



**INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN**

Revista Científica

Núm. 8

Enero - Diciembre 2011

DEPARTAMENTO DE PERIODISMO I (UNIVERSIDAD DE SEVILLA)

IC - INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

La revista **IC - INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN** se encuentra recogida en los siguientes índices y bases de datos: en LATINDEX (Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal), en DICE (Difusión y Calidad Editorial de las Revistas Españolas de Humanidades y Ciencias Sociales y Jurídicas) de CINDOC, en IN-RECS (Índice de impacto de las Revistas Españolas de Ciencias Sociales), en CIRC (Clasificación Integrada de Revistas Científicas), en RESH (Revistas Españolas de Ciencias Sociales y Humanidades) y en DOAJ (Directory of Open Access Journals), así como en Dialnet y Dulcinea.

IC - INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN es una revista interdisciplinar de periodicidad anual que pretende contribuir a la investigación y difusión de temas de teoría de comunicación social, editada por el DEPARTAMENTO DE PERIODISMO I de la Universidad de Sevilla.

Toda correspondencia debe dirigirse a:

Revista IC - Departamento de Periodismo I

Facultad de Comunicación

D: Avda. Américo Vespucio, s/n - 41092 - Sevilla

E: info@ic-journal.org

W: <http://www.ic-journal.org>

© UNIVERSIDAD DE SEVILLA

SECRETARIADO DE PUBLICACIONES 2008

D: Porvenir, 27 - 41013 - Sevilla

T: 954.48.74.51 / 954.48.74.47

F: 954.48.74.43

E: secpub4@us.es

W: <http://www.publius.us.es>

Diseño y maquetación: Gloria Jiménez Marín

Dep. Leal: SE-3800-2005-UE

ISSN: 1696-2508

IC - INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN no se responsabiliza de la opinión de sus colaboradores.

IC - INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN se publica bajo la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0.



IC - REVISTA CIENTÍFICA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN nº8 (2011)

DIRECTORIO

Fundador: Manuel Bernal Rodríguez

Director: Miguel Vázquez Liñán

Secretario de Redacción: Francisco Baena Sánchez

CONSEJO EDITORIAL

Ángel Acosta Romero (Universidad de Sevilla, España)

José Miguel Alcívar Cuello (Universidad de Sevilla, España)

Francisco Baena Sánchez (Universidad de Sevilla, España)

José Luis Campos García (Universidad de Málaga, España)

Fernando Contreras Medina (Universidad de Sevilla, España)

Carmen Espejo Cala (Universidad de Sevilla, España)

Juan Carlos Fernández Serrato (Universidad de Sevilla, España)

Antonio García Gutiérrez (Universidad de Sevilla, España)

Juan Carlos Gil González (Universidad de Sevilla, España)

Rafael González Galiana (Universidad de Sevilla, España)

M^a Eugenia Gutiérrez Jiménez (Universidad de Sevilla, España)

María Lamuedra Graván (Universidad de Sevilla, España)

Salvador Leetoy López (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Guadalajara, México)

M^a Ángeles López Hernández (Universidad de Sevilla, España)

Mar Llera Llorente (Universidad de Sevilla, España)

Francisco Sierra Caballero (Universidad de Sevilla, España)

COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Peter Burke (Emmanuel College, Cambridge, Reino Unido)

Gonzalo Abril (Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España)

Roger Chartier (Universidad París VIII, París, Francia)

Raúl Fuentes (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Guadalajara, México)

Jorge González (Universidad Nacional Autónoma de México, México DF, México)

Jan Servaes (Center 'Communication for Sustainable Social Change', University of Massachusetts, Amherst, EE.UU.)

Muniz Sodré (Universidade Federal do Rio de Janeiro, Río de Janeiro, Brasil)

Teun A. Van Dijk (Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España).

ÍNDICE

ÍNDICE

CLAVES

El vértigo de las listas.	
<i>The infinity of lists.</i>	
Umberto Eco	15
La República de las Letras como sistema de comunicación (1500-2000).	
<i>The Republic of letters as a communication system (1500 – 2000)</i>	
Peter Burke	35
Comunicación e incidencia política para la construcción de la paz.	
<i>Communication and advocacy work for peacebuilding</i>	
Jan Servaes.....	51

SELECTA

La recepción de la televisión transnacional y los proyectos migratorios: un estudio de campo en Marruecos.	
<i>Transnational tv reception and migratory projects: a field study in Morocco.</i>	
Lucía Benítez Eyzaguirre	77
Un brindis por España desde el ruedo de la prensa. La corrida patriótica organizada por El Imparcial en 1896.	
<i>A toast to Spain from the bullring of the press. The patriotic bullfight organized by El Imparcial in 1896.</i>	
M ^a Verónica de Haro de San Mateo	95
Propuesta para el tratamiento eficaz de la violencia de género.	
<i>Proposal for the effective treatment of gender-related violence</i>	
Elena Bandrés Goldáraz.....	113

BIBLIOGRÁFICA 141

REVISTA IC..... 157

CLAVES

EL VÉRTIGO DE LAS LISTAS

THE INFINITY OF LISTS

Umberto Eco¹
(Universidad de Bolonia, Italia)

IC – Revista Científica de
Información y Comunicación
2011, 8, pp. 15 - 34

Resumen

Umberto Eco prosigue en este texto su reflexión en torno a la lista o enumeración en la literatura y el arte, proponiendo una clasificación en función de sus intenciones retóricas, e incidiendo particularmente en la diferencia entre su empleo en las artes y el recurso a la misma en los *mass media* y otros contextos industriales.

Abstract

Umberto Eco pursues in the paper his thoughts on lists or enumerations in literature or the arts, proposing a classification relating to its rhetorical purposes, and particularly stressing the differences between its use in the arts and in the mass media and other industrial contexts.

Palabras Clave

Lista / Enumeración / Literatura / Arte / Mass Media

Keywords

List / Enumeration / Literature / Art / Mass Media

Amo las listas (o elencos, o enumeraciones, o catálogos), desde que las descubrí en algunos textos medievales y en las casi cien páginas del penúltimo capítulo del *Ulises* de Joyce, en el que se enumeraban los objetos contenidos en la cocina de Leopold Bloom, de los que hablaré.

Ojeando mis novelas, las listas se encuentran por doquier y, como mero ejemplo, citaré una que aparece en el tercer capítulo de *El nombre de la rosa*.

¹El texto reproduce la conferencia que Umberto Eco ofreció en el marco de la Escuela de Barroco "Barroco y Comunicación", organizada por Focus-Abengoa /Universidad Internacional Menéndez Pelayo, Sevilla 18 de febrero de 2010 [Nota del ed.]. Edición del texto: Carmen Espejo.

Salvatore vagó por el mundo, mendigando, sisando, fingiéndose enfermo, sirviendo cada tanto a algún señor, para volver después al bosque y al camino real. Por el relato que me hizo, lo imaginé unido a aquellas bandas de vagabundos que luego, en los años que siguieron, vería pulular cada vez más por toda Europa: falsos monjes, charlatanes, tramosos, truhanes, perdularios y harapientos, leprosos y tullidos, caminantes, vagabundos, cantores ambulantes, clérigos, apátridas, estudiantes que iban de un sitio a otro, tahúres, malabaristas, mercenarios inválidos, judíos errantes, antiguos cautivos de los infieles que vagaban con la mente perturbada, locos, desterrados, malhechores con las orejas cortadas, sodomitas, y mezclados con ellos, artesanos ambulantes, tejedores, caldereros, silleros, afiladores, empajadores, albañiles, junto con pícaros de toda calaña, tahúres, bribones, pillos, granujas, bellacos, tunantes, faramalleros, saltimbanquis, trotamundos, buscones, y canónigos y curas simoníacos y prevaricadores, y gente que ya sólo vivía de la inocencia ajena, falsificadores de bulas y sellos papales, vendedores de indulgencias, falsos paralíticos que se echaban a la puerta de las iglesias, tráfugas de los conventos, vendedores de reliquias, perdonadores, adivinos y quiromantes, nigromantes, curanderos, falsos mendicantes, y fornicadores de toda calaña, corruptores de monjas y muchachas por el engaño o la violencia, falsos hidrópicos, epilépticos fingidos, pseudo hemorróidicos, simuladores de gota, falsos llagados, e incluso falsos dementes, melancólicos ficticios. Algunos se aplicaban emplastos en el cuerpo para fingir llagas incurables, otros se llenaban la boca con una sustancia del color de la sangre para simular esputos de tuberculoso, y había pícaros que simulaban la invalidez de alguno de sus miembros, que llevaban bastones sin necesitarlos, que imitaban ataques de epilepsia, que se fingían sarnosos, con falsos bubones, con tumores simulados, llenos de vendas, pintados con tintura de azafrán, con hierros en las manos y vendajes en la cabeza, colándose hediondos en las iglesias y dejándose caer de golpe en las plazas, escupiendo baba y con los ojos en blanco, echando por la nariz una sangre hecha con zumo de moras y bermellón, para robar comida o dinero a las gentes atemorizadas que recordaban la invitación de los santos padres a la limosna: comparte tu pan con el hambriento, ofrece tu casa al que no tiene techo, visitemos a Cristo, recibamos a Cristo, vistamos a

Cristo, porque así como el agua purga al fuego, la limosna purga nuestros pecados.

También después de la época a la que me estoy refiriendo he visto y sigo viendo, a lo largo del Danubio, muchos de aquellos charlatanes que, como los demonios, tenían sus propios nombres y sus propias subdivisiones: biantes, affratres, falsibordones, affarfantes, acapones, alacrimantes, asciones, acadentes, mutuatores, cagnabaldi, atrements, admiracti, acconi, apezentes, affarinati, spectini, iucchi, falpatores, confitentes, compatrizantes.

Eran como légamo que se derramaba por los senderos de nuestro mundo, y entre ellos se mezclaban predicadores de buena fe, herejes en busca de nuevas presas, sembradores de discordia².

La lista es un género literario más extendido de lo que se cree. Cuando intenté reunir en una antología listas célebres para el libro *El vértigo de las listas* (2009), que me encargaron para comentar un mes de acontecimientos de varios tipos que el Louvre había dedicado a ese argumento, me di cuenta de que podía usar sólo una pequeña parte de la incalculable serie de grandes y célebres listas que aparecen en la historia de las distintas literaturas. Tuve que ignorar muchas, muchísimas las sigo ignorando, y después de que apareciera el libro encuentro siempre alguien que me cita listas maravillosas que yo descuidé.

En todo caso, el primer ejemplo de lista aparece en Homero, en la *Ilíada*, y confrontado con su contrario, la descripción de la forma. Homero dedica parte del decimoctavo canto de la *Ilíada* a describir el escudo que Hefesto forja para Aquiles, y los dibujantes neoclásicos que luego intentaron reproducir ese escudo tuvieron problemas para encerrar en aquel espacio circular todo lo que Hefesto había introducido en él, representando la tierra, el mar, el cielo, el sol, la luna, los astros, dos bulliciosas ciudades, asedios y batallas, el trabajo en el campo y las fiestas.

Todo lo pensable y lo representable está en el círculo del escudo y no existe nada además del escudo. El escudo de Aquiles es la epifanía de la forma, el modo en que el arte consigue construir representaciones armónicas en las que se instituyen un orden, una jerarquía, una relación entre figura y fondo. Y puesto que Homero tenía una idea clara de lo que era una civilización campesina y guerrera en sus tiempos y el mundo del que hablaba no le era ignoto, supo *ponerlo en forma*.

² Las traducciones y ediciones de todos los textos son las que aparecen reseñadas en Umberto Eco (2009). *El vértigo de las listas*. Barcelona: Lumen.

De todos modos hay un momento (en el canto II del poema) en el que Homero quiere transmitir el sentido de la inmensidad del ejército griego, que en ese momento los troyanos aterrorizados ven disponerse a la orilla del mar, y se da cuenta de que no consigue expresar lo indecible. Lo primero que intenta es una comparación, y dice que aquella masa de hombres, con armas que reflejan la luz del sol, es como un fuego que se extiende por un bosque, es como unas bandadas de ocas o de flamencos que parecen atravesar el cielo como un trueno, pero ninguna metáfora lo socorre, y llama en ayuda a las Musas: «Decidme ahora, Musas, pues vosotras sois diosas, estáis presentes y sabéis todo, quiénes eran los príncipes y los caudillos de los dánaos; el grueso de la tropa yo no podría enumerarlo ni nombrarlo, ni aunque tuviera diez lenguas y diez bocas». Por lo tanto se pone a nombrar sólo a los capitanes y las naves.

Parece un atajo, pero ese atajo se apodera de 350 versos del poema. Aparentemente el elenco está terminado, pero ya que no se puede calcular cuántos hombres hay por cada caudillo, el número al que se refiere es por lo tanto indefinido. El catálogo homérico de las naves implica un 'etcétera'.

Al elenco de Homero nos remonta esa *Batalla de Alejandro* de Altdorfer, que nos dice que existen también listas visivas [Fig. 1]. En un principio, una lista visiva tendría que ser impensable: una imagen, si es escultura, está definida en el espacio (difícil imaginar una estatua que sugiera que podría continuar más allá de sus límites físicos) y si es un cuadro está definido por el marco.

Asimismo, si la Mona Lisa se presenta sobre el fondo de un paisaje, que lógicamente tendría que seguir fuera del marco, nadie se pregunta por cuánto se extiende el bosque o la foresta que se ve a sus espaldas, y nadie piensa que Leonardo haya querido que nos imagináramos los pies de la señora. Aparte de los casos de *trompe-l'oeil* o de fantasía surrealista, no se sale del marco de un cuadro.

Por otro lado, existen otras obras figurativas que nos hacen pensar que lo que se ve dentro del marco no lo es todo, sino que es sólo un ejemplo de una totalidad que no se enumera fácilmente, al igual que los guerreros de Homero. Pensemos en las 'galerías' de Pannini y de sus epígonos [Fig. 2]: éstas no quieren representar sólo lo que se ve, sino también lo que queda de la colección de la que son sólo un ejemplo. Pensemos en el *Jardín de las delicias* de El Bosco [Fig. 3]; él nos dice que las maravillas a las que se refiere siguen más allá de sus propios límites. Véase la *Crucifixión y apoteosis de los diez mil mártires del monte Ararat* de Carpaccio [Fig. 4]; evidentemente, los crucifijos representados no son diez mil y los verdugos son muchos más de los que se ven, pero es evidente que los cuadros quieren hablarnos de una serie de cuerpos en agonía que continúa más allá de los límites del lienzo. Y aunque Dante confesara su incapacidad para expresar

todos los nombres de los ángeles, Doré intentó dibujar la idea de esta serie infinita de criaturas angelicales [Fig. 5].

A este propósito tenemos que efectuar una distinción importante, es decir, entre lista práctica y lista 'poética'. La lista práctica se manifiesta en la lista de la compra, en la lista de los invitados a una fiesta, en el catálogo de una biblioteca, en el inventario de los bienes de los que dispone un testamento...

Ante todo, estas listas se refieren a objetos del mundo exterior y a una finalidad meramente práctica de nombrarlos y enumerarlos; puesto que son inventarios de objetos conocidos y que existen en la realidad, están acabadas, porque pretenden enumerar todos los objetos a los que se refieren y ninguno más, luego no son alterables, en el sentido en que sería inadecuado, además de insensato, añadir al catálogo del Louvre un cuadro conservado en los Uffizi y viceversa.

Un hermoso modelo de lista práctica, aunque esté hecha en música y versos, es la de Leporello en el *Don Giovanni* de Mozart. Don Juan ha seducido a una gran cantidad de campesinas, camareras, ciudadanas, condesas, baronesas, princesas y mujeres de todos los niveles, de todas las formas y de todas las edades, pero Leporello es un contable preciso y su catálogo está matemáticamente completo: "En Italia seiscientos cuarenta, en Alemania doscientos treinta y una, en Turquía noventa y una, y en España mil tres". Así que suman 2065, ni una más y ni una menos. Si mañana Don Juan conquista también a doña Ana o a Zerlina, habrá una lista nueva.

¿Cómo es, por el contrario, una lista poética? Antes de nada, los objetos que nombra no tienen que existir necesariamente, así que el catálogo de Homero seguiría siendo fascinante aunque todos los jefes que nombra sólo fueran criaturas míticas. En segundo lugar, ya se dijo, ésta nace de la imposibilidad de expresarlo todo y sugiere, pues, el vértigo de un 'etcétera'. Pensemos en la genealogía de Jesús al comienzo del Evangelio según Mateo. Se podría dudar de la existencia histórica de muchos de aquellos antepasados, pero seguramente Mateo (o el que lo haya escrito) quería indicar personajes 'reales' del mundo posible por sus creencias, y por aquel entonces la lista tenía un valor práctico y una función referencial. Por otra parte, pasemos ahora a las letanías de la Virgen: es una lista de propiedades, atribuciones, apelativos, recogidos de los pasos de las Escrituras o de la tradición, que debe ser recitada como un *mantra*, como el *om mani padme hum* de los budistas; no tiene mucha importancia si la virgo sea *potens* o *clemens* (de ahí que hasta el Concilio Vaticano II las letanías las recitaba en latín una inmensa mayoría de feligreses que no entendían aquella lengua): lo importante es sentirse atrapados por el vértigo sonoro del elenco, y cuenta la escansión rítmica de los adjetivos y por un tiempo suficientemente largo. Las letanías terminan por razones de economía litúrgica pero, en principio, podrían continuar hasta el infinito.

Eran listas aparentemente prácticas, los largos elencos de *mirabilia*, típicos de las enciclopedias grecorromanas y medievales, como la *Historia Naturalis* de Plinio, que sin embargo se convertían fatalmente en listas poéticas. Éstas nos aparecen como una propia y verdadera *congerie* que no corresponde a ningún diseño sistemático, como si la inmensidad de maravillas que nuestro universo nos ofrece no pudiera estar encerrada en ningún diseño y orden finito.

Bastaría pensar en los *Otia Imperialia* de Gervasio de Tilbury, donde entre otras cosas se mencionan el imán, la sal de Agrigento, el absesto, el higo egipcio, los frutos de la Pentápolis, la piedra que sigue el ciclo de la luna, la carne incorruptible de Nápoles, los baños de Pozzuoli, la haba invertida, las puertas del infierno, el Sagrado Rostro de Edesa, el combate de los escarabajos, las arenas cálidas, las ventanas donde aparecen las damas, los delfines, las sirenas, el zorro, los equinocéfalos, las mujeres barbudas, el fénix, los hombres con ocho pies, las larvas nocturnas, el huevo de cuervo en el nido de la cigüeña, los pájaros que nacen de los árboles...

El elenco de *mirabilia* asume función puramente poética en el autor moderno que retoma las noticias antiguas sabiendo que las listas no se remontan a nada que haya existido de verdad, siendo mero catálogo del imaginario, del que se puede gozar sólo por ser *flatus vocis*.

Así que Borges, en el *Libro de los seres imaginarios*, enumera los pigmeos, el dragón, Abtu y Anet, el elefante que predijo el nacimiento de Buddha, los elfos, los silfos, la Banshee, Haakah, dios del trueno, los gnomos, Lilith, el zorro chino, Youwarkee, el gato del Cheshire y los gatos de Kilkenny, las ninfas, el doble, Fasticocalón, los ángeles y los demonios de Swedenborg, los Lamed Wufniks, los yinn, los brownies, las Valquirias, las nornas, los demonios del judaísmo, Hochigan, los Eloi y los Morlocks, los trolls, las hadas, las lamias, los lémures, Kuyata, los sátiros, el gallo celestial, el pájaro de la lluvia y así indefinidamente.

El catálogo de un museo representa un ejemplo de lista práctica, que se refiere a objetos existentes en un lugar determinado, y como tal está necesariamente acabada. Pero ¿cómo tenemos que considerar un museo en sí, o una colección cualquiera? Un viajero espacial que ignorara nuestro concepto de obra de arte se preguntaría por qué en el Louvre están reunidas baratijas de uso común como vasijas, platos o saleros, con iconos de divinidades como la Venus de Milo, representaciones de paisajes, retratos de personas normales, residuos funerarios con momias incluidas, representaciones de criaturas monstruosas, objetos de culto, imágenes de seres humanos sometidos a suplicio, descripciones de batallas, crudos hechos que suscitan atracción sexual, o incluso restos arquitectónicos.

Las maravillas más veneradas de los tesoros medievales eran las reliquias. El culto a las reliquias no es sólo cristiano, ya Plinio nos habla de reliquias preciosas por el mundo grecorromano, como la lira de Orfeo, el sándalo de Helena o los huesos del monstruo que asaltó a Andrómeda. La

presencia de una reliquia constituía un motivo de atracción por una ciudad y por una iglesia en la Edad Media, así que representaba, además de objeto sagrado, también una apreciada ‘mercancía’ turística.

En la catedral de san Vito, en Praga, se encuentran los cráneos de san Adalberto y san Venceslao, la espada de san Esteban, un fragmento de la Cruz, el mantel de la Última Cena, un diente de santa Margarita, un fragmento de la tibia de san Vital, una costilla de santa Sophia, la barbilla de san Eobano, la vara de Moisés, el vestido de la Virgen. En el catálogo del tesoro del duque de Berry aparecía el anillo de compromiso de san José, por otra parte en Viena se puede admirar todavía un trozo del pesebre de Belén, la bolsa de San Esteban, la lanza que atravesó el costado de Jesús y un clavo de la Cruz, la espada de Carlo Magno, un diente de San Juan Bautista, un hueso del brazo de Santa Ana, las cadenas de los apóstoles, un trozo del ropaje de Juan Evangelista, otro fragmento del mantel de la Cena. Sin mencionar la laringe de san Carlo Borromeo, que se encuentra en el tesoro de la catedral de Milán.

