subrayar el interés «humano» o los gestos de «buena voluntad» de los protagonistas de las noticias: «Creemos que hay *buena gente*» (Informante II).

Este planteamiento asegura, por otra parte, que se capte la atención de la audiencia e incluso se la *enganche* emocionalmente. Curiosamente, los mismos que practican esta estrategia sostienen que la legitimidad de las iniciativas sociales radica en su «autenticidad», en que no sean instrumentalizadas para alcanzar intereses espurios. En este punto los informantes contraponen lo social a lo político, que propugna una solidaridad interesada.

En el ámbito de lo social se halla el Tercer Sector con sus organizaciones de voluntariado, por lo general valoradas muy positivamente como el motor de una nueva ciudadanía en Sevilla que se alimenta del

carburante de los medios. Alguno de los informantes llega a afirmar que gracias a ello se perfila un nuevo modelo de ciudad: frente a la tradicional, históricamente desinteresada por los asuntos sociales y ajena a la realidad del atraso, la marginación y la pobreza, se encuentra la ciudad *urbanita*, moderna, solidaria y comprometida con los proyectos colectivos de inclusión e igualdad: «La acción de las plataformas vecinales y sociales y la propia acción de los medios de comunicación son las que terminan por dar *músculo* a la sociedad sevillana» (Informante III).

Los informadores locales de Sevilla presentan, en este sentido, una imagen de sí mismos muy positiva, en la que destacan su función social, su compromiso y su apoyo a los menos favorecidos: «La mayoría de los periodistas son gente joven, con cierta inquietud. Normalmente, cuando estudias periodismo es porque tienes cierta inquietud de algo social, normalmente te interesan los temas de los desfavorecidos, de lo que ocurre en la sociedad» (Informante III).

Los consultados afirman asumir un interés responsable por las problemáticas sociales: entre ellas citan el paro, la migración y la violencia de género. En ocasiones destacan también las necesidades de los mayores, además del chabolismo, un asunto ya histórico en Sevilla. Sin embargo, sólo en un caso hacen referencia a la situación de los menores y ni siquiera aluden a los discapacitados. Sea como fuere, el colectivo de los periodistas se autodefine como un actor comprometido con las cuestiones y las organizaciones sociales:

Cualquier ONG que plantee un proyecto, que plantee una necesidad y nosotros consideremos que eso es interesante para el conocimiento de la gente, pues lógicamente le daremos el valor necesario, el valor que entendemos que tiene que tener en un informativo o en un programa televisivo sin ningún problema; nosotros entendemos, le damos bastante importancia a toda la información derivada de la función social de las ONGs (Informante II).

Ahora bien, esta valoración positiva del Tercer Sector tiene sus excepciones. Algunos colectivos no gubernamentales generan desconfianza por su proximidad a la política: «Nosotros procuramos estar, atender, apoyar y colaborar con todas aquellas asociaciones, ONGs, que nosotros sepamos que no están politizadas, que no persiguen un fin partidista» (Informante I).

También se rechazan sus móviles económicos —desde una postura incoherente y en cierto modo hipócrita, dada la importancia que los medios otorgan a sus propios intereses comerciales:

Primero convencernos a los medios de comunicación de que este tipo de iniciativas solidarias son interesantes, son importantes para la ciudad y —oiga, apóyennos en este asunto porque lo consideramos interesante— sin una vinculación comercial, sin dinero por medio, porque creemos que es importante. Yo creo que los medios, todos, hubiéramos entrado en mayor medida, pero cuando ya mercantilizas una iniciativa que debería ser solidaria y, por tanto, sin intereses económicos, políticos, partidistas y demás... Pero como las cosas no se hacen, bajo mi modesto punto de vista, bien en ese sentido... pues la situación es ahora mismo la que es, es decir, partimos de lo que te dije al principio: mientras en las iniciativas solidarias estén detrás Administraciones, partidos políticos e intereses de todo tipo, pues yo soy ligeramente pesimista con respecto a esta situación (Informante I).

La contradicción en este punto parece insoslayable, pues por una parte se impone a las organizaciones el distanciamiento de la política como una garantía de integridad ética: los mensajes sociales no deben ser «contaminados». Se sostiene que la búsqueda de la igualdad, la justicia y el bienestar social debe discurrir por cauces ajenos a la política. Sin embargo, por otra parte, la politización de la solidaridad se considera inevitable, pues la política es definida como un subsistema que fagocita a todos los demás. Ante ello parece que las ONGs no pueden hacer nada: «Bueno, al final todo está mezclado; afortunadamente, eso no es malo, yo no creo tampoco en esa utopía de movimientos sociales no contaminados por la política, eso es para mí una ingenuidad tremenda y estar alejado de la realidad» (Informante III).

En otro momento se dice explícitamente que la acción solidaria debe ser «vendida». «Hay que vender, hay que saber vender el producto (...), toda iniciativa solidaria, a una noticia, a un spot» (Informante I).

Algunos entrevistados aconsejan aprovechar la coyuntura actual, favorable en este sentido: «Hay una creciente hipertrofia de la información local y eso multiplica también la atención hacia todo lo que hace relación a las políticas sociales» (Informante III).

Al Tercer Sector se le hacen otras recomendaciones también parcialmente contradictorias. Uno de los informantes con larga experiencia en temas sociales confiesa que es difícil que los medios incorporen este tipo de cuestiones y utilicen como fuente al voluntariado, debido a la falta de credibilidad de las ONGs en las redacciones:

Las barreras de los medios es que cuando se manda un fax y... entre lo que te ha llegado a la redacción y tu editor, si el redactor jefe eli-

ge, te aseguro que eso será lo último, porque todavía en los medios no hay conciencia, no hay conciencia de que las ONGs puedan darte información. NO se creen eso todavía. No, no se consideran fiables (Informante IV).