Ni siquiera un escéptico puede sustraerse a la fascinación de estos cartílagos anónimos y amarillentos, místicamente repugnantes, patéticos y misteriosos; esos vestidos hechos jirones de quién sabe qué época, desteñidos, descoloridos, deshilachados, a veces enrollados en una ampolla como un misterioso manuscrito en la botella, materias a menudo desmenuzadas, que se confunden con la tela y el metal o el hueso que le sirven de soporte. Y en un segundo lugar los recipientes, a menudo de incalculable riqueza, a veces contruidos por un *bricoleur* devoto con piezas de otros relicarios donde se guardan las reliquias, en forma de torre, de pequeña catedral con pináculos y cúpulas, hasta llegar a unos relicarios barrocos (los más hermosos están en Viena), que son un bosque de esculturas diminutas, y parecen relojes, cajas de música, cajas mágicas. Algunos recuerdan, a los ojos de los apasionados del arte contemporáneo, las cajas surrealistas de Joseph Cornell, las vitrinas de Armani llenas de gafas o relojes, y otros relicarios laicos que muestran el mismo gusto por la acumulación insaciable.

En un momento determinado, en la historia del coleccionismo aparece una cesura. Desde el Renacimiento en adelante las maravillas ya no son las de los países lejanos (que poquito a poco, al menos desde finales del siglo XV, ya no serán legendarios sino reales), ni los objetos curiosos, ni las reliquias de los santos, sino más bien las del cuerpo humano y de sus recovecos que, hasta ese momento, habían sido secretos. En esta perspectiva ya laica y científica cambia el gusto por los *portentos*. Antes se los veía como signos premonitorios de algún acontecimiento fuera de lo común, ahora por el contrario se empieza a verlos como objetos de *curiosidad científica*, o por lo menos pre-científica. Aparecen las *Wunderkammern*, o sea, las habitaciones de las maravillas, y los gabinetes de curiosidades, precursores de nuestros museos de ciencias naturales, en los que algunos intentaban

recoger, de forma sistemática todo lo que hay que conocer, otros se dedicaban a coleccionar algo que pareciera extraordinario o inaudito, incluidos objetos extravagantes o animales disecados, que normalmente colgaban de la bóveda y dominaban todo el ambiente.

De los catálogos ilustrados como el *Museum Celeberrimum* de De Sepibus de 1678 y el *Museum Kircherianum* de Bonanni de 1709, aprendemos que en la colección recogida por Kircher en el Collegio Romano había estatuas antiguas, objetos paganos de culto, amuletos, ídolos chinos, tablas votivas, dos tablas con las 50 encarnaciones de Brahma, inscripciones funerarias romanas, candiles, anillos, sellos, hebillas, armillas, pesas, campanillas, piedras y fósiles con unas imágenes grabadas por la naturaleza, conjunto de objetos exóticos, *ex variis orbis plagis collectum*, que contiene cinturones de indígenas brasileños adornados con los dientes de las víctimas devoradas, pájaros exóticos y otros animales embalsamados, libro malabárico en hojas de palma, artefactos turcos, balanza china, armas bárbaras, frutos indios, pies de momias egipcias, fetos desde los 40 días hasta los siete meses, esqueletos de águilas, abubillas, urracas, tordos, una mona brasileña, etcétera y etcétera.

Sin embargo, la lista no nace sólo por un impedimento de nuestras capacidades cognitivas o por el gusto puramente sonoro del elenco. La oposición entre forma y elenco nos remonta a dos maneras de conocer y definir las cosas, igualmente legítimas. He mencionado este problema en mi conferencia de esta mañana³, no obstante quiero retomarlo porque me parece un punto importante también para el argumento de esta tarde.

El sueño de cada filosofía y de cada ciencia desde los orígenes griegos fue el de conocer y definir las cosas *por esencia*, y desde Aristóteles la definición por esencia ha sido aquella capaz de definir algo determinado como individuo de una determinada especie y ésta a su vez como elemento de un determinado género. Definir al hombre como *animal racional mortal* significa verlo como especie de los animales mortales (a los que pertenecen también el asno o el caballo) y que son a su vez especies de los vivientes.

Si lo reflexionamos, este es el mismo procedimiento que sigue la taxonomía moderna cuando define el tigre o el ornitorrinco. Naturalmente, el sistema de las clases y subclases es más complicado, de ahí que el tigre pertenezca a la especie *Felis Tigris*, del género *Felis*, familia de los *Félidos*, suborden de los *Fisípedos*, del orden de los *Carnívoros*, subclase de los *Placentarios*, clase de los *Mamíferos*; y el ornitorrinco pertenezca a una familia de mamífero monotremos.

³ “Enciclopedia barroca y enciclopedia electrónica”, conferencia ofrecida por Umberto Eco en el acto de investidura como Doctor Honoris Causa por la Universidad de Sevilla a propuesta de la Facultad de Comunicación, Sevilla 18 de febrero de 2010 [Nota del ed.].

No obstante, desde su descubrimiento en adelante, antes de definir el ornitorrinco como mamífero monotremo se necesitaron ochenta años, en los que se tuvo que decidir cómo y dónde clasificarlo, y hasta ese momento se tuvo que quedar inquietantemente como algo grande como un topo, con ojos pequeños, con las patas anteriores que presentaban cuatro garras y estaban unidas por una membrana más grande que la que unía las garras de las patas posteriores, el rabo, el pico de un pato, las patas con las que nadaba y usaba para cavar su madriguera, la capacidad de producir huevos y la de alimentar a sus pequeños con la leche de sus mamas. Justo como lo definiría alguien sin estudios específicos después de haber observado el animal. Y se puede apreciar cómo con esta descripción (de todas formas incompleta), por el elenco de propiedades, alguien podría sin embargo distinguir un ornitorrinco de un buey, mientras que definiéndolo como mamífero monotremo nadie conseguiría reconocerlo si lo encontrara por casualidad.

La definición por propiedad es aquella que se usa cuando no se posee aún una definición por esencia (en ese caso es propia de una cultura primitiva que no ha conseguido aún constituir unas jerarquías de géneros y especies) y también cuando una definición anterior por esencia ya no nos satisface (y por lo tanto es característica de una cultura muy madura, y tal vez en crisis, que quiere poner en duda todas las definiciones anteriores).

Incluso en la literatura del Renacimiento es a través del elenco cuando se empieza a sacudir el orden establecido por las grandes *summae* medievales. Parece que, para las enciclopedias antiguas y medievales, la lista sea casi un *pis aller*, y por debajo se trasluce el borrador de un orden posible, el deseo de una puesta en forma. Por otra parte, con la llegada del mundo moderno, la lista se concibe por el gusto de *deformar*.

Un autor cuyos elencos parecen desprestigiar las exigencias de orden que inspiraban a los doctos de la Sorbona de su tiempo es Rabelais. No existen evidentemente razones para enumerar tantas e inauditas maneras de limpiarse el trasero, tantas maneras de degollar a los enemigos, tantos e inútiles libros de la abadía de san Víctor, muchos tipos de serpientes, muchos juegos que Gargantúa sabía jugar o muchas adjetivaciones del miembro viril. Es el comienzo de una poética de la lista por la lista, redactada por puro amor a la lista, de la lista por exceso, del que el ejemplo contemporáneo más evidente es tal vez el penúltimo capítulo del *Ulises* de Joyce.

Panurgo estaba enfadado con las palabras de Her Tripa, y tras pasar la aldea de Huymes, se dirigió al hermano Juan, y le dijo tartamudeando, y rascándose la oreja izquierda:

Alégrame un poco, barrigoncete mío. Siento que tengo
el espíritu totalmente matagrabolizado, por las palabras de
ese loco endemoniado. Escucha cojón gracioso,

c. muñón,	c. trenzado,	c. genitivo,
c. patudo,	c. vigoroso,	c. gigantesco,
c. magullado,	c. calafateado,	c. oval,
c. velludo,	c. esculpido,	c. claustral,
c. veteadado,	c. de grotescos,	c. viril,
c. de estuco,	c. acerado,	c. de respeto,
c. arabesco,	c. a la antigua,	c. de ocio,
c. como liebre en asador,	c. rojo granza,	c. macizo,
c. asegurado,	c. recamado,	c. voluminoso,
c. calandrado,	c. azogado,	c. absoluto,
c. diapreado,	c. entreverado,	c. membrudo,
c. irritado,	c. burgués,	c. doble,
c. jurado,	c. de cebo,	c. turco,
c. granado,	c. alquitrinado,	c. brillante,
c. rabioso,	c. dispuesto,	c. amohazante,
c. engabanado,	c. deseado,	c. urgente,
c. liripipiado,	c. de ébano,	c. conveniente,
c. barnizado,	c. de boj,	c. pronto,
c. de madera de Brasil,	c. latino,	c. afortunado,
c. melodioso,	c. de gancho,	c. cebado,
c. de torno,	c. desenfrenado,	c. de lizo alto,
c. de estoque,	c. apasionado,	c. rebuscado,
c. enloquecido,	c. acompasado,	c. benjamín,
c. amontonado,	c. abotargado,	c. de lince,
c. rellenado,	c. bonito,	c. Orsini,
c. pulido,	c. sazonado,	c. impetuoso,
c. renombrado,	c. positivo,	c. gerundivo,

c. gerundivo,	c. de amalgama,	c. agradable,
c. activo,	c. robusto,	c. horroroso,
c. vital,	c. de apetito,	c. aprovechable,
c. magistral,	c. compasivo,	c. notable,
c. monacal,	c. temible,	c. musculoso,
c. sutil,	c. afable,	c. subsidiario,
c. de reserva,	c. memorable,	c. satírico,
c. de audacia,	c. palpable,	c. reperkusivo,
c. lascivo,	c. albardable,	c. convulsivo,
c. codicioso,	c. trágico,	c. regenerativo,
c. resuelto,	c. de ultramar,	c. masculinante,
c. acogollado,	c. digestivo,	c. borricante,
c. cortés,	c. encarnativo,	c. fulminante,
c. fecundo,	c. sigilativo,	c. centelleante,
c. silbante,	c. rocinante,	c. moruequeante,
c. elegante,	c. saciado,	c. aromatizante,
c. banal,	c. tonante,	c. diaspermatizante,
c. vivo,	c. martilleante,	c. roncante,
c. espontáneo,	c. estridente,	c. ladronzuelo,
c. colgante,	c. resonante,	c. meneante,
c. usual,	c. pimpante,	c. espoleante,
c. exquisito,	c. pordiosero,	c. abortado,
c. divertido,	c. jovial,	c. examinado,
c. picante,	c. de familia,	c. tamizante,
c. güelfo,	c. agraciado,	c. golpeante,
c. de selección,	c. de alidada,	c. pelado,
c. de alcurnia,	c. de álgebra,	c. revolvente,
c. patronímico,	c. venusto,	c. derribante.
c. punzante,	c. insuperable,	

Y así indefinidamente.

Alguien definió este elenco como un caso de enumeración caótica, donde aparentemente no hay ningún nexo entre los varios elementos de la lista. No obstante, merece la pena desempolvar una distinción entre enumeración conjuntiva y enumeración disyuntiva. Una enumeración conjuntiva reúne también cosas distintas que aportan al conjunto una coherencia, ya que es el sujeto mismo el que las ve o están consideradas en un idéntico contexto; por el contrario, la enumeración disyuntiva expresa una fragmentación, una especie de esquizofrenia del sujeto que concibe una secuencia de impresiones disparatadas sin conseguir atribuirles utilidad ninguna.

En este mismo orden de cosas, la cocina de Bloom ofrece un ejemplo de enumeración conjuntiva, puesto que todos los objetos, aunque disparatados, reciben una especie de unidad por el hecho de estar todos presentes en la misma cocina pequeño-burguesa y es justo por su banal casualidad que son representativos de la sordidez y del anonimato del día a día.

Dicho esto, tendríamos que añadir que no existe enumeración verdadera y totalmente caótica, sin embargo hay casos en los que el autor quiso expresar verdaderamente una situación de caos. Renombrados ejemplos de lista caótica se han hallado en Rimbaud, no obstante permitidme mencionar los atributos que Cole Porter en *You are the top!* confiere a la persona amada en el momento que la compara con el Coliseo, con el Museo del Louvre, con una sinfonía de Strauss, con un soneto de Shakespeare, con el Ratón Mikie, con el Nilo, con la sonrisa de la Mona Lisa, con Mahatma Gandhi, con el brandy Napoleón, con la luz violeta de una noche de verano en España, con la National Gallery, con Greta Garbo, con el celofán, con los pies de Fred Astaire, con un drama de O'Neill, con la Madre de Whistler, con el camembert, con una rosa, con la nariz de Jimmy Durante, con un Botticelli, con Keats, con Shelley, con la luna, con los hombros de Mae West, con un barco que se desliza en el Zuiderzee, con un antiguo maestro holandés, con Lady Astor, con las estepas rusas, y así sucesivamente, sin ninguna diferencia apreciable entre el Infierno de Dante y los brócolis.

Sin embargo no consideramos suficientemente el musical. El elenco caótico de Cole Porter merece todo nuestro respeto, mientras que distinto es el sentido del elenco que se manifiesta en otros terrenos de los medios de comunicación.

La poética de la lista invade muchos aspectos de la cultura de masas. Si pensamos en aquel modelo de elenco visivo que es la parada de muchachas adornadas con plumas que bajan las escaleras en las *Ziegfeld Follies*, en la serie de tiros de trampolín y a las multitudes de jóvenes ninfas de *Escuela de Sirenas*, o en la estupenda bajada de Georges Guetary en *Un americano en París*, para llegar a los desfiles de hoy en día de los grandes estilistas. En este caso, sin embargo, la secuencia de criaturas que hechizan

sólo quiere sugerir abundancia, llenar la necesidad de Kolossal, enseñar no sólo una imagen fascinante, sino también dotar al usuario de una reserva interminable de señales voluptuosas, así como en algunos restaurantes americanos en los que se paga una cuota fija al entrar y luego se puede elegir todo lo que se desea comer en un bufé gigantesco. La técnica del elenco no quiere poner en duda ningún orden del mundo, más bien al contrario, quiere reafirmar que el universo de la abundancia y del consumo, a disposición de todos, representa el único modelo de sociedad ordenada.

Marx recordaba al comienzo de *El capital* que «la riqueza de las sociedades en las que predomina el modo de producción capitalista aparece como una inmensa recogida de mercancías». Son varios los lugares simbólicos de esta recogida global: el escaparate, que enseña sólo un ejemplo de todo lo que se podría encontrar en el interior; la feria de muestras, que de manera programática anuncia con su mismo nombre que el número de los objetos a los que alude es infinito; ‘pasajes’ que celebró Walter Benjamin, o el Gran Almacén, que consagró Zola en su *Au bonheur des dames*.

Y he aquí finalmente la Gran Madre de todas las Listas, infinita por definición porque está en continuo desarrollo, la *World Wide Web*, que es justamente red y laberinto, y no un árbol ordenado y que, si bien es cierto que ofrece un catálogo de informaciones que nos convierte en omnipotentes, lo hace a precio de que no sepamos cuáles de sus elementos se refieren a datos del mundo real y cuáles no, sin distinción alguna entre verdad y error.

¿Cuál es entonces la diferencia entre las enumeraciones exhuberantes de los mass media y las enumeraciones caóticas del arte?

Déjenme terminar con tres textos de la literatura en castellano, aunque de un continente distinto a éste; en primer lugar con el que quizás sea el más bello pasaje de Jorge Luis Borges, la lista de las cosas que pueden verse en el agujero negro del Aleph, esto es, la síntesis impensable de todas las cosas del universo:

En la parte inferior del escalón, hacia la derecha, vi una pequeña esfera tornasolada, de casi intolerable fulgor. Al principio la creí giratoria; luego comprendí que ese movimiento era una ilusión producida por los vertiginosos espectáculos que encerraba. El diámetro del Aleph sería de dos o tres centímetros, pero el espacio cósmico estaba ahí, sin disminución de tamaño. Cada cosa (la luna del espejo, digamos) era infinitas cosas, porque yo claramente la veía desde todos los puntos del universo. Vi el populoso mar, vi el alba y la tarde, vi las muchedumbres de América, vi una plateada telaraña en el centro de una negra pirámide, vi un laberinto roto (era Londres), vi interminables ojos inmediatos escrutándose en mí como en un espejo, vi todos los espejos del planeta y ninguno me reflejó, vi en un traspatio de la calle

Soler las mismas baldosas que hace treinta años vi en el zaguán de una casa en Fray Bentos, vi racimos, nieve, tabaco, vetas de metal, vapor de agua, vi convexos desiertos ecuatoriales y cada uno de sus granos de arena, vi en Inverness a una mujer que no olvidaré, vi la violenta cabellera, el altivo cuerpo, vi un cáncer de pecho, vi un círculo de tierra seca en una vereda, donde antes hubo un árbol, vi una quinta de Adrogué, un ejemplar de la primera versión inglesa de Plinio, la de Philemont Holland, vi a un tiempo cada letra de cada página (de chico yo solía maravillarme de que las letras de un volumen cerrado no se mezclaran y perdieran en el decurso de la noche), vi la noche y el día contemporáneo, vi un poniente en Querétaro que parecía reflejar el color de una rosa en Bengala, vi mi dormitorio sin nadie, vi en un gabinete de Alkmaar un globo terráqueo entre dos espejos que lo multiplicaban sin fin, vi caballos de crin arremolinada, en una playa del Mar Caspio en el alba, vi la delicada osadura de una mano, vi a los sobrevivientes de una batalla, enviando tarjetas postales, vi en un escaparate de Mirzapur una baraja española, vi las sombras oblicuas de unos helechos en el suelo de un invernáculo, vi tigres, émbolos, bisontes, marejadas y ejércitos, vi todas las hormigas que hay en la tierra, vi un astrolabio persa, vi en un cajón del escritorio (y la letra me hizo temblar) cartas obscenas, increíbles, precisas, que Beatriz había dirigido a Carlos Argentino, vi un adorado monumento en la Chacarita, vi la reliquia atroz de lo que deliciosamente había sido Beatriz Viterbo, vi la circulación de mi propia sangre, vi el engranaje del amor y la modificación de la muerte, vi el Aleph, desde todos los puntos, vi en el Aleph la tierra, vi mi cara y mis vísceras, vi tu cara, y sentí vértigo y lloré, porque mis ojos habían visto ese objeto secreto y conjetural, cuyo nombre usurpan los hombres, pero que ningún hombre ha mirado: el inconcebible universo.

○ Neruda en su *Oda a Federico García Lorca*:

Si pudiera llenar de hollín las alcaldías
y, sollozando, derribar relojes,
sería para ver cuándo a tu casa
llega el verano con los labios rotos,
llegan muchas personas de traje agonizante,
llegan regiones de triste esplendor,
llegan arados muertos y amapolas,

llegan enterradores y jinetes,
llegan planetas y mapas con sangre,
llegan buzos cubiertos de ceniza,
llegan enmascarados arrastrando doncellas
atravesadas por grandes cuchillos,
llegan raíces, venas, hospitales,
manantiales, hormigas,
llega la noche con la cama en donde
muere entre las arañas un húsar solitario,
llega una rosa de odio y alfileres,
llega una embarcación amarillenta,
llega un día de viento con un niño,
llego yo con Oliverio, Norah,
Vicente Aleixandre, Delia,
Maruca, Malva Marina, María Luisa y Larco,
la Rubia, Rafael Ugarte,
Cotapos, Rafael Alberti,
Carlos, Bebé, Manolo Altolaquirre, Molinari,
Rosales, Concha Méndez,
y otros que se me olvidan.

O en última instancia, el máximo ejemplo de lista incongruente (a tal punto que puede permitirse el lujo de ser breve), o sea el elenco de los animales de la enciclopedia china *Emporio celestial de conocimientos benévolos*, inventada por Borges y luego retomada por Michel Foucault como exergo de *Las palabras y las cosas*, por la cual los animales se dividirían en:

- a) pertenecientes al Emperador,
- b) embalsamados,
- c) amaestrados,
- d) lechones,
- e) sirenas,
- f) fabulosos,
- g) perros sueltos,
- h) incluidos en esta clasificación,
- i) que se agitan como locos,
- j) innumerables,
- k) dibujados con un pincel finísimo de pelo de camello,
- l) etcétera,
- m) que acaban de romper el jarrón,
- n) que de lejos parecen moscas.

Si consideramos por un lado los excesos coherentes y por el otro las enumeraciones caóticas, nos damos cuenta de que, respecto a las listas de la antigüedad, algo distinto ha sucedido. Homero, como vimos, recurría a la lista porque le faltaban las palabras, la lengua y la boca, y el *topos* del indecible que dominó por muchos siglos la poética de la lista. No obstante, respecto a las listas de Joyce, de Borges, o de Neruda, es evidente que el autor no se sirve de los elencos porque no sabría decirlo de otro modo, más bien quiere decirlo por excedencia, por *ybris* y por voracidad de la palabra, por feliz (raramente obsesiva) ciencia del plural y del ilimitado y sobre todo para revolver el mundo, acumular propiedades para que surjan nuevas relaciones entre cosas lejanas, en todo caso para dudar de aquellas aceptadas por el sentido común.

Por consiguiente, la lista caótica se convierte en uno de los procedimientos de aquella descomposición de las formas que se halla de manera distinta en el futurismo, el cubismo, el dadaísmo, el surrealismo o en el *nouveau réalisme*.