Por eso se insta a las organizaciones sociales, urgiéndolas a que se profesionalicen y se doten de gabinetes de comunicación: «A veces critican por qué es Intermón, Médicos Sin Fronteras... los que más salen. Pues, mire usted, porque tienen un gabinete de comunicación estable, invierten en comunicación dinero, y eso se nota» (Informante IV).

Ahora bien, al mismo tiempo se advierte con preocupación que es precisamente la proliferación de gabinetes lo que hoy erosiona la agenda informativa, crecientemente sobresaturada y filtrada:

Cada día se reciben más llamadas, más correos electrónicos, más faxes de gabinetes de comunicación que llevan asuntos a empresas, instituciones, organismos... Cada día recibes más fotos, porque todo el mundo tiene una digital y todo el mundo te quiere vender su producto. En muchas ocasiones te vienen ya con el título y la entrada. ¿Qué ocurre?, que tenemos que estar muy atentos a ese fenómeno, porque si no terminamos convirtiendo los periódicos y en general los medios en una especie de *Carrefour* de la información (Informante III).

Y continúan vertiéndose opiniones opuestas: «La insistencia es un valor capital, pero sabiendo vender tu producto, claro. Si tú me vendes ahora mismo una historia que tú te das cuenta de que no llega, pues eso (...)» (Informante III).

Ante este mosaico de afirmaciones diversas, no queda claro si es positivo o negativo tratar la solidaridad como un producto más en el mercado informativo, empleando estrategias de *marketing*. En cualquier caso, los periodistas plantean a las ONGs el reto de organizarse mejor y aprender a comunicar, «no dispersarse tanto», centrar sus esfuerzos en una nueva política de comunicación que haga más visibles sus actividades. Para ello deben luchar sostenidamente hasta hacerse con un espacio propio en los medios. Los periodistas emplean argumentos de tipo técnico —falta de personal, formación especializada, tiempo...— para justificar la actual estrechez de ese espacio: «No hay sitio para tanto y no podrías... Mucha gente dice: “Hombre, es que no salen.” No salen, no (...), es que el espacio no es infinito en los medios de comunicación y no hay tanto (...), y es difícil» (Informante III).

Se carece, asimismo, de audiencia. Al preguntar por qué los medios no suelen dedicar secciones específicas a estos temas, considerando su relevancia y la función social de la información, los entrevistados replican que una sección de solidaridad en los medios locales no se sostendría: «A mí me parece un escaparate mediático, no otra cosa. Eso que lo haga Canal Sur para sus cuotas de la mujer y de los desfavorecidos, pero es una fantasía, es una irrealidad» (Informante III).

Los programas o simplemente las noticias solidarias suelen tener poco impacto, son poco seguidas por la gente. Vuelven a surgir en este punto las consideraciones mercantiles: esas informaciones no resultan rentables. De ahí que resulte más apropiado tratarlas en los medios públicos que en los privados.

Este tipo de argumentos se reviste de racionalidad: los patrones de selección y encuadre de los temas dicen responder al interés general. Pero en el fondo está claro —incluso para los entrevistados— que se trata de una pseudo-racionalidad, una racionalidad meramente instrumental donde prevalecen criterios funcionales al servicio del sistema capitalista, su mercado y sus dinámicas de poder: «La información es la que hay y no se puede inventar, pero de otro lado es fruto de inercias, de la propia precariedad de los medios de comunicación y también de (...) que los medios de comunicación se han convertido en una especie de hipermercado de la información» (Informante III).

Las referencias a la empresa o al «equipo de redacción» dibujan otra línea argumental de justificación: el corporativismo. Éste se trasluce en «la línea editorial de la casa» y en la jerarquía centralizada que rige la toma de decisiones dentro de los medios: «Sabemos exactamente cuáles son esos criterios y cuál es la línea editorial de la casa, y no debe haber problema» (Informante II).

Sorprendentemente, llega un momento en que los periodistas confunden este paisaje corporativo con la normalidad social, con la lógica «natural» que se supone engañosamente la base de toda producción informativa. Desde esta falsa perspectiva, el único filtro determinante sería «la necesidad informativa del momento», que se autolegitima tautológicamente: «Las noticias son las que hay que contar, y se cuentan porque tienen todos los condicionamientos para poder ser contadas como noticias» (Informante II).

Todo esto afecta a la coherencia de los discursos periodísticos y de la praxis que les da origen, poniéndolos en circulación y reconstruyéndolos mediante una recepción activa. Concretamente, se evidencia la dificultad de construir una agenda local bien hilvanada con las noticias del día. Los

entrevistados son incapaces de reconocer algún criterio que la dote de sentido sin caer en la tautología; no explican por qué se incluyen algunas informaciones banales y se excluyen otras de mayor interés social.

En resumen, la mayoría de los periodistas entrevistados reconoce la función social de las ONGs en las políticas de igualdad y dice que mantiene con ellas relaciones cordiales. En general, efectúa una valoración positiva, pero con matices y excepciones: además de la influencia de intereses espurios, es criticada la baja calidad del trabajo informativo de las organizaciones. Su escasa presencia mediática se atribuye a una deficiente profesionalización y a las carencias de su cultura comunicativa, sin apenas autocrítica por parte de los informadores:

Yo sí que puedo afirmar que la mayoría de los medios de comunicación queremos identificarnos con la ciudad en la que trabajamos, queremos identificarnos, queremos que nuestro papel vaya un poco más allá del mero transmisor de información y de noticias, queremos colaborar, queremos que nuestra ciudad sea mejor, queremos evitar situaciones como las de las Tres Mil Viviendas, queremos *co-laborar*, colaborar, pero en igualdad de condiciones y sin intereses... que no vienen al caso (Informante I).

Esta cita apunta indirectamente el error esencial que deben soslayar los periodistas cuando se replantean su función mediadora: reducir la *comunicación solidaria* a un problema de «traslado» a los medios de los «productos» de las organizaciones sociales, que deben aprender a «venderlos».

Uno de los entrevistados recuerda: «...los medios de comunicación como tales deben dar respuestas sociales, son un agente de cambio también en el fondo» (Informante III).

Los medios no sólo son importantes para que las ONGs realicen y hagan visible su labor social. Tampoco basta reconocer que el periodismo constituye y legitima a los demás actores sociales, asignándoles un emplazamiento en la arena pública: «Es decir, en la sociedad o sabes comunicar lo que quieres hacer y lo que quieres contar, o estás condenado a no aparecer, y si no apareces en los medios, no eres nadie. (...) Ésa es la realidad que vivimos» (Participante III).

Antes bien, es precisa una profunda toma de conciencia de los profesionales de los medios, una autocrítica personal y una crítica sistémica que apuesten por un nuevo marco de (inter)relación, posibilitando una auténtica mediación entre todos los actores sociales. Ello exige renovar las rutinas de la producción informativa y acudir a las fuentes de la so-

ciudad civil organizada: «A la gente de las ONGs no le tienes que poner el rótulo “ONG”, la gente de las ONGs son profesionales —de lo que sea, pero son profesionales—, con lo cual tienen una información tan fiable como la que te pueda dar otra persona, o —por lo menos— te permiten encontrarte con otra opinión, simplemente con otra» (Informante IV).

Más allá del limitado alcance de esta cita, resulta imprescindible que los medios favorezcan la participación, el protagonismo de los implicados en la construcción democrática y en la producción de espacios solidarios. Estas entrevistas han demostrado que para ello se requiere una mejor formación ética y profesional de los periodistas, así como un mayor sentido de responsabilidad social en las empresas informativas.

## Conclusiones

Nuestro propósito inicial era descubrir las posibilidades de generar una *cultura de la solidaridad* a través de las prácticas de comunicación social que se desarrollan en la provincia de Sevilla, especialmente de aquellas que conllevan una mediación periodística. Al aproximarnos al final de esta investigación, creemos que lo hemos conseguido. Ahora disponemos de un mapa más completo de las vías y de los escollos, los espacios de convergencia y divergencia que facilitan o dificultan tal proyecto.

Para llegar hasta aquí hemos efectuado un largo recorrido, analizando críticamente —desde un enfoque cuantitativo y cualitativo, metodológicamente plural— un conjunto de producciones textuales/discursivas en prensa, radio y televisión, que han implicado a diversos actores sociales con el propósito de garantizar el carácter participado de la investigación y de las acciones que de ella deriven.

Las conclusiones detalladas de cada uno de los análisis han sido presentadas al final de sus correspondientes capítulos, por lo que en este apartado final no destacaremos más que cinco directrices principales:

1. Muchas de las observaciones efectuadas en este trabajo remiten a una noción básica en nuestras sociedades democráticas: el ESPACIO PÚBLICO. Del modo de entender este espacio derivan las omisiones y las contribuciones más significativas de los diversos actores implicados en nuestra investigación: ciudadanía, ONGs, Administración Pública y medios de comunicación.
2. De la participación en la construcción de lo público y de lo social depende —asimismo— el modelo de SOLIDARIDAD que se defiende. Según ha demostrado este estudio, falta consenso respecto al significado de este término y abundan las interpretaciones reduccionistas de carácter instrumental o asistencial, atentas a iniciativas puntuales de cooperación, pero incapaces de una visión de conjunto y a largo plazo, culturalmente integrada.

3. Otras directrices apuntan hacia el tipo de RELACIÓN que mantienen entre sí los diversos actores colectivos. Hemos percibido que se trata de una relación deficiente, a menudo reproductora de las asimetrías, injusticias y desigualdades que supuestamente se intentan combatir.
4. Asimismo, hemos constatado la importancia de revisar las estrategias de ORGANIZACIÓN, PRODUCCIÓN y COMUNICACIÓN de todos los grupos, tanto públicos como privados —comenzando por las empresas informativas—, para frenar su deriva tecnocrática y aprovechar todo el potencial de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTICs).
5. La emergencia de realidades sociocomunicativas hasta ahora inéditas exige otro apartado específico en nuestras conclusiones: la creciente legitimidad de la CIUDADANÍA y sus movimientos asociativos —el TERCER SECTOR— está roturando prometedores cauces de PARTICIPACIÓN SOCIAL, abiertos, horizontales y de carácter RETICULAR.

El foco hacia el que convergen estas cinco directrices es la noción y la realidad de la CULTURA como construcción social y sistémica polimórfica. Si repasamos en profundidad cada una de las conclusiones mencionadas, advertiremos su intrínseca dimensión cultural: hemos abogado por una renovación de la *cultura* sociopolítica que favorezca la construcción razonada y participada de la *esfera pública* (1); hemos destacado la importancia no ya sólo de la acción, sino de una *cultura solidaria* (2) que encarne pautas compartidas de representación y compromiso en favor de los menos aventajados; nuevas formas de (inter)relación (3) que vinculen a los diversos actores sociales en una auténtica comunidad donde la comunicación participativa se haga *cultura*; cambios estructurales en el sistema de poder que se traduzcan en una nueva *cultura organizativa, productiva y comunicativa* (4) de los medios, las organizaciones sociales y las instituciones públicas; y la emergencia de una *cultura* de la participación *ciudadana*, el asociacionismo y el trabajo en *red* (5).