Volvemos por un momento al elenco de los animales de Borges. La lista reta cada razonable criterio de la teoría de los conjuntos porque se pueden encontrar innumerables sirenas, fabulosos perros callejeros y cerditos que pertenecen al emperador y que han roto el jarrón, y sin embargo no se entiende el sentido de aquél etcétera que no se halla al final, en lugar de otros elementos, sino más bien *entre* los elementos de la misma lista. Y no sólo eso. Lo que hace que la lista sea verdaderamente inquietante es que encierra, entre los elementos que clasifica, también los que están incluidos en la clasificación.

Llegados a este punto, el lector ingenuo pierde la cabeza. Sin embargo, el lector experto de la lógica de los conjuntos experimenta el vértigo que en su momento deslumbró a Frege frente a la objeción del joven Russel sobre la paradoja de los conjuntos normales, que no voy a resumir pero que constituye uno de los momentos de escándalo de la lógica contemporánea, en el que la razón se cuestiona a sí misma y a sus propias reglas.

Con la clasificación de Borges la poética de la lista consigue su punto de máxima herejía y blasfemia en contra de cada orden lógico preconstituido. De ahí que no existe sólo el gusto del elenco por sí mismo. De este modo, se afirma que la lista no es tan sólo un dispositivo lúdico, juego literario, sino más bien una forma de conocimiento, o sea de *desconocimiento*, una crisis del saber establecido. Por consiguiente, es una forma retórica a la que acercarse con el máximo respeto. Algo que hemos intentado en el día de hoy, a pesar de no poder hacer nada más que, para ulteriores pruebas, remitirles a un etcétera.



**Fig. 1: Albrecht Altdorfer, *La batalla de Alejandro Magno*, 1529.
Munich, Alte Pinakothek.**



Fig. 2: Giovanni Paolo Pannini, *Galería con vistas de la Roma moderna*, 1759. París, Musée du Louvre.



Fig. 3: Hieronymus Bosch, *Tríptico del jardín de las delicias*, c. 1500. Madrid, Museo del Prado.



Fig. 4: Vittore Carpaccio, *Cruxifixión y apoteosis de los diez mil mártires del monte Ararat*, 1515. Venecia, Gallerie dell'Accademia.



Fig. 5: *La caída de los ángeles rebeldes del Paraíso perdido* de John Milton. París, 1867.

LA REPÚBLICA DE LAS LETRAS COMO SISTEMA DE COMUNICACIÓN (1500 – 2000)

THE REPUBLIC OF LETTERS AS A COMMUNICATION SYSTEM (1500 – 2000)

Peter Burke¹

(Emmanuel College, Cambridge, Inglaterra)

IC – Revista Científica de
Información y Comunicación
2011, 8, pp. 35 - 49

Resumen

En este trabajo, Peter Burke pasa revista a más de quinientos años de República de las Letras, o comunidad de intelectuales, que cooperan más allá de las fronteras geográficas o políticas. Distingue cuatro fases en esta larga historia, que aparecen marcadas por sucesivas revoluciones tecnológicas –la imprenta, el vapor, la electricidad e Internet–, pero también por tendencias contrapuestas hacia la universalización o hacia el nacionalismo excluyente.

Abstract

In this paper, Peter Burke focuses on over five hundred years of the Republic of Letters, or scholarly community, which cooperates beyond geographical or political boundaries. He distinguishes four periods in its history, that appear characterized by consecutive technological revolutions – print, steam, electricity, the Internet – but also by compelling trends towards globalization or exclusive nationalism.

Palabras clave

República de las Letras / Historia de las Ideas / Historia de la Ciencia / Nacionalismo.

Keywords

Republic of Letters / Intellectual History / Science History / Nationalism.

¹ Traducción del inglés: Francisco Lorenzo

I

Poco pudo imaginar el humanista veneciano Francesco Barbaro, cuando empleó en su correspondencia en 1417 el término *respublica litterarum*, la popularidad que su metáfora alcanzaría y el tiempo que permanecería vigente. Tan solo una generación después de la invención de la imprenta con tipos móviles (más concretamente de su reinención, ya que esta técnica se utilizaba en Corea), los estudiosos de la época —ya en tiempos de Erasmo— comenzaron a referirse a ellos mismos como ciudadanos de la república de las letras.

Esta unión o república de ‘letras’, en el sentido de aprendizaje, fue fundamentalmente una comunidad imaginaria, a veces descrita en textos como *República Literaria* (1655) de Diego de Saavedra Fajardo o *Deutsche Gelehrtenrepublik* (1774) de Friedrich Klopstock, como una ciudad circundada por un foso de tinta y defendida por plumas de escribir, o en ocasiones como un estado soberano con su propio senado y leyes.

En una interpretación literal de la metáfora, el estudioso beneditino Martín Sarmiento propuso el establecimiento de una ‘junta’ que redactase un libro de reglas con las leyes y costumbres de la república². Se trataba de un estado igualitario, en el que deberían abolirse o al menos suspenderse las distinciones sociales entre sus componentes, prohibiéndose las muestras de deferencia en las reuniones. En la Real Academia de Ciencias de Suecia, por ejemplo, el tratamiento para todos los miembros era el de *herr*, a pesar de que muchos pudiesen ostentar títulos nobiliarios.

Esta Unión podía considerarse no solo como una comunidad imaginaria, sino también como un sistema de comunicación, una red intelectual o una red de redes, ya que existían costumbres y usos para facilitar la colaboración o al menos la cooperación a distancia. Entre estos usos y costumbres destacaba la correspondencia por carta escrita en latín, que rompía las barreras de las lenguas europeas vernáculas, el intercambio de publicaciones e información y la visita a colegas de estudio durante los periplos y viajes académicos. A principios del siglo XVII, por ejemplo, era de rigor que los estudiosos que visitaban Venecia incluyesen en su itinerario una visita al monje Paolo Sarpi, del mismo modo que a la Piazza San Marco.

Junto con esto, las bibliotecas europeas estaban abiertas para los visitantes extranjeros. La entrada a la Bodleian Library aún mantiene la inscripción ‘Reipublicae letteratorum’, aunque algunos estudiosos extranjeros se quejaban de no ser bien recibidos, sobre todo si pedían consultar

² D. de Saavedra Fajardo (1665). *República Literaria* (usé la edición de Alcalà 1670); F. G. Klopstock (1774). *Die Deutsche Gelehrtenrepublik*. Hamburg. Véase sobre Sarmiento, J. Álvarez Barrientos (1995). La república de las letras y sus ciudadanos. En Barrientos, F. López y I. Urzainqui. *La República de las letras en la España del siglo XVIII* (pp. 7-17, en p. 12). Madrid.

manuscritos. En una época de conflictos religiosos, que en ocasiones desembocaba en guerras, los estudiosos protestantes tenían acceso a la Biblioteca Vaticana (Jaumann, 2001; Grafton, 2009). Muchos estudiosos católicos y protestantes conseguían mantener buenas relaciones personales y epistolares entre ellos. Las revistas académicas, como la famosa *Nouvelles de la République des Lettres*, servían de nexo de unión entre los miembros, con información sobre el mundo de la intelectualidad, reseñas de nuevos libros o necrológicas de miembros destacados.

Hacia el siglo XVIII, la Unión se había expandido allende Europa y contaba con puestos en Batavia (hoy Yakarta), Calcuta y en las Américas, especialmente en la Ciudad de México, Lima, Boston, Filadelfia y Río de Janeiro, donde se fundó una Academia de Ciencias en 1772³. El desarrollo de unas comunidades de conocimiento a nivel mundial o al menos intercontinental no comenzó, por tanto, en la era de Internet, aunque ciertamente se ha acelerado en los últimos veinte años.

Es posible que, fruto de la nostalgia, tendamos hoy a idealizar esta comunidad de conocimiento. Sin embargo, también existieron retratos más cínicos y realistas, como los estudios en el ámbito anglófono de Lorraine Daston (1991) y Ann Goldgar (1995), en los que se da cuenta de las rivalidades y conflictos o las disputas sobre autoría y las acusaciones de plagio.

En lo social, la Unión se veía restringida, prácticamente reservada, a varones de clase media y alta (aunque la Condesa Eva de la Gardie llegó a ser miembro de la Academia de Suecia). En teoría, la comunidad era igualitaria, basada en igualdad de trato. Por supuesto, en la práctica algunos miembros eran más iguales que otros. Había maestros y discípulos, profesores y estudiantes, mecenas y clientes. De alguna manera, esta unión no se encontraba aislada del resto de la sociedad, la sociedad jerárquica del antiguo régimen, aunque en algunos aspectos representaba una crítica de esta.

II

La mayoría de los estudios sobre esta comunidad, real o imaginaria, concluyeron en torno a 1750, con la *Encyclopédie*, en 1789, o a lo más hacia 1800⁴. Habría que preguntarse si este final no es injustificado o prematuro. En las siguientes páginas, mantendré que lo es.

³ Véase sobre Boston y Philadelphia, Fiering, N. (1976). *The Transatlantic Republic of Letters*. *William & Mary Quarterly*. Vol. 33, pp. 642-60.

⁴ Goldgar, *idem*; Bots, H. and F. Waquet (1997). *La République des lettres*. París, también termina en 1750. D. Goodman (1994). *The Republic of Letters: a Cultural History of the French Enlightenment*. Ithaca, termina con la Revolución.

Hay, por supuesto, buenas razones, quizás suficientes, para que la comunidad de historiadores (una república dentro de la más amplia república del conocimiento) haya tomado esta decisión. Sus motivos son dos, resumidos también en dos palabras: nacionalismo y especialización.

Las dificultades de la comunicación provocadas por las guerras napoleónicas tuvieron un impacto claramente negativo en la academia. Aunque los franceses y británicos comenzaron por adoptar el 'axioma' de que, en palabras del presidente de la Real Sociedad de Londres, Joseph Banks, «entre la ciencia de dos Naciones puede existir la Paz, aunque sus políticos estén en guerra», la colaboración pronto cesó. El propio Banks, por ejemplo, manifestaba su sorpresa de que un estudioso francés hubiese declinado visitarle. «No concibo —escribió— que pueda considerarse una necesidad política desposeer a nadie de la amistad de un hombre sabio por el simple hecho de que pertenezca a una nación con la que estamos en guerra» (Gascoigne, 1988, p. 155)⁵.

Banks procuró la liberación de varios estudiosos franceses que habían sido apresados. El Instituto de París le pidió interceder para que la expedición francesa que iba a cartografiar la costa australiana no se viese amenazada, y así lo hizo, aunque no fue capaz de conseguir a cambio la liberación de un explorador británico (Gascoigne, 1988, p. 159). El famoso comentario del científico médico Edgard Jenner de que «las ciencias no están nunca en guerra» perdía vigencia en el mismo momento (1803) en que lo pronunciaba.

La armonía de esta comunidad letrada no se vio tan amenazada por las guerras como, más insidiosamente, por el cambio del cosmopolitismo al nacionalismo o en expresión de Friedrich Meinecke, del *Weltbürgertum* al *Nationalstaat*⁶. De tal forma, podría incluso hablarse de una nacionalización del conocimiento en el siglo XIX, con una creciente percepción por parte de los estudiosos de que ejercían como representantes de sus respectivas naciones y de que se encontraban reclutados al servicio de sus estados-nación. Por su parte, los gobiernos destinaban fondos a grandes proyectos académicos como museos nacionales, bibliotecas nacionales (como la Biblioteca Nacional de Madrid), diccionarios biográficos nacionales, atlas geográficos y geológicos nacionales, o historias de las naciones, sus lenguas y literaturas. Sin embargo, los proyectos académicos que carecían de resonancias nacionales recibían menos apoyo oficial.

⁵ Véase G. R. de Beer (1960). *The Sciences were never at War*. London; Daston, *idem*.

⁶ Meinecke, F. (1970). *Weltbürgertum und Nationalstaat* (1908: traducción inglesa *Cosmopolitanism and the National State*. Princeton).

El segundo argumento que fija en 1800 -o incluso antes- el final de la comunidad de las letras, se sustenta en la acusada tendencia hacia la especialización intelectual, la división o fragmentación de la antigua república en provincias separadas o comunidades de especialistas⁷.

A finales del siglo XIX comenzaron a institucionalizarse en Alemania y los Estados Unidos las divisiones entre disciplinas con la creación de departamentos e institutos que servían de barrera para separar «las tribus y territorios académicos» (Becher, 1989). La comunidad intelectual, como los campus que en ese momento las constituían, se convirtieron en un archipiélago de áreas disciplinarias. Estos cambios dieron como resultado que la expresión *république des lettres* se viese gradualmente restringida a las *belles-lettres*, especialmente a la narrativa y la poesía⁸.

III

A pesar del nacionalismo y la especialización, defiendiendo la restitución de la idea de una comunidad letrada para describir la vida académica en Occidente (y con más fuerza a escala global) a partir de 1800⁹. Pretendo de esta forma poner en cuestión la tradicional separación entre alta y baja Edad Moderna o, al menos, propiciar un diálogo entre ambos tipos de historiadores.

De acuerdo con esto, el propósito fundamental de este artículo es sugerir una división de la historia de la comunidad de las letras en cuatro periodos de una duración del todo desigual. El primer periodo, un largo periodo temprano que se extiende desde el 1450 hasta el 1850, podría describirse como la época de la academia de tracción animal, ya que los libros, las cartas y los propios estudiosos viajaban efectivamente a lomos de caballo. Esto también podría aplicarse a la Edad Media, pero la idea de una comunidad letrada solo se extendió por Europa tras la aparición de la imprenta, a pesar de que la expresión *respublica litterarum* aparece en 1415 (Fumaroli, 1988, pp. 129-52).

El segundo periodo, desde la mitad del siglo XIX hasta mediados del siglo XX, podría denominarse la edad del vapor, aplicado ahora a la

⁷ Bots and Waquet, *idem*, p. 159.

⁸ Bots and Waquet, *idem*, p. 159.

⁹ Véase Karady, V. (1988). La *république des lettres* des temps modernes. L'internationalisation des marchés universitaires occidentaux avant la Grande Guerre. En *Actes de la Recherche en Science Sociale*, 121-22; Callisen, C. T. y B. Adkins. The Old Face of New Social Networks: the Republic of Letters as a Virtual Community. Conferencia inédita. Agradezco al autor que me haya permitido la lectura del artículo antes de su publicación.

locomoción -tanto por ferrocarril como por mar- y al uso de la prensa de vapor como técnica de impresión a inicios del siglo XIX, que abarató los libros y periódicos. La tercera época, que cubre desde 1950 hasta finales del siglo XX, fue la edad del aire, etapa en la que la clase académica, convertida en una verdadera *jet-set*, disfruta de constantes viajes a la vez que la telefonía internacional resulta más accesible y barata. La cuarta es la época electrónica, marcada por el desarrollo del ordenador personal, el uso del correo electrónico y una creciente mala conciencia medioambiental.

Quiero apuntar, para evitar malentendidos, que no abogo por un cierto determinismo tecnológico. Sin embargo, ya que esta comunidad de letrados fue esencialmente, como apunté antes, un sistema de comunicación, parece útil ordenar su historia de acuerdo con las sucesivas tecnologías de comunicación que han existido. Quede claro que, para mí, las nuevas tecnologías simplemente ofrecían oportunidades que los individuos y grupos adoptaron al instante. A continuación se tratan la segunda, tercera y cuarta época, sin olvidar los vestigios de cada edad en las siguientes.

IV

En un sentido, la segunda época o era del vapor de la comunidad letrada fue una continuación de la primera. La práctica de la correspondencia epistolar seguía siendo importante. El servicio postal internacional era más rápido, más económico y fiable, en parte gracias al transporte ferroviario y a la Conferencia Postal de Berna de 1874. Ahora, a la carta le acompañaba la separata, un tipo de tarjeta de visita académica que podía enviarse para iniciar y mantener relaciones con colegas extranjeros (Hagstrom, 1965, p. 30).

Sin embargo, lo que determinó que esta comunidad se transformase en la edad del vapor fue la aparición de los congresos internacionales. Este tipo de congresos surgió en el siglo XIX con tanto éxito, que a finales de siglo rondaban una media de treinta anuales. El primer Congreso Internacional de Ciencias Históricas, por ejemplo, tuvo lugar en París en 1900, coincidiendo con la feria mundial de ese año, que también atrajo los congresos de matemáticos, físicos, químicos, botánicos, geólogos, meteorólogos y psicólogos (Erdmann, 2005).

La comunidad de historiadores fue relativamente lenta en organizarse. Cuando se estableció como tal, los estadísticos ya habían celebrado su primer congreso internacional en 1853, los químicos en 1860, los médicos en 1867, los geógrafos en 1871, los historiadores del arte, los orientistas y los meteorólogos en 1873, los geólogos en 1878, entre otros.

Aunque estos congresos resultaban modestos desde nuestra visión actual, los estadísticos llegaron a congregarse hasta 236 miembros en Bruselas en 1853¹⁰. El desarrollo simultáneo del ferrocarril y los congresos internacionales no son mera coincidencia. La comunicación entre los académicos se desarrollaba en una de las tres lenguas que competían por el dominio académico internacional: primero el francés, que ya empezaba a reemplazarse al latín a final del siglo XVII, tras él el alemán, desde inicios del siglo XIX en adelante, y finalmente el inglés.

El barco a vapor también ayudó a transformar la comunidad rompiendo hacia 1840 la barrera transatlántica y haciendo posible los ciclos de conferencias, como los de Charles Lyell, Matthew Arnold, T. H. Huxley y otros divulgadores científicos británicos por los Estados Unidos. También las estancias cortas; en 1904 Karl Lamprecht, Ferdinand Tönnies, Ernst Troeltsch, Max Weber y Werner Sombart viajaron a los Estados Unidos con ocasión de la Exposición Universal de San Luis, donde impartieron un importante número de conferencias. Tres años después fueron Sigmund Freud y Carl Gustav Jung quienes visitaron los Estados Unidos como conferenciantes, mientras que la Asociación Británica para el Desarrollo de la Ciencia se reunía en Australia en 1914. Un programa de intercambio para profesores visitantes de Berlín y Harvard se inauguró a principios del siglo XX. En la década de 1920, las becas Rockefeller ofrecían a los jóvenes físicos europeos la oportunidad de trabajar en los Estados Unidos¹¹.

Tomando las ideas de Walter Bagehot sobre la constitución británica, pueden distinguirse los congresos 'solemnes' o meramente protocolarios de los 'eficientes' o productivos. Algunos de estos congresos del diecinueve marcaron sin duda importantes hitos, singularmente la Convención de Ginebra de 1864 y el Congreso sobre el Meridiano Cero de 1884 en Washington. En el terreno de la Química y de la Estadística, los congresos celebrados ayudaron a estandarizar la terminología y las categorías. Lo mismo ocurrió en otras disciplinas aunque no en la Historia, donde Marc Bloch intentó en vano convencer a sus colegas para estandarizar conceptos técnicos como feudalismo.

¹⁰ F. S. L. Lyons, F. S. L. (1963). *International Scientific Collaboration*.

En Lyons (ed.). *Internationalism in Europe 1815-1914*, Leiden, pp. 223-37. Véase M. P. Crosland (1978). *Aspects of International Scientific Collaboration and Organization before 1900*. En E. G. A. Forbes (ed.). *Human implications of scientific advance*. Edinburgh, pp. 114-25.

¹¹ Vom Brocke, B., ed (1991). *Wissenschaftsgeschichte und Wissenschaftspolitik im Industriezeitalter: Das 'System Althoff' in historische Perspektive*. Hildesheim 1991, pp. 185-6; Weiner, C (1968). *The Refugees and American Physics*. En Fleming, D. and B. Bailyn (eds.). *Intellectual Migration: Europe and America, 1930-1960*. Cambridge MA, pp. 190-228, en pp. 194, 196.

Resulta imposible calcular los efectos reales de los congresos académicos, aunque algunos proyectos internacionales, como la redacción de *Cambridge Modern History* (1902-12), emprendida a finales del siglo XIX por el cosmopolita británico Lord Acton, no podrían haberse realizado sin ellos. Los congresos alentaban la denominada 'des-nacionalización' de la ciencia, un antidoto a la nacionalización antes citada. Su labor se auxiliaba con la fundación de las asociaciones internacionales permanentes: la de geodesia (1861), botánica (1901), sismología (1903), entre otras (Crawford, Shinn y Sörlin, 1993).

Como la mayoría de los cambios históricos, estos desarrollos también tenían sus costes. Entre ellos destaca el declive de las sociedades académicas locales —de anticuarios, arqueólogos, literatos y demás— o al menos la pérdida de algunas de sus funciones, aunque muchas de ellas resistieron hasta mediados del siglo XX al menos. Hubo también un proceso de lo que podría llamarse 'academización', en otras palabras, una división sin precedentes entre intelectuales vocacionales (curas, abogados y doctores que habían hecho importantes aportaciones al conocimiento en el dieciocho y diecinueve) y los nuevos profesionales especializados. El desarrollo de procedimientos como la revisión por pares para la publicación de artículos en revistas académicas solía excluir a miembros externos a las comunidades y los trabajos de menor calidad de los miembros propios.

La mayor falla en el mundo del saber, sin embargo, iba a ser la que C.P. Snow denominó en 1959 'las dos culturas'. Sea dicho al margen, en la época de Snow, los científicos tenían una mayor percepción de formar comunidad que los humanistas, a los que se describía en ocasiones como una congregación invisible (Crane, 1972). El polímata anglo-húngaro Michael Polanyi adaptó conscientemente la vieja expresión, acuñando el concepto 'república de la ciencia'. Esta república se dividía en este momento en un cada vez mayor número de disciplinas, también conocidas como comunidades. La idea de una 'comunidad cristalográfica' competía ahora con una unidad más global, aunque por supuesto resultaba posible considerarse a la vez miembro de ambas unidades, la más genérica y la más específica¹².