Cada una de estas conclusiones puede ser desglosada en una serie de ideas básicas, que recapitulan lo más significativo de este trabajo:

En lo que concierne a la concepción del ESPACIO PÚBLICO, todos los grupos participantes en el taller EASW han reconocido sus deficien-

cias. Los ciudadanos admiten que les falta conciencia cívica; las organizaciones sociales se saben descoordinadas y sometidas a las directrices de la Administración; los funcionarios reconocen que las políticas públicas responden a intereses partidistas y a inercias burocráticas; los periodistas se dicen conscientes de su función pública pero apenas ofrecen cauces expresivos a las audiencias a las que afirman servir, confunden su responsabilidad pública con su sensibilidad personal y alimentan la deriva mercantilista/tecnocrática de sus empresas. En definitiva, todos los actores sociales coinciden en la importancia de alcanzar una concepción consensuada, participada y razonada del espacio público, como base imprescindible para una auténtica democracia.

Con este fin, han acordado unánimemente la conformación de espacios de encuentro y deliberación, que permitan una comunicación fluida, horizontal, entre los diversos actores sociales. En este ámbito, a las empresas informativas se les atribuye una particular responsabilidad, ligada a su función pública de MEDIACIÓN, que debe utilizar herramientas intertextuales y metadiscursivas al servicio de una autopoiesis correctiva del sistema social y no reproductora de su hegemonía. Sin embargo, parece claro que la auténtica renovación de los circuitos comunicativos depende sobre todo del aprovechamiento del potencial de las NTICs para la creación de redes y sinergias impulsadas por el Tercer Sector.

Las organizaciones sociales carecen de un concepto compartido de la SOLIDARIDAD, aunque hoy tienden a desechar los modelos asistencialistas y a subrayar la importancia de la participación/apropiación ciudadana en todos los niveles: diagnóstico, demarcación de objetivos, diseño de la intervención, ejecución, seguimiento y evaluación. Este viraje convierte a la solidaridad en algo más que una meta de los proyectos, pues alimenta todo su ciclo de gestación y desarrollo. De este modo, la solidaridad comienza a entenderse como una dinámica comunicativa que posibilita el tejido de vínculos entre los diversos actores sociales para conformar COMUNIDADES de acción y de sentido, es decir, comunidades identitarias y culturales.

La Administración está comenzando a atisbar este cambio, aunque todavía carece de una visión coherente y sólida al respecto, capaz de sobreponerse a los intereses del poder y al corto plazo. Los medios de comunicación, en cambio, siguen enfocando la solidaridad desde una perspectiva fuertemente reduccionista que delega la responsabilidad sobre la materia en la Administración y —sobre todo— en las ONGs. Respecto

de estas últimas, los periodistas entrevistados mantienen un discurso contradictorio: por una parte, denuncian su falta de profesionalidad y les animan a mejorar sus estrategias de *marketing social*, pero —por otra— critican su dependencia de los poderes políticos y económicos.

Esta confusa argumentación diluye la responsabilidad de las propias industrias informativas en las problemáticas sociales. Los medios olvidan que sus representaciones de la injusticia suelen retroalimentarla, porque estigmatizan a los colectivos que la padecen y no cuestionan el *statu quo*, ya que ello exigiría revisar autocríticamente su propio emplazamiento dentro del sistema de poder. Este emplazamiento explica la distancia de los medios respecto de la ciudadanía y su proximidad a las estructuras hegemónicas, tanto políticas como empresariales. Curiosamente, los textos periodísticos casi nunca muestran la función sociocultural de ONGs en la proyección de identidades minoritarias, étnicas, de género o de otra índole, además de abrir canales de servicios sociales. Esto demuestra que las empresas informativas carecen de una visión consistente y operativa del desarrollo social, y que no saben tratar adecuadamente a los sectores más vulnerables.

La RELACIÓN entre los diversos grupos de actores presenta múltiples deficiencias. La más significativa es su carácter asimétrico y jerárquico, no horizontal. Como acabamos de indicar, la ciudadanía y las organizaciones que la representan mantienen escasas y pobres relaciones con los medios. Ello responde a las raíces estructurales mencionadas, pero también a falta de profesionalización y formación en el ámbito comunicativo. Respecto de la Administración, la ciudadanía organizada mantiene lazos clientelares que no sólo provocan una peligrosa dependencia, sino que enfrentan entre sí a las ONGs en la lucha por obtener financiación y respaldo institucional. Consiguientemente, la relación entre las diversas organizaciones sociales también es problemática e insuficiente, aunque últimamente están emergiendo redes de colaboración prometedoras.

Por su parte, la Administración destaca como protagonista indiscutible en la información mediática, pero carece de estrategias comunicativas consistentes a largo plazo y no parece capaz de establecer un marco normativo-regulador adecuado, que garantice el cumplimiento de la función pública de los medios. Las políticas públicas en materia de comunicación y solidaridad —ámbitos estrechamente interrelacionados— son precarias e insuficientes.

Las estrategias de ORGANIZACIÓN, PRODUCCIÓN y COMUNICACIÓN de los tres actores sociales —medios, Administración Pública y Tercer Sector— son crecientemente tecnocráticas.

En el caso del Tercer Sector esta deriva es especialmente preocupante, porque aparece ligada a un modo concreto de entender la especialización y la profesionalización, con vistas a lograr una mayor competencia en el ejercicio de sus funciones.

Las políticas públicas en materia de igualdad y bienestar social son limitadas por una inadecuada reglamentación y una excesiva burocracia, que provocan disfuncionalidades y no logran satisfacer las necesidades y demandas concretas de la ciudadanía.

Los medios suelen trivializar y tergiversar la *cultura solidaria* reduciéndola a un mercado de la solidaridad: instrumentalizan las representaciones de la miseria al servicio de sus propios intereses lucrativos. Para ello utilizan recursos espectaculares que pretenden atraer la atención de audiencias masivas, pero que abortan la posibilidad de un debate social, reflexivo y razonado sobre las causas de las situaciones representadas. Esta deriva afecta a todos los medios al margen de su adscripción ideológica, pero de modo particular a los audiovisuales de carácter privado. En la información local —ámbito específico de nuestro análisis— la ausencia de implicación solidaria y el bloqueo de la función mediadora resulta especialmente grave, pues el género debería ser propicio a la deliberación y su proximidad debería permitir la participación de todos los actores sociales.

Las rutinas que rigen la producción informativa se justifican también con pseudo imperativos de carácter «técnico» que conducen a los simulacros de la objetividad, la imparcialidad, la instantaneidad, la facticidad, la veridicción, el carácter presencial, etc. De este modo, se reafirma un consenso tácito engañosamente neopositivista acerca del modo «profesional» de hacer periodismo. Pero no puede decirse que los medios hayan aprovechado realmente la revolución tecnológica para mejorar sus estrategias organizativas, productivas y comunicativas, pues las NTICs no sólo deberían utilizarse para hacer de un modo más eficaz, más eficiente y más rápido lo que de cualquier otro modo se haría: su potencial concierne no sólo al cómo, sino al qué y con qué criterios axiológicos. Las nuevas tecnologías de la comunicación posibilitan la creación de redes y lazos cooperativos entre los diversos actores sociales en un plano de igualdad fundamental, a través de dinámicas abiertas y carentes de centro rector, capaces de retroalimentar positiva y negativamente todos los circuitos en función de cada contribución de los participantes. Lo que

los medios tienen que hacer no es simplemente recoger, procesar y difundir información, sino mediar entre todos los integrantes del sistema social y ofrecerles cauces para que sean ellos quienes recojan, procesen y difundan la información que les concierne, favoreciendo así la participación de la ciudadanía en la construcción democrática del espacio público.

Las organizaciones y los movimientos sociales configuran redes de interacción y comunicación solidaria basadas —en gran medida— en la libertad, el equilibrio, la creatividad, la participación, la diversidad y la integración. Dada su cercanía a las realidades sociales, sus lógicas de mediación incluyente y sus metodologías participativas, las ONGs deberían ser consideradas fuentes creíbles para los medios locales.

Una política informativa solidaria exige, pues, un liderazgo definido del Tercer Sector, con el apoyo de los medios y de la Administración Pública. La planificación de sistemas mixtos que articulen la participación de ciudadanos y voluntarios en el espacio público es una de las primeras pautas para impulsar una *cultura solidaria*. De hecho, los autodiagnósticos y las prospectivas más votados en los talleres fueron los esbozados por las organizaciones sociales y por los ciudadanos; las opiniones y propuestas de los periodistas obtuvieron escaso respaldo.

Los diferentes grupos convergieron en un área de consenso básico: todos se comprometieron a colaborar en la creación de foros o plataformas de encuentro y de debate, regidos por una lógica comunicativa reticular, que favorezcan la participación, integración, formación y profesionalización de todos los agentes sociales.

En este sentido, hemos de señalar —una vez más— que el diseño, el desarrollo y las conclusiones de esta investigación han puesto en marcha procesos de comunicación horizontal análogos a aquellos por los que aquí se aboga. Han propiciado dinámicas de reconocimiento recíproco, reflexión compartida, (auto)diagnóstico, intercambio de ideas, prospección y compromiso por la acción que deben ser en sí mismas positivamente valoradas, como condición previa y como ensayo de las dinámicas sistémico-sociales que este trabajo pretende alentar. Aunque sólo fuera por esto, creemos que nuestro esfuerzo ha valido la pena.

## BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ, J. J. *et al.*, *Organizaciones voluntarias e intervención social*, Madrid, Editorial Acebo, 1989.
- ARISTÓTELES, *Tratados de lógica (Organon): Categorías, Tópicos, Sobre las refutaciones sofísticas*, Madrid, Gredos, 2000.
- ARIÑO VILLARROYA, Antonio, *Plan estratégico del voluntariado de la Comunidad Valenciana y plan de acción del voluntariado (2005-2008): Documento Marco*, 2005, publicado en [http://213.96.70.16/pevcv/plan\\_estrategico.pdf](http://213.96.70.16/pevcv/plan_estrategico.pdf) (consultado en febrero de 2006).
- ASCOLI, Ugo, «Estado de bienestar y acción voluntaria», en *Comunidad y Drogas*, núm. 7, 1988, págs. 91-127.
- AUSTIN, John, *How to Do Things With Words*, Camdrigde, Harvard University Press, 1962.
- BARTHOLOMEW, D. J., *The Statistical Approach to Social Measurement*, Londres, Academic Press, 1996.
- BAUER, Martin W. y GASKELL, George, *Qualitative Researching with Text, Image and Sound. A Practical Handbook*, Londres, Sage, 2000.
- BÉJAR, H., *El mal samaritano. El altruismo en tiempos del escepticismo*, Barcelona, Anagrama, 2001.
- BELTRÁN, Luis Ramiro y ZEBALLOS, R., *Estrategias de educación y comunicación para el desarrollo*, La Paz, ERBOL, 2001.
- BISBAL, Marcelino, *La mirada comunicacional*, Caracas, Alfadil Ediciones, 1994.
- BORRAT, Héctor, *El periódico, actor político*, Barcelona, Gustavo Gili, 1989.
- BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO (BOE), 17 de enero de 1996, núm. 15, págs. 1239-1243, *Ley del Voluntariado*, Ley 6/1996 de 15 de enero.
- CAREY, James W., *Communication as Culture: Essays on Media and Society*, Nueva York, Routledge, 1992.
- CHAMPAGNE, Patrick, «La construcción mediática de malestares sociales», en *Voces y Culturas*, núm. 15, Barcelona, 1993.
- CHAPARRO, Manuel, *Radio pública local*, Madrid, Fragua, 1998.
- *Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual*, Barcelona, La Frontera, 2003.
- y SIERRA, Francisco, *Información y desarrollo. Fundamentos para la comunicación alternativa*, Madrid, Síntesis, 2004.
- CHARAUDEAU, Patrick y MAINGUENEAU, Dominique (dirs.), *Dictionnaire d'analyse du discours*, París, Editions du Seuil, 2002.