También hubo tiempo para las rupturas. Como cabría esperar, la aparición del fascismo y el nazismo y las dos guerras mundiales fueron verdaderos desastres para el mundo del saber y para el mundo en general, aunque algunas reacciones pusieron de manifiesto altas cotas de

¹² Law, J. (1976). The Development of Specialties in Science: the case of x-ray protein crystallography. En G. Lemaine (ed.) *Perspectives on the Emergence of Scientific Disciplines*. The Hague, pp. 123-52. Véase Crawford, E. (1990). The Universe of International Science, 1880-1939. En Frängsmyr, T. (ed.). *Solomon's House Revisited: the organisation and institutionalization of science*. Canton MA, pp. 251-69.

solidaridad académica. Aún así, algunos miembros de esta comunidad expresaron un fuerte nacionalismo. Hasta noventa y tres profesores firmaron una carta de apoyo a la quema de la biblioteca de la Universidad de Lovaina en 1914 (Johnson, 1990, pp. 181-182).

En los Estados Unidos, el sociólogo Albion Small se enfrentó al hasta entonces amigo y colega Georg Simmel. En Bélgica, Henri Perenne también rompió relaciones con su amigo Kart Lamprecht durante la guerra. El propio Perenne, junto a su colega Paul Frédéricq fue arrestado y deportado a Alemania tras manifestarse contra el asalto alemán a la Universidad de Gante (Lyon, 1974, pp. 247-262).

Incluso tras la guerra, Francia promovió un boicot internacional a los científicos alemanes. El Consejo Internacional de Investigación Científica inaugurado en Bruselas en 1919 excluía a los alemanes y sus aliados, y cuando se levantó la prohibición en 1926, los alemanes rehusaron formar parte de él (Kevles, 1971, pp. 47-60). Por otro lado, Perenne alentó la celebración de nuevas ediciones del Congreso Internacional de Historia y la readmisión de miembros alemanes en la comunidad de historiadores. Como presidente del Congreso de Bruselas en 1923, presentó la historia comparada como antídoto al nacionalismo.

Otro belga, el bibliófilo Paul Otlet, dedicó gran parte de su vida a mejorar la comunicación en el mundo del conocimiento y las esperanzas de paz entre las naciones con la fundación del Mundaneum (1919) en Bruselas y la colaboración con el Comité de la Liga de Naciones para la Cooperación Intelectual (1922). El intento de Otlet de reconstruir la comunidad de aprendizaje no tuvo éxito, pero ilustra el resurgir de este ideal¹³.

La aparición del fascismo y el nazismo llevó, por supuesto, al éxodo intelectual de la década de los treinta, la huida de los intelectuales, en su mayoría judíos y germanófonos (sin olvidar a los intelectuales que abandonaron España durante o tras la Guerra Civil). La solidaridad de esta Comunidad quedó demostrada con la acogida de estos intelectuales en Gran Bretaña, Suecia, Turquía, los Estados Unidos, Sudamérica, Nueva Zelanda y otros destinos (aunque a algunos no les resultó fácil, especialmente a las académicas, encontrar un puesto adecuado en su nuevo destino).

¹³ Discutido en Londres en la defensa de la Tesis Doctoral de D. Laqua. *European Internationalism(s), 1880-1930: Brussels as a Centre for Transnational Cooperation* (2008).

V

En la tercera fase de esta República, aproximadamente entre 1950 y 1990, la creciente facilidad de desplazamiento por avión trajo consigo la proliferación de simposios internacionales menores sobre temas específicos. Los grandes congresos internacionales en las más distintas disciplinas prosiguieron en este periodo, de hecho cada vez cobraban mayor dimensión, razón por la cual dejaron de ser lugar real del trabajo e investigación.

También fue en este periodo cuando la mujer finalmente ocupó un lugar destacado en la Comunidad. Hasta finales del siglo XIX, las mujeres siempre habían sido relegadas, teniendo que formarse fuera de las universidades. En el segundo periodo, la edad de la profesionalización, comenzaron a acceder a las universidades y a graduarse o incluso doctorarse. En esta tercera fase, el incremento de mujeres docentes y autoras de libros y artículos académicos las hizo más visibles, por no mencionar el movimiento feminista.

Durante la Guerra Fría, el Telón de Acero obviamente dividió a la Comunidad, de la misma manera que había existido la división entre católicos y protestantes durante las guerras de religión en la Edad Moderna. De nuevo, sin embargo, la comunicación académica se saltó las barreras existentes. En 1955, por ejemplo, el historiador de Harvard Richard Pipes intercambiaba opiniones y libros con un colega soviético al que acababa de conocer en el Congreso Internacional de Ciencias Históricas en Roma. Lo que resulta sorprendente hoy es el hecho de que Pipes se viese en la obligación de confesar el episodio al FBI como muestra de lealtad a América (Diamond, 1992, p. 58). Yo mismo recuerdo vivamente, aunque sin sentimiento de culpa, mis visitas a los colegas de Varsovia, Cracovia y Budapest en los años sesenta, con la consiguiente correspondencia epistolar e intercambio de libros, que se convirtieron para mí en una práctica aún más frecuente en la década de 1980.

A nivel oficial, si se toma la disciplina histórica, por ejemplo, el telón se abría en ocasiones, permitiendo la organización de congresos: congresos entre historiadores franceses y polacos o el de historiadores económicos en Prato donde, a petición del alcalde de la ciudad, los historiadores del bloque comunista contaban con una buena representación.

El telón de acero se vio, de alguna forma, compensado por la fundación de la UNESCO (1946), que sucedió -incluso con más recursos- al Comité de la Liga de Naciones. El científico inglés Joseph Needham y el norteamericano Vannevar Bush -dedicado a la gestión del conocimiento- ayudaron a insertar la S de *science* en el acrónimo UNESCO, organización originalmente pensada como institución para la cultura y la educación, mientras otro científico inglés, Julian Huxley, fue su primer director-general.

La UNESCO también acogió la Asociación Internacional de Ciencia Política (1949), la Asociación Sociológica Internacional (1949), el Consejo

Internacional de Ciencias Sociales (1955) y dos historias mundiales en varios volúmenes: la *Historia de la Humanidad* (1963-6), repudiada al instante por su etnocentrismo occidental, y su sucesora la *Historia de la Humanidad* (1994-2009).

La creación del Mercado Común, la Comunidad Europea y la Unión Europea tuvo un importante efecto en la comunidad del conocimiento en esta tercera fase. Un claro ejemplo es el CERN (Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire (1954), denominado ahora la Organización Europea para la Investigación Nuclear) creado, es cierto, por la necesidad financiera, ya que los aceleradores de partículas no resultan precisamente baratos; con un coste de cuatro mil millones de euros, el Gran Colisionador de Hadrones debe ser el instrumento científico más costoso de la historia. Por otro lado, el trabajo conjunto en la sede del CERN en Ginebra ha ayudado a crear una comunidad de científicos europeos, al menos de físicos de las partículas. De nuevo, la cooperación ha sustituido a la competencia internacional, surgida de nuevo por la necesidad de recursos.

Respecto a las Humanidades, existe un Consorcio Europeo para la Investigación Política (1979) y el Consorcio de Bibliotecas de Investigación Europeas (1992), con la misión de registrar los libros impresos en Europa desde 1455 a 1830. La Fundación Europea de la Ciencia (1974) financia proyectos tanto en las humanidades como en las ciencias naturales, dando servicio a la llamada 'comunidad europea de investigación', la misma comunidad de aprendizaje con un nuevo nombre.

En relación a los estudiantes, la red ERASMUS (European Region Action Scheme for the Mobility of University Students, 1987) ha dado nueva vida a la antigua tradición de la *peregrinatio academica*. Los profesores, por su parte, se vieron beneficiados por la creación de un número de institutos bajo el modelo del *Institute of Advanced Study at Princeton* (1930); el de Wassenaar (Instituto Holandés de Estudios Avanzados, 1970), Berlín (el *Wissenschaftskolleg*, 1980) y el de Uppsala (el Colegio de Estudios Avanzados de Suecia, 1985), que proporcionaba la posibilidad de encuentros prolongados de académicos de diferentes países y, con ello, la internacionalización del conocimiento.

VI

Existe una cuarta etapa que resulta difícil de ver en perspectiva histórica y que comenzó recientemente, hace unos veinte años, con la caída del muro de Berlín y el nacimiento de la red *WorldWideWeb*. Está claro que lo que podría denominarse la 'República Digital de las Letras' difiere en importantes aspectos de sus predecesoras. La República de las Letras fue siempre una 'comunidad virtual', pero la aceleración de la comunicación ha hecho que sus miembros sean ahora más conscientes de la interacción a

distancia. La educación, especialmente la educación de adultos, se ha transformado con campus en red, escuelas de verano virtuales y las conferencias electrónicas que permiten que los participantes formulen preguntas por correo virtual.

Desde 1989 ha habido un «tremendo crecimiento de la colaboración internacional», un aumento de las redes académicas mundiales que están en contacto tanto por correo electrónico como por los congresos. Un ejemplo de entre tantos es el Censo de la Vida Marina, comenzado en el año 2000 y concluido en el 2010 con miembros de más de ochenta países (Crawford, Shinn y Sörlin, p. 4). Con marcado optimismo, esta situación se ha denominado el «aplanamiento del mundo» en el sentido de que «se conectan todos los centros de conocimiento en una única red global», que sitúa a los participantes «en un plano de igualdad sin precedentes en la historia del mundo» (Friedman, 2005; citado en Hannerz, 2010, p. 114).

Este tipo de colaboración se ha visto beneficiada no solo por el deshielo entre los bloques políticos, sino también por el uso de la lengua inglesa como un nuevo latín, que asiste en la comunicación a la vez que crea desigualdades. A diferencia del latín en los primeros años de la *respublica litterarum*, el inglés es la lengua materna de muchos académicos, lo que les concede ciertas ventajas.

El desarrollo de un inglés global también supone «un desigual intercambio de textos», ya que se traducen muchos más estudios del inglés de los que se traducen a esta lengua (De Swaan, 2001, pp. 41-59). En efecto, los libros y artículos en inglés citan menos textos en otras lenguas que al contrario. Los académicos de muchos países, desde Suecia a Brasil, se encuentran bajo la presión de los dirigentes de sus universidades para que publiquen en inglés antes que en la lengua propia, de manera que se eleve el prestigio internacional de sus instituciones (Hannerz, 2010, pp. 13-30). La importancia de los motores de búsqueda en inglés, en especial Google, refuerza el predominio anglófono. Es de entender que en la época de Jacques Chirac los franceses intentaran lanzar un motor de búsqueda francés, Quaero, y de la misma manera los chinos desarrollasen Baidu.

El impacto del cambio tecnológico en la vida diaria académica es múltiple y aún resulta difícil de digerir. Las videoconferencias, por ejemplo, se establecieron en los años noventa, pero aún no está claro si se convertirá en una práctica frecuente. La publicación electrónica es otra importante innovación. La separata, entregada en mano o enviada por correo postal, se está viendo sustituida por el artículo vía e-mail, publicado o inédito. La transformación de las bibliotecas también es notable, primero por la desaparición de los catálogos manuales, reemplazados ahora por catálogos en red, y cada vez más con las publicaciones periódicas accesibles virtualmente. El autor de un artículo remitido a una publicación electrónica recibe comentarios de un número de lectores previo a su aceptación, en lugar del método tradicional de revisiones por revisores anónimos. El futuro

del libro, o más concretamente del libro tradicional en papel, comienza a ser incierto¹⁴.

Aún es más importante el desarrollo de las bases de datos electrónicas, tanto de las creadas por los propios autores como de las generadas por motores de búsqueda como Google. Desde un punto de vista geográfico, la importancia de estas innovaciones no tiene tanto que ver con que se acelere el proceso de la localización de la información necesaria (enciclopedias, artículos académicos o archivos), como con que pueda utilizarse desde tantos puntos.

De algún modo, la antigua diferencia entre los centros de conocimiento localizados en las grandes capitales como París, Londres o Nueva York y las provincias se está finalmente atenuando. La celebrada expresión de Marshall McLuhan, 'la aldea global', aún resulta una exageración, pero es sin duda más cierta ahora que en su momento (su muerte se produjo en 1980). Por otro lado, las teorías, tanto en el terreno de las ciencias sociales como las experimentales, se producen fundamentalmente en Occidente, a pesar de las llamadas a que la teoría social incorpore la experiencia social de todas las partes del mundo en la elaboración de sus principios generales (Connell, 2007).

Un nuevo fenómeno es el *blogging*, que no ha afectado solo al mundo del conocimiento. En palabras de un entusiasta seguidor, «los académicos que participan en redes sociales van más allá de la mera publicación personal; están creando una nueva *tercera fase* del discurso académico, un espacio de desarrollo que ayuda a visibilizar las instituciones dedicadas a la investigación» (Halavais, 2006, p. 117).

Desde el punto de vista del historiador social, el más destacado, de hecho el más imprevisible desarrollo, ha sido la democratización de la cooperación intelectual en Wikipedia. A menudo, sus artículos contienen errores, pero lo mismo podría decirse de las enciclopedias tradicionales. Lo que distingue sin embargo a las enciclopedias electrónicas es su rápida –de hecho continua– actualización.

La Wikipedia ha sido una institución que ha aprendido mucho en poco tiempo, desarrollando un creciente sentido autocrítico, con comentarios como «este artículo necesita citas adicionales para su verificación. Por favor, ayude a mejorar este artículo con nuevas referencias. Los textos sin referencias pueden ser eliminados o rebatidos»¹⁵.

Junto a las otras instituciones mencionadas, la Wikipedia es una muestra de que la comunidad de aprendizaje no está muerta, sino bien viva,

¹⁴ Darnton, *idem*, pp. 43-58; Grafton, A. *Codex in Crisis: the book dematerializes*, *idem*, pp. 288-326.

¹⁵ Wikipedia "Stalin", consultado el 5 de octubre de 2009.

aunque resulte -como todo- imperfecta. Contrasta así con la amenaza que sufre la república de las ciencias a manos de las grandes compañías que insisten en el secretismo y en la propiedad intelectual y que intentan privatizar el conocimiento y dificultar su expansión (Drahos, 2003).

A pesar de esta revolución, las últimas palabras han de tratar sobre la tradición. En una época marcada por las bases de datos, aún quedan académicos que usan fichas de 5x3 para sus anotaciones debidamente ordenadas en cajas de zapatos, para sorpresa de sus atónitos estudiantes de doctorado, miembros ya de la generación digital. Más importante aún es la necesidad de contacto personal para el progreso intelectual. Françoise Waquet (2003) estaba en lo cierto al demandar la presencia de la oralidad en la vida académica. Los sociólogos del conocimiento han sugerido que incluso en la vanguardia de la investigación, la transmisión de nuevos enfoques y destrezas casi siempre requiere un contacto directo y personal¹⁶.

Bibliografía

- Becher, T. (1989). *Academic Tribes and Territories*. London.
- Connell, R. (2007). *Southern Theory*. London.
- Crane, D. (1972). *Invisible Colleges: diffusion of knowledge in scientific communities*. Chicago.
- Crawford, E., T. Shinn y S. Sörlin, (1993) (eds.). *Denationalising Science*. Dordrecht.
- Daston, L. (1991). The Ideal and Reality of the Republic of Letters in the Enlightenment. *Science in Context*, vol. 4, pp. 367-86.
- De Swaan, A. (2001). *Words of the World: the global language system*. Cambridge, pp. 41-59.
- Diamond, S. (1992). *Compromised Campus: the collaboration of universities with the intelligence community, 1945-1955*. Oxford, p. 58.
- Drahos, P. (2003). *Information Feudalism*. London.
- Erdmann, K. D. (2005). *Towards a Global Community of Historians: the International Historical Congresses and the International Committee of Historical Sciences, 1898-2000*. Oxford.
- Fumaroli, M. (1988). The Republic of Letters. *Diogenes*, 143, 129-52.
- Gascoigne, J. (1988). *Science in the Service of Empire*. Cambridge.

¹⁶ Hoch, P. and J. Platt. Migration and the Denationalization of Science. En Crawford, Shinn and Sörlin, *idem*, pp.133-52.

- Goldgar, A. (1995). *Impolite Learning: Conduct and Community in the Republic of Letters, 1680-1750*. New Haven, CT, and London: Yale University Press.
- Grafton, A. (2009). A Sketch Map of a Lost Continent: the Republic of Letters. En *Worlds Made by Words: Scholarship and Community in the Modern West*. (pp. 9-34). Cambridge MA.
- Hagstrom, W. O. (1965). *The Scientific Community*. New York, p. 30.
- Halavais, A. (2006). Scholarly Blogging: moving toward the Visible College. En A. Bruns and J. Jacobs (eds.). *Uses of Blogs*. New York.
- Hannerz, U. (2010). *Anthropology's World*. London.
- Jaumann, H. (2001) (ed.). *Die Europäische Gelehrtenrepublik im Zeitalter des Konfessionalismus*. Wiesbaden.
- Johnson, J. A. (1990). *The Kaiser's Chemists: science and modernization in imperial Germany*. Chapel Hill, pp. 181-2.
- Kevles, D. J. (1971). The Reorganization of International Science in World War I. *Isis*, vol.62, pp. 47-60.
- Lyon, B. (1974). *Henri Pirenne*. Ghent, pp. 247-8, pp. 258-62.
- Snow, C. P. (1959). *The Two Cultures*. Cambridge.
- Waquet, F (2003). *Parler comme un livre. L'oralité et le savoir (XVIe-XXe siècle)*. Paris.

COMUNICACIÓN E INCIDENCIA POLÍTICA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA PAZ¹

COMMUNICATION AND ADVOCACY WORK FOR PEACEBUILDING

Jan Servaes

(Universidad de Massachusetts, Estados Unidos)

UNESCO Chair in Communication for Sustainable Social Change

IC – Revista Científica de
Información y Comunicación
2011, 8, pp. 51 - 74

Resumen

Este artículo, enmarcado dentro de las teorías de la Comunicación para el Desarrollo, trata de establecer las condiciones básicas para la investigación social en proyectos mediáticos de intervención política orientados a la construcción de la paz en zonas de conflicto.

Abstract

This paper, framed within development communication theories, tries to establish the basic conditions for social research into political intervention media advocacy projects keyed to peacebuilding in conflict areas.

Palabras clave

Incidencia política / Construcción de la paz / Comunicación y desarrollo / Medios de comunicación.

Keywords

Advocacy work / Peacebuilding / Communication and development / Media.

¹ Este artículo forma parte de la conferencia titulada «Comunicación para el desarrollo humano y el cambio social. El papel de la comunicación en la incidencia política para la construcción de la paz», pronunciada en el "II Congreso Internacional de Comunicación Social para la Paz", celebrado en Bogotá (Colombia), del 21 al 24 de septiembre de 2009.

Sumario

1. Introducción
2. Tipos de estrategias para la incidencia política
3. Comunicación para incidir políticamente en la toma de decisiones versus en la implementación de dichas decisiones
4. Planificación de la incidencia política y de las estrategias de comunicación
5. Medios e intervención en la construcción de la paz
6. A modo de conclusión

Summary

1. *Introduction*
2. *Types of strategies for advocacy work*
3. *Communication for politically influencing decision-making versus its use for implementing the said decisions*
4. *Advocacy work and communication strategy planning*
5. *Media and advocacy in peacebuilding*
6. *Conclusion*

1. Introducción

La comunicación para la incidencia política parece ser hoy pieza clave del discurso sobre desarrollo en general, y en el campo de la resolución de conflictos y la construcción de la paz en particular. Guerra, paz y seguridad son asuntos que se mantienen ‘en la agenda’ desde hace siglos. En el siglo XX se libraron unos 250 conflictos armados que tuvieron como consecuencia más de 110 millones de muertos y una cifra mucho mayor entre heridos, discapacitados o mutilados. Algunos autores afirman que, a finales de siglo, existían 233 grupos envueltos en luchas políticas y militares a lo largo y ancho de 93 países (juna sexta parte de la humanidad!), así como veinte millones de refugiados y desplazados (Manoff, 1998, Marsella & Noren, 2003). La primera década del nuevo milenio no ha mostrado cambios en este patrón. Al contrario, desde el 11 de Septiembre y la subsecuente ‘guerra contra el terror’, se han abierto otros frentes y hay más seres humanos sometidos a sufrimiento físico y emocional.

No es nuestro objetivo aquí entrar en el análisis de los diversos y complejos factores causantes de estas guerras y conflictos, muchos de ellos estructurales (económicos, sociales, culturales o políticos) y relacionados con la distribución de la riqueza, relaciones interétnicas, nivel de politización y conciencia étnica, agudas crisis sociales o económicas, tensiones internas de determinados grupos o el colapso de la autoridad central (Costy and

Gilbert, 1998, p. 12; ver, p.e, también Elias, 1993, Marsella & Noren, 2003, Nagel, 2003, Servaes, 2009): «Generalmente, las estructuras políticas de una sociedad determinan, en buena medida, el papel que los medios pueden jugar, ya sea como escenario o como un actor más, en las áreas de tensión» (Sida, 2004, p. 10). Sin embargo, lo que sí nos proponemos es discutir el papel que cumple la comunicación para la incidencia política en la resolución de conflictos y la construcción de paz.