- CHOMSKY, Noam y HERMAN, Edward S., *Los guardianes de la libertad: propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*, Barcelona, Crítica, 1995.
- COMISIÓN EUROPEA/Europe Aid Oficina de Cooperación, *Manual sobre gestión del ciclo de proyecto*, consultado en septiembre de 2004 (marzo, 2001), en [http://europa.eu.int/comm/europeaid/evaluation/methods/PCM\\_Manual\\_ES-march2001.pdf](http://europa.eu.int/comm/europeaid/evaluation/methods/PCM_Manual_ES-march2001.pdf).
- CORRAL, Manuel, *Comunicación popular y necesidades radicales*, México, Premiá Editora, 1988.
- DIJK, Teun Van, *Texto y contexto: semántica y pragmática del discurso*, Madrid, Cátedra, 1980.
- *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*, Barcelona, Paidós, 1990.
- DIJK, Teun Van (comp.), *Estudios del discurso. 1. El discurso como estructura y proceso. 2. El discurso como interacción social*, Barcelona, Gedisa, 2000.
- DOCUMENTACIÓN SOCIAL, *La creación de nuevas solidaridades*, Madrid, Cáritas, 1996.
- ECO, Umberto, *Tratado de semiótica general*, Barcelona, Lumen, 1991.
- *Lector in fábula: la cooperación interpretativa en el texto narrativo*, Barcelona, Lumen, 1993.
- EXENI, José Luis, *Políticas de comunicación. Retos y señales para no renunciar a la utopía*, La Paz, Plural Ediciones, 1998.
- FRASER, Colin y VILLET, Jonathan, *La comunicación. Clave para el desarrollo humano*, Roma, FAO, 1995.
- GALINDO, J., «En la voz y la garganta del futuro. Comunicaciones, culturas y movimientos sociales emergentes», en *Comunicación y Sociedad*, núm. 9, Guadalajara, UdG, 1990.
- GANDY, O. (Jr.), *The Panoptic Sort: The Political Economy of Personal Information*, Boulder, Westview Press, 1993.
- GARCÍA HERRERO, G. A. y RAMÍREZ NAVARRO, J. M., *Imagen y comunicación en temas sociales*, Zaragoza, Libros Certeza, 2001.
- GARCÍA INDA, Andrés y MARTÍNEZ DE PISÓN, José (coords.), *Ciudadanía, voluntariado y participación*, Madrid, Dykinson, 2001.
- GENETTE, Gérard, *Nouveau discours du récit*, París, Editions du Seuil, 1983.
- GIDDENS, Anthony, *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*, Barcelona, Península, 1998.
- GIL CALVO (citado en pág. 22 de este doc.).
- GOLDING, P. y MURDOCK, G., «Pobreza informativa y desigualdad política. La ciudadanía en la era de las comunicaciones privatizadas», en *Comunicación y Sociedad*, núm. 9, Guadalajara, UdG, 1990.
- GONZÁLEZ PÁRAMO, José Manuel, *Conflicto, estrategia, política*, Madrid, Alianza, 1975.
- GREIMAS, A. J. y COURTES, J., *Semiótica: Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, Madrid, Gredos, 1991.

- GUMUCIO, Alfonso, *Haciendo olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social*, La Paz, Fundación Rockefeller, 2001.
- GUTIÉRREZ RESA, Antonio, *Acción social no gubernamental. Análisis y reflexiones sobre las organizaciones voluntarias*, Valencia, Tirant lo Blanch, 1997.
- HALIMI, Serge, *Les nouveaux chiens de garde*, París, Liber-Raisons d'Agir, 1997.
- HABERMAS, Jürgen, *Die neue Unübersichtlichkeit. Kleine politische Schriften V*, Fráncfort a. M., Suhrkamp, 1985.
- *Teoría de la acción comunicativa*, Madrid, Taurus, 1988.
- y RAWLS, J., *Debate sobre el liberalismo político*, Barcelona, Paidós, 1998.
- *Facticidad y validez. Sobre el Derecho y el Estado Democrático de Derecho en términos de Teoría del Discurso*, Madrid, Trotta, 2001.
- *La inclusión del otro. Estudios de teoría política*, Barcelona, Paidós, 2002.
- HANCOCK, Alan, *Planificación de la comunicación para el desarrollo*, Quito, CIESPAL/UNESCO, 1981.
- HJELMSLEV, Louis, *Prolegómenos a una teoría del lenguaje*, Madrid, Gredos, 1971.
- *Principios de gramática general*, Madrid, Gredos, 1976.
- KÖSTER, C. R. y P. R., *Democracia, información y mercado. Propuestas para democratizar de control de la realidad*, Madrid, Tecnos, 2002.
- KUHN, Thomas S., *La estructura de las revoluciones científicas*, México, Fondo de Cultura Económica, 1990.
- LASH, S. y URRY, J., *Economías de signos y espacio*, Buenos Aires, Amorrortu Editores, 1998.
- LASH, S., *Critique of information*, Londres, Sage, 2002.
- LLERA, Mar, *Manual de semiótica aplicada al periodismo, la publicidad y la comunicación audiovisual*, Sevilla, Servicios Audiovisuales de la Universidad de Sevilla, 2004.
- LÓPEZ, Xosé, *Desafíos de la comunicación local. Guía para la práctica de la información en los ámbitos de proximidad*, Sevilla, Comunicación Social Ediciones, 2004.
- LOUW, Eric, *The Media and Cultural Production*, Londres, Sage, 2001.
- LUHMANN, Niklas, *Introducción a la teoría de sistemas*, Barcelona, Anthropos, 1996.
- *Organización y decisión. Autopoiesis, acción y entendimiento comunicativo*, Barcelona, Anthropos, 1997a.
- *Sociedad y sistema. La ambición de la teoría*, Barcelona, Anthropos, 1997b.
- *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*, Barcelona, Anthropos, 1998.
- MADRID, A., *La institución del voluntariado*, Madrid, Trotta, 2001.
- MARÍ SÁEZ, Víctor, *Globalización, nuevas tecnologías y comunicación*, Madrid, Ediciones de la Torre, 1999.
- MARTÍN-BARBERO, J., *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, México, Gustavo Gili, 1987.