Ahora bien, lo primero que habría que señalar es que aún no existe consenso en torno a la definición de 'incidencia política' [*advocacy*] o proceso de incidencia política: «El punto clave es que la incidencia política busca incrementar el poder de personas y grupos, así como hacer a las instituciones más receptivas a las necesidades humanas» (Wallack et al, 1993, p. 28). La incidencia política, generalmente, apunta a un 'problema' o 'programa' concretos y rara vez a un proceso de cambio social en general o a la construcción de la paz en particular; así, la resolución de un problema o la puesta en marcha de un programa son fines en sí mismos. De esta forma, el objetivo primordial de la incidencia política consiste en fomentar políticas públicas que aporten a la solución de problemas concretos o a la implementación de un determinado programa. Ya que las políticas públicas deben ser consideradas parte integral de los procesos de desarrollo social y económico, el tipo de incidencia política que quisiéramos proponer es la *incidencia participativa*, centrada en 'escuchar' y 'cooperar', más que en 'dictar lo que se debe hacer', y que asume un enfoque dinámico e interactivo [*dynamic two-way approach*] de la comunicación.

Así, podríamos definir de forma general la *incidencia política* de la siguiente forma:

La incidencia política para el desarrollo es una combinación de acciones sociales diseñadas para conseguir compromiso político, apoyo a determinadas políticas, aceptación social y apoyo sistémico [*systems support*] en favor de un determinado objetivo o programa. Implica recopilar y estructurar la información de forma persuasiva, comunicar el caso a los poderes de decisión y a otros potenciales partidarios, incluyendo al público (a través de diversos canales interpersonales y mediáticos), así como estimular la acción de instituciones sociales, políticos e interesados en general en apoyo del objetivo o el programa (Servaes, 1992, p. 2).

2. Tipos de estrategias para la incidencia política

El modelo usual que han seguido los medios masivos en relación a la incidencia política ha sido informar a la población sobre determinados

proyectos, ilustrando las ventajas de los mismos, recomendando su apoyo y utilizando diferentes medios de comunicación con la intención informar o persuadir a la población elegida en asuntos, frecuentemente, relacionados con la política, publicidad, recaudación de fondos e información pública en favor de la paz y la seguridad. A menudo, durante el proceso de comunicación interpersonal (a través de líderes de opinión, *gatekeepers* y/o agentes de cambio) se identifican las preocupaciones del público en general, y los temas son debatidos, así como las decisiones adoptadas (o no) a través de procesos interactivos. En estos procesos se construyen las demandas públicas, así como las medidas para influir en quienes tienen la capacidad de formular políticas. Esta línea de pensamiento suele concluir que la comunicación masiva tiene menos probabilidades de tener efectos sobre los cambios de actitud y comportamiento que la influencia personal.

Perspectivas más recientes, abogando por un enfoque más participativo [*bottom-up*], ponen de manifiesto las limitaciones de la visión anterior y argumentan que la participación activa en el proceso mismo de comunicación actuará como acelerador del cambio. De hecho, no siempre tener el conocimiento necesario y la actitud conveniente para la solución de un problema lleva a la puesta en marcha de las prácticas adecuadas para conseguirlo (la brecha entre conocimiento y práctica es bien conocida). Lo que sí hace posible el cambio de comportamiento y la aceptación de nuevas prácticas es el apoyo material y humano de la comunidad involucrada. Así, el apoyo social resulta esencial a la hora de seleccionar las acciones que se llevarán a cabo. El punto de partida debe ser la 'comunidad' o el 'público'; lo que significa que el punto de vista de los grupos locales ha de ser considerado antes de la adjudicación y la distribución de recursos para los proyectos de desarrollo, y que las sugerencias de cambios en la política deben ser tomadas en cuenta. Sin embargo, la experiencia muestra que ningún enfoque por sí mismo es suficiente para asegurar una incidencia exitosa a la hora de conseguir apoyos a las políticas públicas. La incidencia política es, claro está, más efectiva cuando, junto a los medios masivos de comunicación, los individuos, grupos y todos los sectores de la sociedad están comprometidos en el proceso (más ampliamente elaborado en DFID, 2004; Fraser & Estrepo-Estrada, 1992, 1998; Papa, Singhal & Papa, 2006; Omoto, 2005; Servaes, 1999, 2008).

Los medios masivos de comunicación pueden formar parte del proceso de incidencia política de dos formas diferenciadas: por una parte, apoyando las iniciativas de desarrollo a través de la difusión de mensajes que animan al público a respaldarlas y, por otra, suministrando a quienes deben decidir la información necesaria para hacerlo. Por otra parte, los políticos suelen reaccionar a las peticiones que vienen del pueblo, de los grupos de *lobby* o de su propia red de políticos y de funcionarios con capacidad de decisión. Por eso, la incidencia, el compromiso de los políticos y las medidas solidarias son, a menudo, producto del *empoderamiento*

[empowering]de los ciudadanos y los sistemas de apoyo social que éstos ponen en marcha (Servaes, 2000). De esta forma, la incidencia política resultará más efectiva cuando todos los sectores de la sociedad se involucren a través de tres estrategias de acción interrelacionadas; a saber:

- a. *Incidencia política* que genere compromiso político en favor de políticas solidarias, así como un mayor interés del público en asuntos relacionados con la salud.
- b. *Solidaridad social* que lleve a la consecución de alianzas y sistemas de apoyo que alienten y legitimen acciones de desarrollo.
- c. *Empoderamiento*, que arme a individuos y grupos con los conocimientos, valores y habilidades que impulsan la acción en favor del cambio.

Como ya hemos mencionado, existe una amplia variedad de estrategias orientadas a la incidencia política; en todas ellas se pueden distinguir *tres dimensiones básicas* de acción: la propia organización de las actividades; el contenido, la *sustancia* de dichas actividades, y el 'clima' de las relaciones humanas en el que las actividades se llevan a cabo. En todas estas dimensiones los medios y la presión pública juegan un importante papel.

Según esta distinción, para llegar a comprender el origen de los comportamientos producidos por la acción de los diferentes tipos de estrategias de intervención, se hace necesaria una revisión de las distintas teorías, en muchos casos divergentes, que han tratado de explicar cada una de las tres dimensiones básicas por separado. Habría que prestar especial atención al impacto de las ciencias del comportamiento y las actitudes sobre (a) *la teoría de las organizaciones*, (b) *los usos sociales del conocimiento* y (c) *el análisis político*.

Por lo demás, si bien la elección de las estrategias de incidencia política dependerá fundamentalmente tanto de la naturaleza del asunto que haya de tratarse, como de las expectativas de los ciudadanos al respecto, también se verán condicionadas de alguna manera por el tipo de participación de ciertos particulares interesados en él, es decir, de aquellos individuos o grupos especialmente involucrados, ya sea porque les afecte de manera más directa una decisión gubernamental o porque ellos tengan la capacidad de afectar la decisión en sí misma.

A menudo, quienes toman las decisiones políticas responden de manera marcadamente diferente a la misma información acerca de un entorno político. Un entorno político es el contexto específico dentro del cual los acontecimientos se desarrollan obedeciendo a un tema político, acontecimientos que influyen y, a la vez, son influenciados por los actores políticos y las políticas públicas. De ahí que los sistemas políticos contengan procesos que son dialécticos por naturaleza, lo cual quiere decir que las

dimensiones objetiva y subjetiva de la acción política son inseparables en la práctica.

Los sistemas políticos son, por una parte, productos humanos subjetivos creados a través de una serie de decisiones conscientes; paralelamente, dichos sistemas son una realidad objetiva que se manifiesta en acciones observables y en sus consecuencias; por otra parte, quienes participan en el proceso de toma de decisiones políticas son también, al mismo tiempo, creadores y productos de estos sistemas.

Así, a la hora de identificar la estrategia más apropiada de incidencia política es importante tomar en consideración las siguientes características de los problemas políticos:

1. La *interdependencia de los problemas políticos*, lo que sugiere combinar los enfoques analítico y holístico del asunto a tratar.
2. La *subjetividad de los problemas políticos*: junto a las realidades 'objetivas', los juicios y valores subjetivos tienen su papel en el proceso de toma de decisiones. Las estrategias de incidencia política deben abarcar ambas dimensiones.
3. La *artificialidad de los problemas políticos*: los problemas no existen separadamente de los individuos que los definen, lo cual significa que no existen estados 'naturales' de una sociedad que constituyan por sí mismos problemas políticos.
4. Las *dinámicas de los problemas políticos*: existen tantas soluciones diferentes para un problema dado, como definiciones de este problema.

3. Comunicación para incidir políticamente en la toma de decisiones versus en la implementación de dichas decisiones

Hoy día sigue siendo tema de discusión cuál debería ser el *enfoque principal* en las estrategias de incidencia política: la influencia sobre la planificación y toma de decisiones o aquella otra que se ejerce para la aplicación de determinadas políticas y busca la movilización social. En términos generales, se puede distinguir entre una incidencia sobre la planificación política y la toma de decisiones, orientada a asegurar apoyo político, social y legislativo a una iniciativa 'de paz' (por ejemplo, la petición de una amnistía general); y una incidencia para la implementación de determinadas políticas, lo que requiere de grandes esfuerzos para movilizar a individuos y grupos en acciones de desarrollo (por ejemplo, en la reconstrucción de un país). Ambos enfoques son importantes y deben ser abarcados. El objetivo de las estrategias de incidencia política consiste en

fomentar el compromiso de políticos y ciudadanos, así como de los profesionales, a través de un proceso de movilización social.

Diferentes situaciones y problemas precisan también de diferentes soluciones y se requiere flexibilidad en la selección de las estrategias apropiadas. Básicamente, se podría distinguir entre dos tipos de estrategias esencialmente opuestas, que en la práctica deberían ser vistas como extremos de un mismo continuo: estrategias para la *toma de decisiones* (*top-down*); y estrategias para la *implementación de decisiones* (participativas). De esta forma, se podría proponer, bien una combinación de políticas o estrategias, o la creación de un *enfoque híbrido* a partir de diversas teorías.

Los políticos y los poderes de decisión se enfrentan al reto de la toma de decisiones, teniendo que escoger entre soluciones alternativas y demandas que compiten entre sí y deben, además, ocuparse de la implementación de las decisiones tomadas; decisiones no sólo relacionadas con los problemas de comunicación a los que se enfrentan y las soluciones que proponen, sino también sobre la manera en que las decisiones serán implementadas y ejecutadas (Grindle & Thomas, 1989; Lindquist, 2003). De esta forma, los políticos y poderes de decisión pueden sentir la necesidad de contar con un marco general conceptual y operacional, ya que la política y la toma de decisiones no son solamente teoría, sino también una disciplina aplicada, por lo que parecería necesario «un proceso de investigación sobre, o un análisis de, un problema social fundamental con el fin de proveer a los políticos de recomendaciones pragmáticas, orientadas hacia la acción para aliviar el problema» (Majchrzak, 1984, p. 12).

Cada decisión política parece atravesar el así llamado ‘ciclo de vida política’, en el cual se pueden identificar cuatro fases: (i) el reconocimiento del problema; (ii) su ‘definición’; (iii) la solución y (iv) el mantenimiento del control sobre el problema (ver cuadro 1).

Cuadro 1: Las fases del ciclo de vida política

Cuadro 1: Las fases del ciclo de vida política.	
FASES DEL CICLO DE VIDA POLÍTICA	MÉTODOS DE COMUNICACIÓN
(i) Reconocimiento del problema	Chequeos regulares de la opinión pública Análisis de contenido de medios de comunicación (masiva) Trabajo en red sistemático y continuo (tanto en el espacio real como en el virtual) con ONGs, grupos de interés, e instituciones científicas Briefings/entrevistas regulares y encuentros con grupos de interés y de lobby
(ii) Definición / comprensión del problema	Chequeo de Conocimiento/Actitud/Práctica ("CAP") Integración de la comunicación entre los instrumentos políticos Diseño de estrategias de comunicación Extensión/comunicación de información (para revelar temas y opciones políticas) hacia quienes estarán involucrados
Solución del problema	Comunicación como instrumento independiente Comunicación complementaría a otros instrumentos Informar a grupos sobre el uso de otros instrumentos (nuevas leyes, subsidios, etc.) Pre-evaluación externa por medio de investigación cualitativa
Mantenimiento del control sobre el problema	Información pública Informar sobre cambios de planes políticos y su implementación Chequeos regulares de opinión/actitud (ya que grupos focales por edad serán lentamente reemplazados por generaciones más jóvenes).

Adaptado de Winsemius (1986)

Es crucial tener en cuenta que los poderes con capacidad de hacerlo sólo tomarán una decisión o cambiarán una política bajo una serie de condiciones; a saber: cuando consideren el tema económica o políticamente viable; cuando haya suficiente presión o apoyo del público; y cuando existan evidencias consistentes de este apoyo y de la necesidad de darle prioridad a dicho tema.

La toma de decisiones se basa en la disponibilidad de cierto número de 'recursos' que han de manejarse para llevarlas a cabo, como la experiencia y/o el conocimiento del tema y de los factores políticos implicados; la disponibilidad de o el control sobre la información necesaria; el grado de accesibilidad política y de confidencialidad a que obliga el asunto; la talla humana y personalidad contrastadas de los actores políticos involucrados en la toma de decisiones; el grado de apoyo que recibe el agente político de los grupos que tienen poder para afectar a la toma de decisión; y un contexto favorable socio-cultural y político-económico. La toma de decisiones se debe basar, idealmente, en el conocimiento/experiencia y en la relevancia técnica del tema. Sin embargo, los políticos siempre jugarán un papel en el resultado de la toma de decisiones. Veamos, a continuación y con algo más de detalle, el papel de los 'recursos' citados.

El conocimiento y/o la experiencia necesarios para resolver un problema social son diversos (McMahon, 2001) y precisan de fuentes y formas múltiples de conocimiento para comprender, en su complejidad, la naturaleza del problema y así poder examinar alternativas y elegir entre ellas. Todos los grupos involucrados pueden contribuir a la creación de conocimiento sobre el problema social, partiendo de su propia perspectiva y experiencia, y esto incluye información sobre la población local, así como sobre los políticos, investigadores, economistas, trabajadores de la salud, etc. Este conocimiento, socialmente construido, puede ayudar a definir la naturaleza del problema y servir como base racional para el proceso de toma de decisiones.

Y dicho conocimiento puede ser comunicado a través de diversas vías. No todos los mensajes transmitidos constituyen automáticamente 'información' para la persona a quien se dirige. El receptor decide si el contenido del mensaje es 'útil' o no; y los datos se convertirán en información si tienen un significado específico para el receptor. La información relevante basada en evidencias, reduce la incertidumbre en el proceso de toma de decisiones y, de esta forma, acelera la construcción de consenso y la consecuente acción (Crewe & Young, 2002).

Merece la pena subrayar *cuatro grandes limitaciones* de los métodos analíticos disponibles. Se trata de razones de peso que explican por qué no podemos esperar que el trabajo de los analistas políticos profesionales elimine el papel de los poderes y del regateo entre los grupos de interés competidores que existen en el interior de toda organización, y que

habitualmente se entrometen en la formación de las decisiones políticas e introducen modificaciones cuando los intentos de implementación no tienen éxito. En primer lugar, los analistas profesionales pueden fallar y los poderosos (a menudo) lo saben; por otra parte, el trabajo de los analistas profesionales es con frecuencia lento y costoso; además, los analistas profesionales poseen a menudo capacidad limitada de predicción sobre el valor de las diferentes alternativas o prioridades que compiten entre sí y, por último, en ausencia de «armonía de intereses o valores entre individuos o grupos que compiten» en el seno de la organización, los analistas profesionales pueden tener dificultades a la hora de proponer una solución política satisfactoria para todas las partes.

La *información* se puede convertir en un instrumento para atacar, defender o desarrollar un determinado estatus. La posición estructural de muchos poderes de decisión les ofrece ventajas a la hora de controlar la comunicación organizacional y, en este sentido, están bien situados para desempeñar el papel de vigilancia y gestión técnicas [*technical gatekeepers*] de los flujos de comunicación que circulan dentro de la propia organización. Como tales, son potencialmente capaces de influir en el proceso de atribución de los recursos a su organización, por medio de un proceso de recolección, filtrado y reformulación de la información. Esto puede ocurrir especialmente en el caso de decisiones innovadoras, con alto grado de incertidumbre.

Por eso, se espera de los poderes de *decisión* que actúen sobre la base de tres tipos de cuestiones: por una parte, objetivos que, si se alcanzan, son la prueba principal de que un problema ha sido resuelto; en segundo lugar, hechos cuya presencia puede limitar o favorecer el logro de estos objetivos y, por último, acciones cuya ejecución puede resultar en el logro de los objetivos y la resolución de los problemas (Weiss, 1977a, b). Aún cuando los poderes de decisión tengan la intención de basar sus acciones en la evidencia que proveen las Ciencias Sociales, pueden estar sujetos a otras restricciones, como las citadas por Weiss y Bucuvalas (1980), a saber:

- La toma de decisiones en agencias públicas a menudo constituye una empresa fragmentaria. Las decisiones no necesariamente son tomadas por un solo individuo, ni siquiera por un equipo claramente definido.
- Quienes toman las decisiones cambian de trabajo con frecuencia, a menudo no tienen el tiempo suficiente; suelen encontrarse ante hechos consumados. Por otra parte, los asuntos políticos evolucionan rápidamente y quienes toman decisiones llevan décadas, a menudo, involucrados en temas políticos y programáticos. Asimismo, los resultados y las recomendaciones provistas por la investigación

en Ciencias Sociales pueden no estar en concordancia con la jurisdicción o autoridad de alguna agencia y proponer acciones que superen los recursos (fondos, personal, habilidades) de la propia agencia; así como sugerir cambios políticos que no encajen con la ideología o filosofía de la administración, la agencia, o el público y, finalmente, los políticos no están solo interesados en la aplicación de la mejor evidencia para la solución de los problemas, sino también en la reconciliación de las diferencias y en la exhibición de compromisos que mantengan la estabilidad del sistema. Por esto, en favor de la receptividad del público, de la construcción del consenso o de la 'política dura', los políticos pueden optar por sacrificar la 'mejor solución' ofrecida por la investigación.

- En los procesos de toma de decisiones, la validez o el peso de la evidencia no siempre serán el factor decisivo. El nivel de apoyo que un político recibe estará probablemente condicionado por la estructura y la naturaleza de sus relaciones interpersonales, directas e indirectas. Por esto, el político consciente también tendrá en cuenta su *red social*.
- El *estatus del político* en la jerarquía del poder, así como las consecuencias de sus decisiones sobre su estatus futuro influirán en el proceso de toma de decisiones. La experiencia, el control sobre la información, así como el acceso y la confidencialidad políticas son condiciones necesarias, pero no suficientes, para el poder del político. La posesión y el uso táctico de estos recursos de poder necesitan ser considerados en el contexto de la evaluación del estatus del político en la red social. De esta forma, una variable importante es el nivel y el tipo de apoyo que el político recibe de sus 'pares' o 'grupos de lobby' externos.
- Finalmente, como ya hemos mencionado, el contexto socio-cultural y político, favorable u hostil, también tendrá un impacto sobre la toma/el logro de las decisiones (Figuerola et. al, 2002; Lie, 2003; Servaes, 2008).

La investigación relacionada con la toma de decisiones tiene que jugar un papel clave en el proceso del logro de decisiones informadas. Tales investigaciones deben analizar los temas que interesan a los poderes de decisión y asegurar el compromiso de los involucrados, los planificadores y los gestores de los programas. A menudo no se utilizan los resultados de las investigaciones porque no se analizan los temas críticos, o porque los involucrados no reciben los resultados a tiempo.

El *modelo tradicional de investigación científica* sobre la toma de decisiones asume que se trata de un proceso lineal-racional y no toma en cuenta el contexto político ni la multiplicidad de factores que interviene en la toma de decisiones. El modelo presenta al político como una persona que tiene un problema y recurre a un científico para hacer investigación que le ayude a resolverlo. El científico realiza la investigación y le comunica los resultados y las recomendaciones. El político aplica los resultados y el problema está resuelto. La carencia fundamental de este modelo consiste en que la última presuposición generalmente no se da. En general, la investigación social no se utiliza en la toma de decisiones debido a varias razones, entre las que destaca la falta de compromiso de los involucrados, así como las carencias en planificación y comunicación.

Los problemas sociales exigen, al diseñar el modelo de investigación política, un enfoque científico alternativo, capaz de tener en cuenta todos los factores implicados en la toma de decisiones. Deben considerarse estos factores antes de poner en marcha la fase de recopilación de datos previa al análisis, pues afectarán a la validez de uso de sus resultados. Al mismo tiempo, habrá de tenerse en cuenta también que los datos recolectados de forma no científica (durante campañas políticas o intercambios emocionales de distinto tipo y ocurridos en situaciones diversas), podrían llegar a resultar de importancia durante el proceso de toma de decisiones.

La idea de la necesidad de implicación conjunta de los que toman las decisiones, por una parte, y de los usuarios de la información, por otra, en la adopción de medidas y el diseño de las decisiones, está basada en la presuposición de que la eficacia se ve favorecida si estos usuarios comprenden, creen y tienen interés en los datos.

Cada grupo involucrado en una decisión política tiene su propia percepción de la naturaleza del problema, así como de sus causas, y todos ellos pueden contribuir a la creación de una mayor comprensión de la situación. Consecuentemente, a la hora de llevar a cabo un modelo de investigación política resulta esencial prestar especial atención a las siguientes acciones:

- Definir los grupos de involucrados relevantes con respecto al tema.
- Atraer a estos involucrados al proceso de investigación.
- Definir el problema para cada grupo de involucrados.
- Llevar a cabo la discusión entre los grupos de involucrados para llegar a un 'ámbito compartido' del problema.

- Desarrollar una definición compartida del problema en base a la cual se diseñaron las preguntas, cuyas respuestas tendrán así más probabilidad de indicar el camino hacia la 'solución' del problema.
- Llevar a cabo una investigación empírica basada en las preguntas diseñadas.
- Discutir los resultados de la investigación empírica con los involucrados, con el fin de definir una base sobre la que negociar posibles políticas y acciones.
- Negociar un plan de acción e implementarlo.
- Realizar y guiar las acciones, así como su implementación.
- Organizar ciclos de monitoreo, evaluación y adopción posible de las acciones en los cuales todos los involucrados relevantes estén realmente, valga la redundancia, involucrados.

Esta investigación en función de la toma de decisiones requiere de un proceso interactivo que logre la comprensión compartida del problema, lo cual es la base para la negociación de las acciones.

4. Planificación de la incidencia política y de las estrategias de comunicación

Las estrategias de incidencia política y de comunicación deben ser objeto de planificación y deben incluir objetivos concretos. Por otro lado, proveer de información a quienes toman las decisiones no garantiza que se culmine el proceso. A la hora de planificar, la pregunta no es *cómo se va a difundir el mensaje*, sino *cómo se va a mejorar el uso de la información de la incidencia política en la toma de decisiones*. Para mejorar la utilización de la información y de los mensajes de la incidencia política, se suelen considerar los siguientes puntos (ver cuadro 2).

Cuadro 2: Criterios relevantes para el éxito de los mensajes de incidencia política	
Relevancia	El problema debe ser considerado como relevante para los diferentes grupos de involucrados.
Oportunidad temporal	El problema debe ser presentado en el momento exacto.
Validez	La información y las estadísticas deben ser válidas.
Sensibilidad cultural	La información debe ser confeccionada a la medida de las audiencias y estar en consonancia con los niveles de comprensión y las expectativas de la gente o de los involucrados.
Orientación de grupos relevantes (entre los involucrados)	Se debe capacitar a los grupos de involucrados en la interpretación de los datos, para que sean capaces de entenderlos
Planificación	Las estrategias de incidencia política y comunicación deben ser planificadas con anticipación con el objeto de mejorar el uso de la información.
Comunicación	Interacción y consecución del entendimiento mutuo entre grupos relevantes de involucrados.
Orientación de las acciones	Las estrategias de incidencia política deben proveer información en función de la acción concreta.
Difusión de la información	Los mensajes y la información para la incidencia política sólo pueden ser utilizados por quienes toman las decisiones, si son difundidos de manera adecuada.

Queremos volver a subrayar que la comunicación y la difusión son importantes, pero no los únicos factores para mejorar los esfuerzos de incidencia política orientados a la toma de decisiones, sino parte de un sistema compuesto de elementos interdependientes.

Además, para ser efectivas, las estrategias de incidencia política deben enfocarse, tanto hacia los usuarios de la información, como hacia el mensaje. Los ciudadanos son actores y sujetos, no objetos, en los esfuerzos de incidencia política. El contenido y la forma de los mensajes de incidencia política deben ser adaptados a la audiencia específica de quienes toman las decisiones y basarse en sus necesidades, problemas, preocupaciones e intereses, para así lograr captar su interés y su compromiso potencial. La construcción de alianzas y el trabajo en redes entre grupos de interés y actores en el proceso de toma de decisiones son elementos esenciales en las estrategias de incidencia política.

5. Los medios y las intervenciones en la construcción de la paz

Nos interesa aquí abordar el papel instrumental de los medios en la 'negociación' pública de los factores arriba mencionados. Los llamados medios del 'odio', así como los sensacionalistas y propagandísticos, sean éstos comerciales o abiertamente partidistas, cuando reportan y atacan al 'otro' se convierten en 'jugadores' importantes en conflictos y guerras (James, 2004; Elias, 1993). Hamelink (1997) recuerda que es a través de los medios como los propagandistas nacionalistas o 'étnicos' pueden «sugerir a sus audiencias que 'los otros' representan una amenaza fundamental para la seguridad y el bienestar de la sociedad, y que el único medio efectivo para escapar de esta amenaza es la eliminación de este gran peligro» (p.32).

A pesar de que puedan existir evidencias en favor de un enfoque más 'selectivo de efectos', son muchas las organizaciones internacionales, bilaterales, así como de carácter nacional, sean estas gubernamentales o no-gubernamentales, que defienden que las intervenciones especialmente 'diseñadas' por los medios, en favor de la construcción de la paz, pueden tener un impacto positivo y ayudar a detener los conflictos violentos. La *línea principal* de pensamiento en relación a los medios y la construcción de la paz consiste en que los periodistas, supuestamente, no deben 'tomar partido' en el conflicto en cuestión, sino sólo escoger el lado de la paz (Galtung, 1998; Lynch & McGoldrick, 2005).

Los resultados y las recomendaciones de un gran proyecto de la ONG internacional, *Search for Common Ground*, que analiza quince casos de proyectos mediáticos para la construcción de la paz, llevados a cabo en áreas de conflicto situadas en diferentes partes del mundo (Afganistán, Benín, Camboya, Asia Central, Colombia, Chipre, Congo, Grecia, Indonesia, Kenia, Macedonia, Ruanda, Senegal, Sierra Leona, y Turquía) resultan sumamente esclarecedoras para comprender el tema que aquí nos ocupa.

Los proyectos seleccionados tienen grandes diferencias, «pero todos empiezan con una premisa básica: que el conflicto violento es alimentado por la ignorancia y el la falta de entendimiento entre las partes implicadas, y que el conocimiento y la información exactos son piezas vitales en la construcción de la paz, la estabilidad y la reconciliación» (Howard, Rolt et al, 2003, p. 82). Algunas de las *preguntas básicas* que se plantearon durante el desarrollo de los proyectos fueron: ¿quién define la paz?; ¿cómo se conceptualiza la paz?; ¿cuántos tipos de paz existen para los distintos actores involucrados y cómo se aplican éstos en las áreas particulares de conflicto?; ¿en qué criterios, premisas y prioridades se basan las decisiones de los periodistas con respecto a la audiencia meta y/o temas que serán abordados?; ¿qué sistemas de responsabilidad tienen previstos en caso de

eventuales errores?; ¿quién decide si las intervenciones de los medios son realmente ‘constructivas’?; ¿debería siquiera haber intervenciones de los medios?; ¿cuáles son las condiciones definitorias para tales intervenciones y cuál la justificación de la presencia de las organizaciones (muchas veces internacionales) en las áreas de conflicto?; ¿en qué medida están imponiendo su propio sistema de valores mientras intentan introducir una cultura de paz?; ¿en qué medida dependen estas intervenciones de los medios y fuentes de financiación y de qué manera afecta esto al proceso y al resultado?

Puesto que no hay dos conflictos etno-políticos o *ambientes mediáticos* iguales, estas preguntas provocan una variada gama de respuestas y de soluciones sugeridas. No existe una solución única que sea válida para todos. Es importante distinguir entre las diferentes etapas de la intervención de los medios y las sugerencias que a continuación proponemos, ya que se trata de ‘orientaciones’ y no de ‘recetas obligatorias’. Precisamente por esta misma razón, la organización canadiense *Journalists for Human Rights* ha comenzado la publicación en diversos países de África de manuales específicos para cada uno de ellos.

Las diferentes secciones que debe contemplar una investigación para procesos de intervención mediática en la construcción de la paz son las siguientes:

- a. La *Evaluación del Pre-Proyecto*, que se ocupará del análisis de la primera etapa de los proyectos mediáticos de construcción de la paz; es decir, del estudio de las condiciones para su viabilidad y de la evaluación propiamente dicha de los trabajos del pre-proyecto.
- b. La sección de *Planificación/Diseño del Proyecto*, por su parte, organizará los proyectos mediáticos según tres grandes categorías (capacitación, provisión de *hardware* y contenidos de los medios), y proporcionará una descripción comprehensiva de preguntas y temas que deberán ser abordados antes de que un proyecto se lleve a cabo efectivamente.
- c. La sección *Monitoreo/Evaluación*, habrá de ocuparse del seguimiento y evaluación de las dos etapas más difíciles y a menudo controvertidas en cada proyecto mediático [y otros] de construcción de la paz, la de su puesta en práctica y la de los criterios y modos de control de resultados establecidos para conocer su desarrollo. Esto nos proporcionará indicadores sobre las cuestiones de importancia que deberán ser consideradas durante estas dos etapas y permitirá establecer directrices para que se puedan cumplir sus objetivos con la mayor eficacia.

- d. Finalmente, es necesario que se tenga en cuenta la ‘Sostenibilidad’ del proyecto.

Daremos algún detalle más sobre cada una de estas etapas.

a. Evaluación y planificación pre-proyecto: un estudio de viabilidad puede ser necesario para comprender mejor la situación conflictiva *per se* y su entorno mediático, y con ello conocer si éste permite una intervención basada en los medios de comunicación con el objetivo final de la transformación pacífica del conflicto. Si éste es el caso, el resultado del estudio ayudará a identificar el tipo de intervención que podría realizarse.

En este nivel resulta necesario contestar preguntas del tipo: ¿cuáles son las motivaciones del conflicto?; ¿cuál es su historia y por quién ha sido contada?; ¿cuál es el nivel actual de tensiones étnicas, políticas y económicas? y ¿existen problemas contextuales tales como disputas por la tierra, pobreza, fundamentalismo religioso, riesgos mineros, luchas de poder, relaciones de género (violaciones, violencia contra las mujeres), abuso infantil, etc.? La identificación de las estructuras de poder en términos de etnicidad, clase, edad y género, entre otros, así como los valores dominantes y las normas sociales aceptadas son datos vitales sobre los que se deberá basar cualquier proyecto potencial. ¿Cuáles son los puntos de vista de la población de los bandos en conflicto?; ¿cuáles piensan que son las razones del conflicto, cuáles los factores necesarios para su resolución y cuál la solución deseable?; ¿cuáles son sus necesidades con respecto a seguridad, identidad y desarrollo? (Castles, 2000; Howard et al., 2003). Y, en relación a los medios de comunicación, se antojan preguntas esenciales las siguientes: ¿de qué medios de comunicación se dispone?; ¿quién los posee/controla? La diversidad de medios necesita ser explorada y evaluada, así como el apoyo del sector comercial a una variedad de medios independientes, ampliamente accesibles al público (Gilboa, 2000, pp. 275-309).

La *línea de tiempo del conflicto* es, asimismo, crucial: el pre-conflicto (latente), el conflicto abierto, y (o) el post-conflicto. Aunque algo simplistas, estas líneas de tiempo pueden dar una indicación sobre cómo proceder. Una vía de aproximación puede establecerse sobre los términos de conocer cuál es la línea oficial en el conflicto, qué es lo que dice la comunidad internacional, cómo lo está experimentando la gente, etc.

Lo que también es importante en esta evaluación multi-dimensional es el diseño de las preguntas de acuerdo a las variables locales. Este *enfoque basado en casos específicos* permitirá que las estrategias implementadas sean ampliamente variadas de acuerdo con la naturaleza del conflicto, la geografía cultural del terreno y el paisaje de los medios locales. Finalmente, no sólo las preguntas son importantes para la

evaluación, sino también la selección de quienes harán las preguntas y a quién. «La línea base debe identificar las estructuras de poder locales e internacionales en varios niveles y por esta razón deben estar en primer lugar el *quién dice qué a quién* y *por qué* y la posición del investigador mismo en el proceso» (Terzis & Vassiliadou, 2008, p. 379).

b. Planificación – diseño del proyecto: se deben tomar en cuenta las variables políticas, económicas, culturales, religiosas y educativas del área de interés durante la planificación/diseño del proyecto. Culturas democráticas y tolerantes, independencia financiera de los medios y una legislación justa que se aplica son indicadores que apuntan a que el proyecto pueda tener un efecto más duradero. Esta es la etapa que puede ser subdividida en tres partes: capacitación, contenido de los medios y provisión del *hardware*.

Capacitar a los periodistas puede no ser eficaz en un ambiente totalitario; utilizar los medios impresos para una población con alto grado de analfabetismo no tendrá los efectos deseados; tampoco el uso de la televisión como medio para el proyecto en áreas donde la mayoría de la gente no tiene acceso a la televisión o ni siquiera a la electricidad.

La situación de conflicto y el paisaje mediático local determinarán qué contenido o combinación de contenidos y géneros de medios será el más apropiado. Estos pueden incluir *periodismo duro* (*hard-news*), Internet y redes sociales, publicidad y anuncios de utilidad pública, relaciones públicas, programas de televisión y radio, incluyendo reportajes de paz inter-étnicos, telenovelas, comedias, dramas, documentales, películas, mesas redondas, canciones de paz, programas de llamadas a la radio, afiches y folletos, caricaturas en la televisión y en revistas, diálogos en video, teatro de calle, música popular, intercambios editoriales y marketing social.

Debido a la destrucción parcial o completa de la infraestructura mediática en las áreas de conflicto, la provisión de *hardware* está siendo cada vez más reconocida como un área importante de asistencia humanitaria (para más detalles, véase Beckett & Kyrke-Smith, 2007; DFID, 2000).

c. Monitoreo y evaluación: es importante que el monitoreo y la evaluación se lleven a cabo de manera sistemática y regular, y que los resultados sean utilizados para producir retroalimentación sobre cómo sostener el impacto del proyecto y para desarrollar proyectos futuros, de manera tal que se dirijan a las necesidades de la población local y de los participantes en el proyecto: «las evaluaciones deben ser puestas en perspectiva en relación con otras tendencias políticas, económicas y sociales en la región. En otras palabras, deben estar basadas en un contexto regional, no sólo en el contexto del escenario del conflicto

particular en donde se lleva a cabo el proyecto» (Galama & Van Tongeren, 2002, p. 22). Por esta razón, no se puede presuponer que los efectos que resultan de cualquier proyecto estén aislados de eventos en el interior del conflicto y de la región en general (véanse Eknes & Endresen, 1999; Hieber, 2001; Kelman, 1995; Siochru, 2005; Ross, 2001).

d. Estrategia de sostenibilidad y 'traspaso': para asegurar que un proyecto de intervención mediática no esté guiado principalmente por su fuente de financiación, y que quienes lo implementan no impongan su propio sistema de valores tratando de introducir una *cultura de paz* mediática, sino que se esté predominantemente interesado en la sostenibilidad del proyecto, una *estrategia de traspaso* debe formar parte integral del diseño y de los objetivos del proyecto. La entrega del proyecto a grupos comunitarios locales o a organizaciones profesionales y su adecuada incorporación a la estrategia general de proyecto permitirá a la organización incorporar las capacidades constructivas locales como parte integral del proceso (Gumaraes, 2005; Reyhler, 2007). Sin embargo, «es un hecho que los proyectos mediáticos que incorporan tales estrategias son raros» (Terzis & Vassiliadou, 2008, p. 387).

6. A modo de conclusión

Hoy en día casi nadie se atrevería a ser tan optimista como en el pasado; la experiencia de los últimos cincuenta años ha demostrado que el desarrollo es posible, pero no inevitable.

Como tantos otros, estamos buscando un nuevo paradigma para el desarrollo y el cambio social, un paradigma que vea al desarrollo como una *transformación de la sociedad*. En tal perspectiva, «el cambio no es un fin en sí mismo, sino un medio hacia otros objetivos. Los cambios asociados al desarrollo proveen a los individuos y a las sociedades de más control sobre su propio destino. El desarrollo enriquece las vidas de los individuos ampliando sus horizontes y reduciendo su sentido de aislamiento. Reduce las aflicciones causadas por las enfermedades y la pobreza, no sólo incrementando la esperanza de vida, sino también mejorando su vigor». (Stiglitz, 1998, p. 3). Nos hemos referido a este paradigma como una *multiplicidad* (Serveas, 1999).

Esta perspectiva plantea que la comunicación debe ser incluida explícitamente dentro de los planes de desarrollo para asegurar un proceso en el que sea posible compartir/aprender mutuamente. Esta cooperación comunicativa está destinada a ser la mejor garantía para la construcción de proyectos de transformación social exitosos. Por esta razón, defino la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social como la disciplina básica para acceder a aquellos conocimientos que permitan la creación de

un consenso para la acción, teniendo en cuenta los intereses, las necesidades y las capacidades de todos los interesados. Se trata, por consiguiente, de un proceso social, cuyo objetivo último es el desarrollo sostenible de la sociedad en sus distintos niveles.

Los medios de comunicación y las TICs son instrumentos importantes para lograr el cambio social, pero su uso no es un fin en sí mismo. La comunicación interpersonal y los medios grupales tradicionales también deben jugar un papel fundamental.

El nuevo punto de partida es el examen de procesos de cambio *bottom-up*, dirigidos al auto-desarrollo de comunidades locales. La presuposición básica es que no existen países o comunidades que funcionen de manera completamente autónoma y que sean completamente auto-suficientes, pero que tampoco hay naciones cuyo desarrollo esté exclusivamente determinado por factores externos. Toda sociedad es dependiente de una manera o de otra, ya sea en las formas de su desarrollo o en el grado en que éste pueda ser llevado a cabo.

Esto también implica, tal y como lo argumentan investigadores como Kwame Anthony Appiah (2005, 2006), Wimal Dissanayake (2006), Shelton Gunaratne (2005), o Majid Tehranian (2007), que la perspectiva cultural debe ser plenamente incorporada. Wimal Dissanayake, por ejemplo, se pronuncia en favor de un *nuevo concepto de humanismo*: «El humanismo tal como se le entiende generalmente en el discurso occidental... pone en el centro de sus intereses al individuo soberano – el individuo que es auto-presente, el que está en el origen de la acción y del significado - y privilegia los valores humanos y los logros de las civilizaciones. Sin embargo, el concepto del yo y del *individuo*, descrito en los trabajos clásicos que atraen la atención de los teóricos asiáticos de la comunicación, presenta un panorama sustancialmente diferente. La ontología y la axiología del yo que se encuentran en el budismo difieren considerablemente de aquéllas asociadas con el humanismo europeo. Lo que estas diferencias señalan es que no existe uno, sino muchos humanismos» (Dissanayake, 2006, p. 6).

Muchos humanismos pueden llevar a lo que Appiah llama *el reto cosmopolita*: «Si aceptamos el reto cosmopolita, les diremos a nuestros representantes que queremos que se acuerden de los extranjeros. No porque estemos movidos por sus sufrimientos –podemos estarlo o no– sino porque somos sensibles a lo que Adam Smith llamaba “razón, principio, conciencia, el morador de la bestia”. La gente de las naciones más ricas puede hacerlo mejor. Es una simple cuestión de moralidad. Pero es una demanda que resonará más ampliamente si hacemos a nuestra civilización más cosmopolita» (Appiah, 2006, p. 174).

También debemos analizar críticamente el contenido de las *agendas del desarrollo*. Debemos entender la forma en que los proyectos de desarrollo, al mismo tiempo descubren y transforman las relaciones de poder dentro de (y entre) los múltiples involucrados que reciben el impacto de

tales proyectos; y es necesario entender cómo la comunicación juega un papel central en la construcción (o el mantenimiento o el cambio) de las relaciones de poder.

Para lograr esto, debemos tener en cuenta *tres líneas principales de acción*:

- Los medios deben ser activados para construir apoyo público y presión hacia arriba en torno a las decisiones políticas.
- Se debe involucrar a los grupos de interés y se deben establecer alianzas para lograr un entendimiento común capaz de movilizar a las diferentes fuerzas sociales. Para esto, es necesario trabajar en redes con individuos y grupos influyentes, fuerzas políticas y organizaciones públicas, instituciones profesionales y académicas, grupos religiosos y grupos que luchan por una causa, el comercio y la industria.
- Es necesario generar demandas públicas y activar movimientos ciudadanos para exigir una respuesta por parte de los dirigentes nacionales. No siempre será fácil construir un movimiento público fuerte en torno a temas de desarrollo, pero aún un espectro moderado de interés y esfuerzo por parte de dirigentes comunitarios podrá estimular el proceso de decisiones políticas y la designación de recursos para combatir el problema.

La incidencia política, en su esencia, implica lograr compromiso y apoyo políticos a través de acciones sociales organizadas que llevan consigo la implicación de individuos comprometidos, el apoyo de fuerzas influyentes y la participación de los sectores interesados de la sociedad. Pero tendremos que entender mejor la incidencia política para poder llegar a aplicarla.