- MARTÍN-BARBERO, J., *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, México, Fondo de Cultura Económica, 2002.
- MATURANA, H. y VARELA, F., *Autopoiesis and cognition: the realization of the living*, Dordrecht, D. Reidel, 1980.
- MCQUAIL, D., *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*, Buenos Aires, Amorrortu Editores, 1998.
- MEAD, George H., *The Philosophy of the Act*, Chicago, University of Chicago Press, 1938.
- MORIN, Edgar, *El método*, Madrid, Cátedra, 1977, 5 vols.  
— *Introducción al pensamiento complejo*, Barcelona, Gedisa, 2005.
- MORRIS, Charles W., *Signs, Language and Behavior*, Nueva York, George Braziller, 1946/1955.
- MOUFFE, Chantal, *El retorno de lo político. Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical*, Barcelona, Paidós, 1999.
- MURDOCK, G., *Organizar lo imaginario. Control y autonomía de la comunicación masiva*, México, Premiá Editora, 1988.
- NAVAS, A. y SÁNCHEZ ARANDA, J. J. (comps.), *Ventana y espejo. Personas en riesgo de exclusión social en los medios de comunicación*, Pamplona, Gobierno de Navarra, 2003.
- NÚÑEZ LADEVEZE, Luis, *Manual para periodismo: veinte lecciones sobre el contexto, el lenguaje y el texto de la información*, Barcelona, Ariel, 1991.
- PEIRCE, Charles Sanders, *Obra lógico-semiótica*, Madrid, Taurus, 1987.
- PERELMAN, Chaïm y OLBRECHTS-TYTECA, Lucie, *Traité de l'argumentation: la nouvelle rhétorique*, Bruselas, Editions de l'Université de Bruxelles, 1988.
- PERELMAN, Chaïm, *L'empire rhétorique. Rhétorique et argumentation*, París, J. Vrin, 1997.
- PEREZ DÍAZ, Víctor, «La política y la sociedad civil españolas ante los retos del siglo XXI», en *Claves de la Razón Práctica*, núm. 77, 1997, págs. 2-9.
- PROGRAMA DE NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (PNUD), «Informe sobre Desarrollo Humano», *La libertad cultural en el mundo diverso de hoy*, Nueva York, 2004.
- QUIRÓS, F. y SIERRA, F. (coords.), *Comunicación, globalización y democracia. Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*, Sevilla, Comunicación Social Ediciones, 2001.
- RAMONET, I., *La tecnología: revolución o reforma*, Guipúzcoa, Iru, 2000.
- REBOUL, Olivier, *La rhétorique*, París, P.U.F., 1998.
- REIS, Carlos y LOPES, Ana Cristina M., *Diccionario de Narratología*, Salamanca, Ediciones Colegio de España, 1996.
- REQUEJO, Ferrán, *Las democracias: democracia antigua, democracia liberal y Estado de Bienestar*, Barcelona, Ariel, 1990.
- RICOEUR, Paul, *La metáfora viva*, Madrid, Cátedra, 1980.  
— *El discurso de acción*, Madrid, Cátedra, 1988.

- ROBLES, José Manuel, *El reto de la participación. Movimientos sociales y organizaciones: una panorámica comparativa*, Madrid, Antonio Machado Libros, 2002.
- ROJO, Teresa, *Sevilla 2010. Metrópoli ecológica. Aplicación de la metodología participativa europea EASW*, Sevilla, Universidad de Sevilla, 2000.
- SANDEL, Michael J., *Liberalism and the limits of justice*, Cambridge, Cambridge University Press, 1982.
- SCHLESINGER, Philip, «Repenser la sociologie du journalisme: les stratégies de la source d'information et les limites du média-centrisme», *Réseaux*, 51, Paris, CENT, 1992.
- SCHMUCLER, H., *Memoria de la comunicación*, Buenos Aires, Biblos, 1997.
- SCHÜTZ, Alfred y LUCKMANN, Thomas, *The Structures of the Life-World*, Evanston, Northwestern University Press, 1973.
- SEARLE, John R., *Expression and Meaning: Studies in the Theory of Speech Acts*, Nueva York, Cambridge University Press, 1979.
- SIERRA, Francisco, *Comunicación, educación y desarrollo. Apuntes para una historia de la comunicación educativa*, Sevilla, Comunicación Social Ediciones, 2002.
- TOURAINÉ, Alain, *Movimientos sociales hoy*, Barcelona, Hacer, 1990.
- *Frente a la sociedad dual. Jornadas sobre pobreza e inmigración*, Barcelona, Hacer, 1994.
- *¿Podremos vivir juntos? Iguales y diferentes*, Madrid, PPC, 1997.
- y KHOSROKHAVAR, F., *A la búsqueda de sí mismo. Diálogo sobre el sujeto*, Barcelona, Paidós, 2002a.
- GIDDENS, A. y CASTELLS, M., *Teorías para una nueva sociedad*, Santander, Fundación Marcelino Botín, 2002b.
- UE, *The Innovation Programme*, EC DG XIII, diciembre de 1994.
- VIDAL BENEYTO, J. (ed.), *La ventana global. Ciberespacio, esfera pública mundial y universo mediático*, Madrid, Taurus, 2002.
- VILLASANTE, Tomás R., MONTAÑÉS, M. y MARTÍN, P. (coords.), *Prácticas locales de creatividad social. Construyendo ciudadanía (II)*, Barcelona, El Viejo Topo & Red CIMS (Red de Colectivos y Movimientos Sociales), 2001.
- VILLASANTE, T. R. et al. (coords.), *La investigación social participativa. Construyendo ciudadanía (I)*, Barcelona, El Viejo Topo & Red CIMS (Red de Colectivos y Movimientos Sociales), 2002.
- VV.AA., *Los intelectuales en la Sociedad de la Información*, Barcelona, Anthropos, 1987.
- WOLF, Mauro, «Le discrete influenza», en *Problema dell'informazione*, núm. 4, Milán, 1996.
- ZELLER, Carlos, «Los medios y la formación de la voz en una sociedad democrática», en *Anàlisi*, núm. 26, Universidad Autónoma de Barcelona, 2001, págs. 121-144.

ZUBERO, Imanol, *Las nuevas condiciones de la solidaridad*, Bilbao, Desclee de Brouwer, 1995.

— «El papel del voluntariado en la sociedad actual», en *Documentación Social*, núm. 104, Madrid, Cáritas, 1996.

## Hemerografía

*II Congreso Andaluz del Voluntariado, «Construyendo Sociedad», Sevilla, Palacio de Congresos de Sevilla, Junta de Andalucía, 2004.*

*El País-Andalucía* (abril-mayo-junio/15 de septiembre/15 de octubre, 2004).

*El Correo de Andalucía* (abril-mayo-junio/15 de septiembre/15 de octubre, 2004).

*Diario de Sevilla* (abril-mayo-junio/15 de septiembre/15 de octubre, 2004).

*El Mundo* (abril-mayo-junio/15 de septiembre/15 de octubre, 2004).

*ABC Sevilla* (abril-mayo-junio/15 de septiembre/15 de octubre, 2004).

## Recursos electrónicos

- ASOCIACIÓN MUNDIAL SE RADIOS COMUNITARIAS, [www.amarc.org](http://www.amarc.org)  
BASIS, [www.basisinnovation.com](http://www.basisinnovation.com)  
CEDA, <http://interaccion.cedal.org.co/>  
CIC, [www.ucm.es/info/per3/cic/cic3.htm](http://www.ucm.es/info/per3/cic/cic3.htm)  
CIESPAL, <http://www.ciespal.net/>  
CIVIC PRACTICES NETWORK, [www.cpn.org](http://www.cpn.org)  
COMUNICACIÓN EDUCATIVA, <http://www.uned.es/ntedu/>  
COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD, <http://www.unav.es/cys/>  
ESTUDIOS SOBRE EL MENSAJE PERIODÍSTICO, <http://www.ucm.es/info/ccinf/>  
EUROPEAN JOURNALISM CENTRE, <http://www.ejc.nl/default.asp>  
LA INICIATIVA DE COMUNICACIÓN, <http://www.comminit.com/la/>  
INSTITUTO EUROPEO DE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO, [www.comunicacionydesarrollo.org](http://www.comunicacionydesarrollo.org)  
JOURNAL OF COMMUNICATION, <http://joc.oupjournals.org/>  
MCS, <http://www.aber.ac.uk/media/Functions/mcs.html>  
MEDIA STUDIES DATA, <http://bubl.ac.uk/link/m/mediastudies.htm>  
METODOLOGÍA EASW, [www.cordis.lu/easw](http://www.cordis.lu/easw)  
NOTICIAS DE LA COMUNICACIÓN, <http://www.noticom.es/>  
PERIODISMO CÍVICO, [www.imdp.org](http://www.imdp.org)  
PORTAL DE LA COMUNICACIÓN, <http://www.blues.uab.es/incom/portalcomunicacion/>  
RAZÓN Y PALABRA, <http://www.razonypalabra.org.mx/>  
REPORTEROS SIN FRONTERAS, <http://www.rsffr/>  
RESEAUX, <http://www.enssib.fr/autres-sites/reseaux-cnet/>  
SALA DE PRENSA, <http://www.saladeprensa.org/>  
TELOS, [www.campusred.net/telos](http://www.campusred.net/telos)  
UNESCO, [www.unesco.org](http://www.unesco.org)  
ZER, <http://www.ehu.es/zer/>

En estos tiempos de crisis de lo público, la cobertura informativa de las temáticas de solidaridad, exclusión y justicia social constituye un problema estratégico de Comunicación y Desarrollo. Por consiguiente, conviene que la Comunicología realice un nuevo esfuerzo de investigación y análisis de las lógicas contemporáneas de mediatización del cambio social, a fin de identificar los factores que condicionan el tratamiento periodístico de las políticas y las acciones en este ámbito. También es preciso examinar críticamente los enfoques y discursos dominantes que aparecen regularmente en los canales periodísticos, así como las formas de representación y protagonismo de los colectivos beneficiarios de las políticas sociales, las organizaciones de voluntariado y las administraciones públicas.

En esta línea, el principal objetivo del presente estudio es explorar cómo influyen los medios de comunicación locales en el fomento de una cultura solidaria de corresponsabilidad social que favorezca la participación de la ciudadanía y el tejido de redes sociales.

MAR LLERA LLORENTE es profesora de Teoría de la Información y Comunicación y Desarrollo (Departamento de Periodismo I, Univ. Sevilla). Actualmente coordina el Seminario de Estudios Europeos en Comunicación del Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social.

FRANCISCO SIERRA CABALLERO es profesor titular de Teoría de la Información (Departamento de Periodismo I, Univ. Sevilla) y director del Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social. Director de REDES.COM, coordina en la actualidad el Máster Internacional en Comunicación y Desarrollo.

ISBN: 978-84-9742-923-8



9 788497 429238