7. Bibliografía

- APPIAH, Kwame Anthony (2005): *The Ethics of Identity*, Princeton NJ: Princeton University Press.
- APPIAH, K.A. (2006): *Cosmopolitanism. Ethics in a World of Strangers*, London: Allen Lane.
- BECKETT, Charlie & KYRKE-SMITH, Laura (2007): *Development, Governance and the media: The role of the media in Building African Society*. London: LSE.
- CASTLES S. (2000): *Ethnicity and globalization*. London: Sage.
- COSTY, A & GILBERT, S (1998): *Conflict Prevention and the European Union: Mapping the Actors, Instruments, and Institutions*. London: International Alert.
- CREWE, E and J YOUNG (2002): *Bridging Research and Policy: Context, Evidence and Links*, ODI Working Paper, 173. London: ODI.
- DFID (2000): *Working With the Media in Conflicts and Other Disasters*, London: Department for International Development.
- DFID (2004): *Taking Action: The UK's strategy for tackling HIV and AIDS in the developing world*, London: DFID.
- DISSANAYAKE, Wimal (2006): *Postcolonial Theory and Asian Communication Theory: Towards a Creative Dialogue*, *China Media Research* 2(4), 1-8.
- EKNES, A and Lena C. ENDRESEN (1999): *Local Media Support*. Oslo: Fafo Institute for Applied Social Science.
- ELIAS R. (ed.) (1993): *Peace, War, and the Media* (Special issue), *Peace Review. The International Quarterly of World Peace*, 5:1, Spring 1993.
- FIGUEROA, M.E., KINCAID, D.L., RANI, M. and LEWIS, G. (2002): *Communication for social change: A framework for measuring the process and its outcomes*. New York: The Rockefeller Foundation and Johns Hopkins Center for Communication Programs.
- FRASER, C. & RESTREPO-ESTRADA, S. (1992): *Putting politicians under pressure. A case study of advocacy and social mobilization for children linked to decentralization and elections in Colombia*. Rome: FAO, paper.
- FRASER, C. & RESTREPO-ESTRADA, S. (1998): *Communicating for Development. Human Change for Survival*. London-New York: I.B. Tauris Publishers.
- GALAMA A and Paul VAN TONGEREN (2002): *Towards Better Peace-building; On Lessons Learned, Evaluation Practices and Aid & Conflict*. Utrecht: European Centre for Conflict Prevention.
- GALTUNG, J (1998): *High Road, Low Road - Charting the Course for Peace Journalism*, *Track Two*, Vol. 7, (4).
- GILBOA, E. (2000): *Mass Communication and Diplomacy: A Theoretical Framework*, *Communication Theory*, 10 (3), 275-309.

- GRINDLE, M. & THOMAS, J. (1989): Policy makers, policy choices, and policy outcomes: the political economy of reform in developing countries, *Policy Sciences*, 22.
- GUMARAES M.R. (2005): *A new world is possible*. London: WACC.
- GUNARATNE, Shelton (2005): *The Dao of the Press. A Humanocentric Theory*. Hampton Press: Cresskill (NJ).
- HIEBER, L (2001): *Lifeline Media: Reaching populations in crisis; A guide to developing media projects in conflict situations*. Geneva: Media Action International.
- HOWARD, R., F. ROLT, H. VAN DE VEEN and J. VERHOEVEN (eds.) (2003): *The Power of the Media, A Handbook for Peacebuilders*. Utrecht: European Centre for Common Ground.
- JAMES, B. (2004): *Medias. Prevention des conflicts et reconstruction*. Paris: UNESCO.
- KELMAN, Herbert (1995): Contributions of an unofficial conflict resolution effort to the Israeli-Palestinian breakthrough. *Negotiation Journal*, pp. 19-27.
- LIE, R. (2003): *Spaces of Intercultural Communication. An interdisciplinary Introduction to Communication, Culture, and Globalizing/Localizing Identities*. IAMCR Book Series, Cresskill: Hampton Press.
- LINDQUIST, Evert A. (2003): *Discerning Policy Influence: Framework for a Strategic Evaluation of IDRC-Supported Research*. Canada: International Development Research Centre (IDRC).
- LYNCH, J. & A. MCGOLDRICK (2005): *Peace Journalism*. Gloucestershire: Hawthorn Press.
- MANOFF, R. (1998): *Role Plays, Track Two*, Vol. 7, (4), 11-15.
- MARSELLA A. & NOREN G. (2003): Costs and consequences of war and violence, *Peace & Policy. Dialogue of Civilizations for World Citizenship*, 8, 7-19.
- McMOHAN, C. (2001): *Collective rationality and collective reasoning*. New York: Cambridge University Press.
- NAGEL, Stuart (2003): *Diverse Perspectives on Peace, Prosperity, and Democracy*. Washington DC: Nova Publishers.
- OMOTO, A. (2005): *Processes of Community Change and Social Action*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- SIOCHRU, S. (ed.) (2005): *Manual para la Evaluación de los Derechos a la Comunicación*. London: CRIS-WACC.
- PAPA, Michael, SINGHAL, Arvind & PAPA, Wendy (2006): *Organizing for Social Change. A dialectic journey of theory and praxis*. Sage, New Delhi.
- REYCHLER L. (2007): Beyond Peace and War: On Violence Control and Sustainable Peace Building in the Middle East. *Global Journal Communication for Development and Social Change*, 1:3.

- ROSS, M H (2001): *Conceptualising Success in Conflict Resolution Intervention: Evaluation Guidelines*. Presentation to the *Annual Meeting of the International Society for Political Psychology*. Cuernavaca, Mexico, July 2001.
- SERVAES J. (1992): *Development Communication in Action: Report of the Inter-Agency Meeting on Advocacy Strategies for Health and Development*. WHO Conference, Geneva, 9-13 November 1992, Geneva: WHO, 36 pp.
- SERVAES J. (ed.) (2008): *Communication for Development and Social Change*. Sage, Los Angeles-London-New Delhi-Singapore (ISBN 9780761936091)
- SERVAES, J. (1999): *Communication for Development. One World, Multiple Cultures*. Creskill: Hampton Press.
- SERVAES, J. (2009): *Communication Policies, Good Governance and Development Journalism*. *Communicatio* 35 (1), pp. 50-80 (ISSN 0250-0167).
- SIDA (2004): *Assistance to Media in Tension Areas and Violent Conflict*. Stockholm: Swedish International Development Cooperation Agency.
- STIGLITZ, Joseph (1998): *Towards a New Paradigm for Development: Strategies, Policies, and Processes*. Prebisch Lecture at UNCTAD, Geneva, 19 October 1998, p. 46.
- TEHRANIAN, Majid (2007): *Rethinking Civilization. Resolving conflict in the human family*. Routledge, London
- TERZIS, Georgios & Myria VASSILIADOU (2008): *Working With Media in Areas Affected by Ethno-political Conflict*. Apud. Servaes J. (ed.) *Communication for Development and Social Change*. Sage: Los Angeles-London-New Delhi-Singapore
- WALLACK L., DORFMAN L., JERNIGAN D. & THEMBA M. (1993): *Media Advocacy and Public Health. Power for Intervention*. Newbury Park: Sage
- WEISS, Carol (ed.) (1977a): *Using social research in public policy making*. Publisher Lexington, Mass: Lexington Books.
- WEISS, C (1977b): *Research for Policy's Sake: The Enlightenment Function of Social Research*. *Policy Analysis*, vol 3, no 4, p.531-545.
- WEISS, C.H., & BUCUVALAS, M.J. (1980): *Social Science Research and Decision-Making*. New York: Colombia University Press.
- WINSEMIUS, P. (1986): *Gast in Eigen Huis*. Samson: Alphen a/d Rijn.

SELECTA

LA RECEPCIÓN DE LA TELEVISIÓN TRANSNACIONAL Y LOS PROYECTOS MIGRATORIOS: UN ESTUDIO DE CAMPO EN MARRUECOS

TRANSNATIONAL TV RECEPTION AND MIGRATORY PROJECTS: A FIELD STUDY IN MOROCCO

Lucía Benítez Eyzaguirre
(Universidad de Cádiz, España)

IC – Revista Científica de
Información y Comunicación
2011, 8, pp. 77 - 94

Resumen

Esta investigación se aproxima a la recepción transnacional de la televisión y a los procesos comunicativos del sistema de información sobre la migración, en su contexto, las orientaciones emocionales, motivacionales o de experiencias que muestran, según los modelos televisivos occidental, árabe o marroquí. A partir del concepto 'paisajes mediáticos' (Appadurai, 2001), se analiza la subjetividad migratoria del imaginario y la movilidad, alejada de la racionalidad económica, en el discurso de 204 informantes recogidos durante un trabajo de campo realizado en Marruecos.

Abstract

This paper addresses transnational TV reception and the communicative processes of migration information systems, specifically their emotional, motivational or experiential traits depending on the TV model in question: Western, Arab or Moroccan. Based on the 'mediascapes' concept (Appadurai, 2001), the migratory subjectivity of the imaginary and mobility, far removed from economic rationality, in the discourse of 204 informants collected during a field study in Morocco, is analysed.

Palabras clave

Migración / Imaginario / Televisión transnacional / Emoción / Movilidad

Keywords

Migration / Imaginary / Transnational television / Emotion / Mobility

Sumario

1. Comunicación y migración, conexiones dinámicas de la cultura y el desarrollo
2. Marruecos, el contexto de la investigación sobre la recepción transnacional de la televisión y las migraciones
3. El análisis de los resultados del trabajo de campo: Los itinerarios de lectura de los datos
 - 3.1. El consumo de la televisión en Marruecos y el imaginario de la movilidad
 - 3.2. La producción televisiva desde la recepción, un análisis de los efectos sobre la identidad
 - 3.3. La recepción de la televisión como la apropiación de los mensajes en su contexto
 - 3.4. Valores asociados a la movilidad hacia Occidente en los proyectos migratorios marroquíes
4. Retos y propuestas sobre la recepción de la televisión transnacional y las migraciones
5. Bibliografía

Summary

1. *Communication and migration: dynamic connections between culture and development*
2. *Morocco: the context of the research on transnational TV reception and migrations*
3. *Analysis of fieldwork results: reading data sets*
 - 3.1. *TV consumption in Morocco and the imaginary of mobility*
 - 3.2. *TV production from the perspective of reception: an analysis of its effects on identity*
 - 3.3. *TV reception as the appropriation of messages in their context*
 - 3.4. *Values associated with mobility towards the West in Moroccan migratory projects*
4. *Challenges and proposals regarding transnational TV reception and migrations*
5. *References*

1. Comunicación y migración, conexiones dinámicas de la cultura y el desarrollo

Los ejes de la comunicación y la migración en el espacio de los flujos son los que marcan las transformaciones, la innovación y la cultura. A partir de la dimensión transnacional de la recepción de la televisión y de las migraciones, en este artículo se plantea la relación entre ambos campos. En este caso, se parte de la *mediación* transnacional de la televisión y el impacto de los 'paisajes mediáticos', un concepto que acuña Appadurai (2001) como posibilidades de producción de imágenes electrónicas y su difusión, que construyen mundos imaginarios y nuevas expectativas de vida a la vez que aumentan la brecha entre el centro y la periferia, y sus efectos sobre los proyectos migratorios. Los 'paisajes mediáticos' generan efectos contradictorios de una parte, como dispositivos de control de ciudadanos por parte de los intereses de los mercados, pero también, de otra, como resistencias y emancipaciones, en su expresión política de escape de lo inmediato y proximidad hacia la visibilidad.

Esta investigación aborda el imaginario sobre el proyecto migratorio en la población marroquí en relación con las imágenes transmitidas por la televisión transnacional sobre las sociedades occidentales: respecto a la calidad de vida, el consumo, el desarrollo y las libertades individuales; en qué medida se reciben los contenidos mediáticos como un elemento de atracción hacia la migración transnacional; si se registran falsas expectativas, así como el valor de las emociones, la subjetividad y la imaginación en la recepción de estos contenidos. En este sentido, se trata de profundizar en el sistema de información de los candidatos a la migración y en qué medida se alimenta de las mediaciones y las interacciones con una aproximación a la recepción de la televisión desde el origen y en su contexto, en un estudio de campo en Marruecos, y a través de los discursos sociales y subjetivos de los protagonistas de los proyectos migratorios. El planteamiento cuenta con escasos antecedentes: King y Wood (2001) sobre la importancia de las imágenes del destino migratorio como una fuente de información y la atracción hacia determinados estilos de vida, por encima de otros más atendidos como la diferencia cultural de los migrantes; o, el más reciente, sobre el consumo mediático por parte de los migrantes en sus comunidades de destino. Habría que añadir los trabajos de Mai (2001) sobre el papel de la televisión en los flujos albaneses hacia Italia; el de García y Verdú (2008), por la combinación de técnicas; y el dirigido por Cogo (2008), que transmite una visión de conjunto al completar la información en los dos polos migratorios. Estos enfoques, que suponen ya una evolución en el campo de investigación que produce el binomio comunicación-migración, dejan todavía de lado un abordaje desde la potencia e intensidad de sus dinámicas, así como en función de la

problematicación que surge alrededor de la vida en movimiento, de la movilidad y la migración, en respuesta a la cuestión sobre qué modelos comunicativos se precisan en estas circunstancias.

Se trata de analizar la recepción de la experiencia fenomenológica, en la que el contexto forma parte de la interpretación, por lo que se contemplan las interacciones con enfoques multidisciplinarios. La teoría social de la comunicación de masas defiende la circulación de formas simbólicas que adquieren un gran peso en las relaciones sociales. Thompson (1998) mantiene que el uso de los *media* crea en sí mismo relaciones, acciones e interacciones sociales con los demás y con el mundo; así, la recepción televisiva sería una «casi interacción mediática», es decir, fruto de relaciones sociales establecidas por los medios de comunicación que conforman una «experiencia de discontinuidad espacio-temporal» (pp. 127-129). El proceso de negociación de la subjetividad y el contexto social permiten nuevos modelos de interconectividad e indeterminación (Sierra, 2003, p. 260). En clave transcultural, los mensajes de los medios, en su difusión transnacional, provocan tensión y conflicto sobre los modelos de vida tradicionales, pero también son una evasión y una forma de imaginar alternativas de la subjetividad (Appadurai, 2001; Thompson, 1998, pp. 234-238 y 318).

El marco conceptual se adapta al objeto de estudio en función de su productividad y su capacidad explicativa: los Estudios Culturales, por su atención a las representaciones y su intercambio cultural (Hall, 1997, p. 13); la Teoría Crítica, por su análisis de los instrumentos de reproducción del aparato económico-social, en los procesos comunicativos de los campos de la mediación, la interacción y la experiencia; la Teoría Poscolonial como campo de estudio de la 'colonialidad' (Mignolo, 2003), en la que se describe la *periferia* o el *tercermundismo*; la Comunicación Intercultural como escenario de los encuentros, en su historicidad y evolución; los Estudios de Recepción en el proceso de construcción de significados como audiencia activa y creativa (Martín-Barbero, 2003). Por último, el Análisis Complejo del discurso en su dimensión social de negociación y simbolismos entre los consensos y el poder respecto a las migraciones y la comunicación.

Si partimos de la movilidad como proceso, un concepto amplio y dinámico, hay que entenderlo en la complejidad de este fenómeno sistémico, con visión transdisciplinar y transcultural que conduce a la superación del nacionalismo metodológico y se desancla de la territorialidad. La hipótesis principal de esta tesis se apoya en la influencia de los medios en el proyecto migratorio: las propuestas identitarias y de estilos de vida de la televisión transnacional generan redefiniciones en los individuos como candidatos a la migración. Los procesos culturales estimulan una creciente atención por la identidad, la subjetividad y el imaginario descuidados por las teorías migratorias clásicas, mientras la publicidad estimula el consumo de estilos de vida como la única respuesta posible a una

forma de comunicación unidireccional, espectacular y desmovilizadora. Por este motivo, la investigación también se aproxima a los efectos de las patologías de la comunicación y la información sobre los impulsos migratorios en un contexto comunicativo en el que escasean los productos audiovisuales propios. El proceso decisorio se apoya en un sistema evaluativo de las oportunidades y las expectativas a través de las mediaciones, interacciones y la realimentación de los discursos, pero también de la imaginación y las emociones.

Este planteamiento plural y transversal busca enlazar la comunicación y las migraciones hacia el desarrollo humano, orienta la investigación hacia el eje sujeto-realidad-conocimiento -hacia la intersubjetividad- en la confluencia de las distintas disciplinas y el cruce de culturas que se superponen en la experiencia migratoria y se canalizan en la comunicación. En la globalización todo está en movimiento: la dinámica marca la esencia y la existencia.

2. Marruecos, el contexto de la investigación sobre la recepción transnacional de la televisión y las migraciones

El estudio de caso en Marruecos precisa de unos apuntes contextuales sobre el cambio de patrón migratorio en los últimos cincuenta años, cuando fue destino de los europeos, a la expulsión masiva hacia el norte de la población autóctona y, finalmente, como guardián y freno de los movimientos de población subsaharianos. El poder estatal centraliza las comunicaciones y ha desarrollado un modelo exclusivo de televisión pública de fuerte control pero que no garantiza la cobertura de todo el territorio nacional, mientras de forma contradictoria la práctica social es de alto consumo de televisión transnacional centrada en productos occidentales hasta la irrupción reciente -a partir de 2003- de Aljazeera y otras televisiones árabes o en lengua árabe, de gran popularidad. Para la audiencia marroquí, y dependiendo de la zona geográfica de referencia, la televisión supone un complejo sistema en el que se superponen las cadenas públicas y privadas, así como las nacionales e internacionales, todas en diferentes lenguas, que en su mayoría se reciben vía satélite desde otros países. Entre las televisiones occidentales destaca un consumo tradicional de la televisión española en el norte del país, de las cadenas francesas en general y de las norteamericanas. Sobre este modelo productivo, se difunde una imagen única de los países musulmanes, fruto de intereses sociales, que consolidan este pueblo como paradigma de la Otredad (Saïd, 2005, pp. 83-85, 145 y 261).

Todo ello, en un Estado monárquico de alto contenido religioso y escaso desarrollo de la ciudadanía y del respeto a los derechos humanos,

cuya cohesión interna se ha forjado en base a elementos identitarios y a la tradición (Feliu, 2004, pp. 46-48); los valores sociales muestran una alta pertenencia nacional y un predominio de la supervivencia.

El planteamiento metodológico de esta investigación es cualitativo y flexible, en dos rondas de entrevistas, hasta un total de 35. Como grupo de control, se entrevistó a tres periodistas marroquíes de la región de Tánger-Tetuán para conocer la diferencia de sus percepciones respecto a la audiencia general televisiva. Se diseñaron cinco grupos de discusión, moderados por un periodista marroquí para evitar el contraste cultural y su impacto en la investigación, pero con un número reducido de participantes (5) a causa de las dificultades que esta técnica de investigación presenta en Marruecos; uno de ellos exclusivamente entre mujeres debido a las pautas diferenciadas de consumo televisivo, interacciones y relaciones sociales. Por último, se ha buscado la triangulación con encuestas con preguntas abiertas y cerradas sobre el mismo guión -un total de 144, entre alumnos de la Universidad Abdemalek Esaâdi de Tánger y redactadas en francés- como una fuente de información adicional en la que confirmar los resultados de la investigación cualitativa. En total, se han procesado los datos de 204 informantes sobre los objetos críticos de esta investigación. La recogida de información del trabajo de campo en Marruecos ha tenido lugar a lo largo de dos años.

El trabajo de campo de esta investigación se ha desarrollado en diferentes ciudades y comarcas del país, según su tasa migratoria y otros aspectos de singular relieve sociodemográfico (López y Berriane, 2004), en función de su dualidad marcada por una viva presencia urbana, en ciudades como Tánger, Rabat, Mecknes o Tetuán, y zonas rurales de la región central alrededor de Boukfrane, Azrou y Sefrou, con atención a uno de los grandes focos de la migración irregular marroquí, Beni Mellal. El diseño produce una desviación hacia el Norte en los resultados con mayor consumo televisivo occidental, más impacto de la colonialidad y una visión más próxima de Europa.

3. El análisis de los resultados del trabajo de campo: Los itinerarios de lectura de los datos

El trabajo de campo se somete al análisis sociológico-argumentativo de los discursos de los hablantes sobre los elementos de la estratificación social en la globalidad: el imaginario, la motivación, las experiencias, las expectativas y las emociones que orientan los mapas cognitivos y valoraciones sobre la migración. Todo ello a partir de la hipótesis central de que la imaginación y la creación de valor -imprescindibles en la economía de lo inmaterial y que impulsan nuevos modos de vida- pueden actuar como

elementos de atracción de una mano de obra más desregulada y precarizada hacia los países del Norte que las estimulan.

Los demás objetivos pasan por estudiar las motivaciones que tienen los individuos para emigrar relacionadas con la comunicación; analizar la relación entre el modelo televisivo hegemónico, unidireccional, mercantil, patriarcal y eurocéntrico, y la configuración de una idea de partida en el proyecto migratorio; investigar la recepción de la televisión para valorar el contexto de emisión de migraciones hacia Europa; el estudio de la experiencia y el consumo mediático en su contexto; la construcción del discurso migratorio; las percepciones y el imaginario sobre las expectativas de un modelo de vida en Marruecos, frente al sueño construido por la seducción de los 'paisajes mediáticos'; las opiniones sobre la representación mediática de la migración, tanto en las televisiones marroquíes, como occidentales y árabes, y también en asociación a los discursos sociales sobre falsas expectativas y el 'efecto llamada'; y, por último, el estudio de las emociones, la subjetividad y la imaginación en la decisión de emigrar, en relación con el consumo de productos audiovisuales. Alrededor de estos conceptos se ha desarrollado una guía de tópicos -no como un guión cerrado- que se organiza en seis bloques diferenciados que agrupan los objetivos de la investigación.

El análisis de los discursos de los informantes se ha asistido de software cualitativo en función de un diseño complejo de códigos -un total de cuarenta, agrupados en ocho familias- en función de estos objetivos y de la mayor productividad de los contenidos, que tratan de afinar en la orientación con que se construye el sistema de información, los procesos comunicativos que los acompañan, el contexto en que se producen los discursos, la evaluación desde la subjetividad así como los nexos con las construcciones identitarias¹. Todo ello vinculado con el sistema de medios de comunicación, los objetos críticos centrados en los elementos de la estratificación social de la globalidad, y una serie de variables explicativas complementarias. El modelo de codificación posibilita múltiples y complejas lecturas, incluso revisiones e interpretaciones según nuevos recorridos. De cara a las hipótesis y objetivos señalados, este cuadro resume tanto el sistema de códigos como los principales resultados, en función de la densidad de los resultados.

¹ En el cuadro 1: Sistema de códigos y densidad alcanzada en el análisis, se sintetizan estos conceptos en la cabecera de cada columna como procesos, contexto, orientación evaluación, medios, identidades, objetos críticos y variables.

Cuadro 1: Sistema de códigos y densidad alcanzada en el análisis

PROCESOS 2.650	CONTEXTO 976	ORIENTACIÓN N 804	EVALUACIÓN 4.207	MEDIOS 2.296	IDENTIDADES 2.490	OBJETOS CRÍTICOS 3.005	VARIABLES 635
Mediación 1.420	Sujeto 44	Motivación 64	Confirmación 351	Otros medios 200	Marruecos 608	Paisaje mediático 31	Capital Social 52
Interacción 860	Familia 249	Expectativas 223	Positivo 2.136	Televisión 1.943	Árabe 310	Imaginario 580	Dinero 280
Experiencia 634	Redes 3	Emoción 542	Negativo 2.046	Internet 154	Occidente 1.186	Movilidad 1.608	Trabajo 183
	Social 693		Neutro 32	Móvil 3	Intercultural 521	Ciudadanía 184	Educación 109
			Cambio 33		Religión 27	Identidad 235	Turismo 138
					Género 52	Consumo 785	Calidad de vida 81
					Sur 36	Frontera 74	Poder 29

3.1. El consumo de la televisión en Marruecos y el imaginario de la movilidad

En primer lugar, los informantes se orientan sobre todo a través de la emoción que enlaza de forma dominante con la movilidad y que se expresa de múltiples formas, sobre todo positivas, como parte de un proyecto individual y de una sensación colectiva de escape. En cuanto a la relación de la movilidad con las expectativas, predomina una visión negativa casi sistemática de Marruecos en diferentes campos, especialmente en el laboral, las oportunidades y el desarrollo, que muestra también que el deseo de movilidad no está necesariamente ligado a las expectativas de Occidente. Resulta significativo que las vinculaciones entre las motivaciones y la movilidad sean menores, con gran expresividad alrededor del trabajo y el dinero, como modelos tópicos de la migración marroquí.

La vinculación emocional con los medios de comunicación es mayoritaria, de la misma forma que la relación entre *televisión* y la *mediación*: por una parte, con las expectativas de *movilidad*, que muestran un cambio en el discurso mediático sobre la migración que no disuade a quienes tienen una firme idea de movilidad. Por otra, con la emoción de *movilidad* sobre el *imaginario* de Occidente siempre en visión *positiva*, y a menudo se complementa con la *negativa* de Marruecos o del Sur.

En cambio, los nexos entre la *interacción* y la *televisión* reflejan un proceso de negociación social sobre *imaginarios* de proyectos migratorios entendidos como información directa, fruto del contacto con migrantes de retorno o de vacaciones, aunque también de desinformación, exageraciones y del deseo de confirmar la experiencia positiva que contaron otros o que se muestra en la televisión.

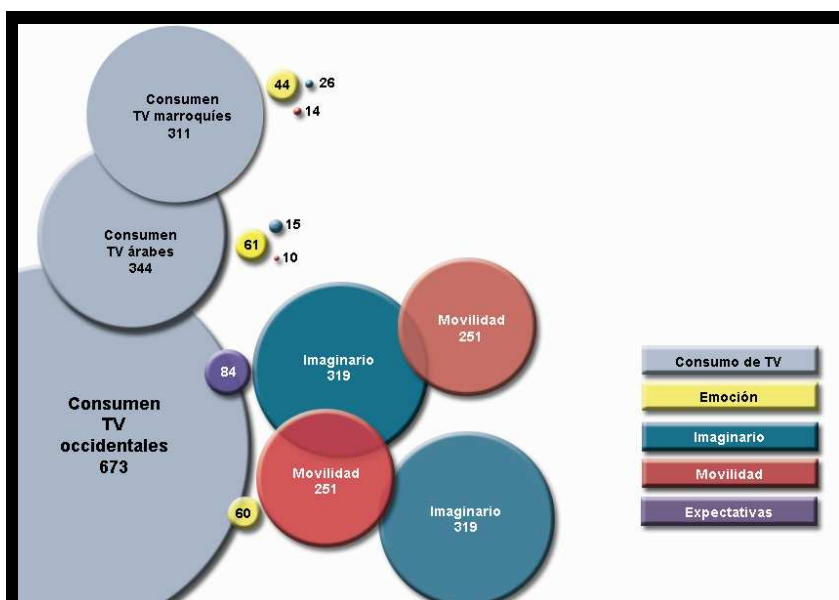


Gráfico 1: El consumo de televisión y el imaginario de la movilidad, en función de la emoción y las expectativas. El volumen de los círculos indica el peso de los resultados y la asociación con la orientación y los objetos críticos dominantes.

3.2. La producción televisiva desde la recepción, un análisis de los efectos sobre la identidad

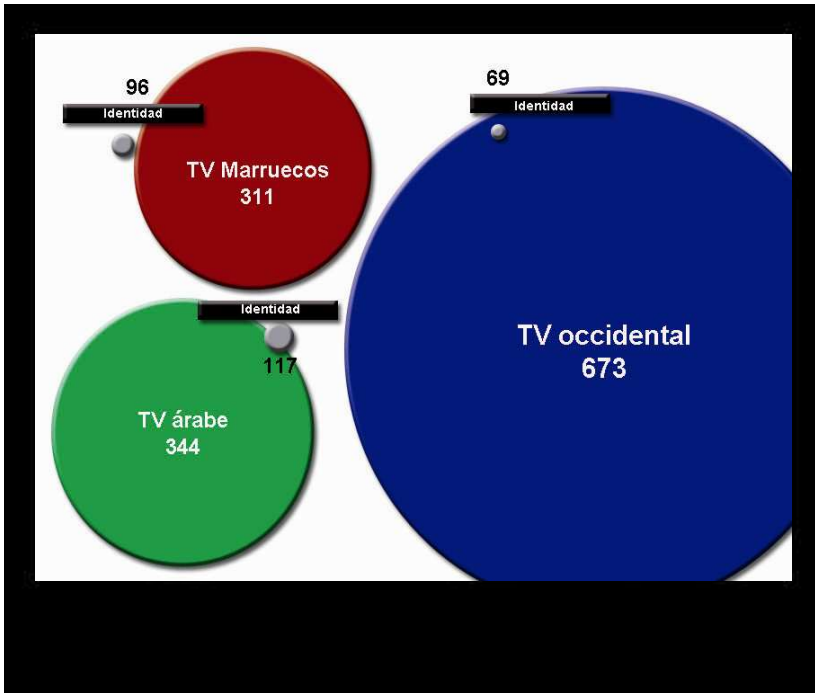
En la identificación con los modelos televisivos, destaca la *televisión árabe* por las visiones *positivas* que la acompañan, sobre todo respecto a Aljazeera. Esta cadena ha irrumpido con fuerza y credibilidad especialmente entre el público masculino y urbanos a partir de 2003, fecha de la invasión de Irak, y se fortalece por el tratamiento informativo de la cuestión palestina. Los vínculos *identitarios* con esta cadena destacan también porque los informantes los asocian a valores relacionados con la *religión* -con efectos de una creciente arabización del país (Moustauoi, 2006; Hroub, 2007, pp. 277 y 279) que se inició con la descolonización y que afecta sobre todo a las capas sociales más altas- y dominan sobre los que se refieren a la interculturalidad. Respecto a la *movilidad*, resulta significativa la baja incidencia que muestra en cualquier categoría y análisis la asociación con las etiquetas del código árabe, lejos de los datos registrados para la *televisión marroquí*.

Sobre la *televisión de Marruecos* hay visiones *negativas* y de baja credibilidad, con críticas generalizadas por la falta de conexión entre las imágenes de la televisión pública y la realidad, interpretada como una política de desviación de la atención alrededor de la frecuente emisión de imágenes sobre actividades del Rey y su vida familiar. La relación *emocional* es alta, muy por encima de las *expectativas*. En términos de *identidad*, las referencias son bajas para la *televisión marroquí*, y en las expresiones sobre su *interculturalidad* son prácticamente inexistentes y, en todo caso, *negativas* sobre todo porque se ocupa de temas alejados de la audiencia y produce una huida hacia otros consumos mediáticos más próximos a sus intereses subjetivos y emocionales. También la *movilidad* y el *imaginario* alcanzan baja incidencia, aunque se recoge la ambigüedad sobre el fenómeno migratorio del gobierno marroquí -que tradicionalmente ha exaltado a los migrantes- y ahora tiene posiciones más críticas y más realistas fruto de la crisis económica internacional, a remolque de las cadenas transnacionales.

La *televisión occidental* es la de mayor incidencia, pero su recepción es contradictoria: tiene una evaluación *positiva* pero *negativa* en la credibilidad. En este sentido, las ideas *negativas* sobre sus contenidos son abundantes en temas *identitarios* y también por la imagen idealizada que presenta de Europa y el Norte. Quizá por ello, la valoración de la *interculturalidad* en términos *negativos*, de la visión etnocéntrica, por la producción discursiva de la Otriedad que conecta con los imaginarios coloniales. En la *identidad*, las críticas se relacionan con la forma de vestir, con el relato ideológico de estas cadenas sobre conflictos y el terrorismo internacional, mientras que son ambiguos alrededor del deporte, un asunto que precisaría de un análisis más detallado sobre el mestizaje que produce.

La recepción en Marruecos de las cadenas *occidentales* destaca por el predominio de las *expectativas* sobre los códigos de *emoción*, así como por una

mayor incidencia de las *interacciones* de la *televisión occidental* sobre la *mediación*, que tiende a cerrarse en un círculo de realimentación confirmatoria. Vemos, por tanto, que la vinculación de la *movilidad* y el *imaginario* se mantiene de forma clara y positiva con la *mediación* de la televisión, sobre todo para la *producción occidental*, tanto cuantitativamente como cualitativamente.



En el análisis de la *identidad* hay que abordar la cuestión de *género*: entre las mujeres hay un predominio más claro de los procesos *emocionales* vinculados a la *movilidad* y la *televisión*, a la vez que las *interacciones* y las *mediaciones* se equiparan. Las mujeres declaran un consumo más bajo de la *televisión árabe*, y en segundo lugar las cadenas *occidentales*, seguidas de cerca por la *marroquí*. Las informantes tienen mayor arraigo, debido a un fuerte control patriarcal y social, que condiciona también el consumo de televisión, determinado por los gustos y exigencias masculinos. El principal freno para la igualdad de género parece que tiene un marcado acento cultural y de la tradición, mientras que los avances se interpretan a veces desde la cultura ajena, remitiéndolos a la *Otredad*.

3.3. La recepción de la televisión como la apropiación de los mensajes en su contexto

La *calidad de vida* se asocia de forma dominante con *Occidente*, junto con la *movilidad* y el *imaginario*, muy por delante de estos mismos conceptos para el caso *marroquí*, mientras no hay resultados para el caso del mundo *árabe*. La reducida *expectativa de vida* en Marruecos está relacionada con el *imaginario* y los '*paisajes mediáticos*', como mundos de la opulencia, el consumo y el bienestar, que se confirma a través de las *interacciones* y la *experiencia*, como la percepción de otras oportunidades. Esa *experiencia de movilidad* —que entronca con el pasado de la expansión árabe y el espíritu nómada— engrandece la visión de los que participan en el proyecto, que se narra con calificativos del *imaginario* como '*sueño*' y '*paraíso*'. Las *interacciones* con migrantes de regreso o de vacaciones producen información, pero también modelos de consumo alrededor de la mención al '*coche*' como la síntesis del beneficio de la *movilidad*, que suele ir acompañada de '*casa*', '*ropa*' o '*cosas*'.

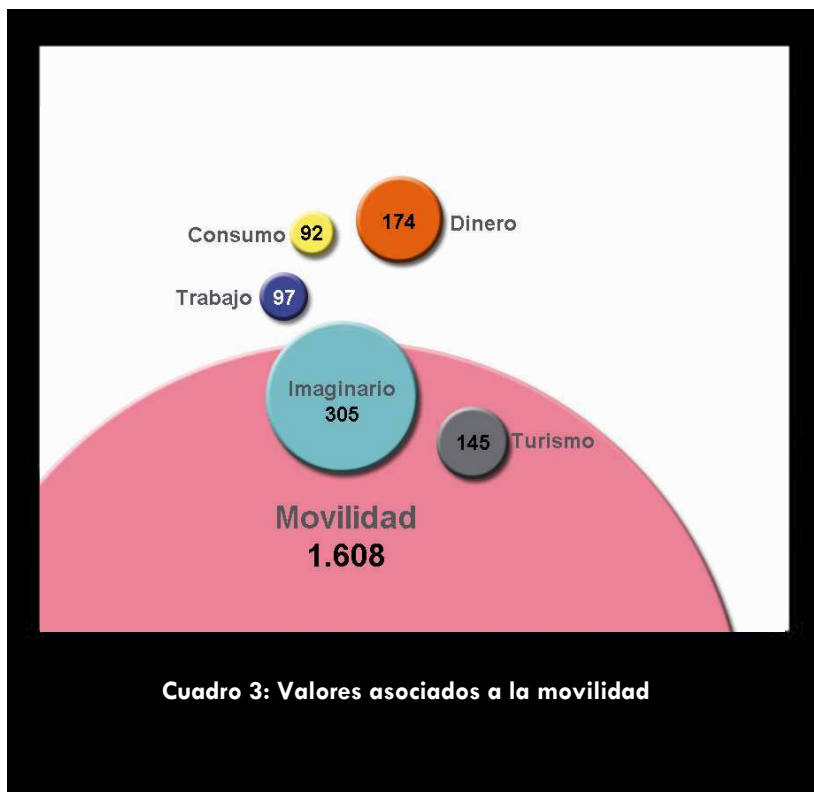
El resto de los códigos que arrojan resultados son *ciudadanía*, con Marruecos en sentido *negativo*, u *Occidente* en argumentos relacionados con la libertad, la libertad de expresión, los derechos humanos o la democracia como *imaginarios positivos* de *Occidente*. Frente a esta imagen de democracia de Europa, la *frontera* y su blindaje no se entienden por parte de los informantes como temas contradictorios con las promesas de Occidente que asoman en los mensajes mediáticos. Incluso en ocasiones se detecta una asimilación completa de los intereses occidentales o europeos, o bien un punto de vista ajeno.

Del conjunto de las aportaciones de los informantes, se puede concluir que existe una gran diferencia entre las percepciones registradas sobre las *expectativas de vida* en Marruecos respecto al *imaginario* sobre Occidente; un discurso social, fruto tanto de las *mediaciones* como de los efectos confirmatorios de las *interacciones* y las *experiencias*.

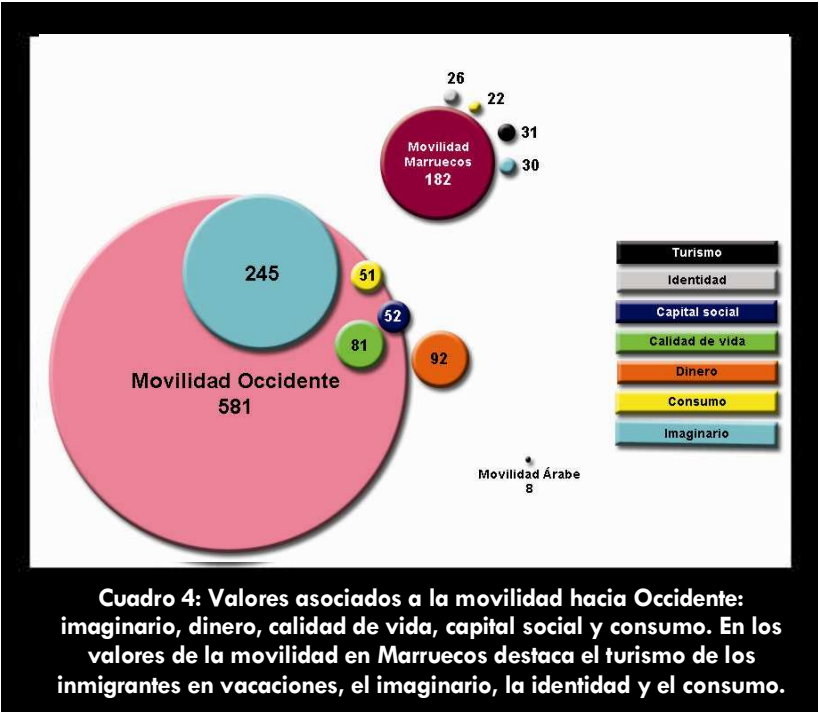
3.4. Valores asociados a la movilidad hacia Occidente en los proyectos migratorios marroquíes

Los resultados del trabajo de campo dibujan una apertura de factores explicativos complejos relacionados con motivaciones inmateriales, y que guardan relación con el *imaginario*, el *dinero*, el *turismo*, la *identidad* y la *ciudadanía*. Respecto a las localizaciones geográficas, también muestra un mapa diferencial; la vinculación *movilidad* con Occidente es muy alta y está asociada al *imaginario*, al *dinero*, la *calidad de vida*, el *capital social* y al *consumo*, sobre todo. Para el caso de la *movilidad* y Marruecos, aparecen relacionados con el *turismo*, sobre todo de los migrantes durante el verano,

que se muestra como la *movilidad* deseada, y también al *imaginario* y la *identidad*. De nuevo, los vínculos entre *movilidad* y *árabe* son insignificantes.



El *imaginario* sobre la *movilidad* es *positivo*, muestra otros vínculos con *dinero*, así como con la *ciudadanía* y el *consumo*, mientras que este binomio es potente en la relación con la *mediación* y la *televisión*, especialmente hacia *Occidente* y prácticamente insignificante con *Marruecos* y con *árabe*. Esta idea se ha transformado hacia valores más subjetivos y como una huida hacia el *Norte*; de hecho, los argumentos coinciden con las recientes revueltas del Magreb y en su dimensión política hacia la visibilidad.



La mediación de la televisión afecta al sistema de información, pero también a las interacciones sociales porque hay un deseo de confirmación, complejo y ambiguo, en el que la subjetividad selecciona las informaciones y proyectos que conducen hacia la movilidad. Las cifras que se barajan como costes del proyecto migratorio son exorbitantes para su economía, pero la lógica social que tiene asumida la movilidad como positiva y deseable contempla los inconvenientes como una parte más del proyecto. A menudo se muestra como un clima de euforia colectiva, de emoción ante la promesa de otro mundo que rara vez se detiene o se afronta con el sentido común necesario.

4. Retos y propuestas sobre la recepción de la televisión transnacional y las migraciones

Este panorama abre nuevas cuestiones e interrogantes sobre las que reflexionar sobre los efectos deslocalizadores de la movilidad, de la abolición del poder del espacio, con alcances en la producción del conocimiento. La *ubicuidad* y la *asincronía* de lo cotidiano y de las percepciones, fruto de las transformaciones de la tecnología, deben servir como alternativas al conflicto y diferencia con que se analiza la interculturalidad; como un planteamiento libre del encorsetamiento con el que miramos el mundo. Es necesario confiar en la productividad generativa de los imaginarios personales y colectivos, en otras posibilidades del cambio del orden establecido, como uno de los espacios más singulares de la dimensión política de los sujetos en busca de alternativas a una construcción comunicativa al margen de sus necesidades y a una realidad próxima limitante.

Los migrantes resisten a las lógicas impuestas con sus itinerarios caóticos, de doble sentido y en múltiples direcciones: la creatividad de la resistencia, la interpretación subjetiva, el empoderamiento. No se desplazan a un lugar concreto, se dirigen a una idea, a la fluidez de los deseos imaginarios, al encuentro con el dominio simbólico y los mundos donde los derechos ya están declarados, pero también escapan de la falta de oportunidades, del control y del poder territorial. El modelo comunicativo jerárquico, patriarcal y unidireccional lleva a 'los otros' y 'las otras' a abandonar tradiciones denostadas, aunque el camino pase por la integración paradójica de los círculos de bienes simbólicos que les oprimen, en las sendas que aparentan la libertad pero que, a su vez, encierran dominio y explotación.

La nueva cartografía pasa por el abandono del etnocentrismo investigador y del nacionalismo metodológico como única vía para la aproximación a la recepción en origen de la televisión y sus vínculos con la movilidad. La práctica emborrona las fronteras y muestra cómo se ve el mundo desde otras regiones; una visión plural y sin coordenadas como óptica de las comunidades imaginadas, de la propia imaginación, de la reconstrucción de lo social, las prácticas subjetivas y las aspiraciones colectivas. Desde el lado de la recepción y las audiencias queda mucho por hacer en su dimensión transnacional; ahora que el modelo televisivo nacionalista barrena su crisis, la estratificación social de la globalidad se hace evidente en los objetos críticos de este estudio: la *ciudadanía*, el *imaginario*, la *frontera*, el *consumo*, la *identidad* y, por supuesto, la *movilidad*. Es la misma estratificación de las audiencias -con el riesgo de que la segmentación extienda la diversidad en capas y estratos en la globalidad- una cuestión en la que hay que incluir los flujos de las interacciones, tanto en

co-presencia como mediadas por las tecnologías, por su alto poder de confirmación y control social. La geopolítica de la comunicación se expande por itinerarios sin trazar pero siempre a la búsqueda de nuevas audiencias ya que los flujos circulan por vías diferentes a las predeterminadas a causa de la creciente importancia de la transversalidad, de Sur a Sur, de Este a Oeste. Son las formas cotidianas de reconstruir la comunicación transnacional hacia el reconocimiento de 'los diferentes', las mismas en las que ahora se abren vías para otro orden de la comunicación que tiene que afrontar con imaginación las visiones alternativas de la diversidad no mercantiles.

Esta investigación aborda el mundo cerrado de la televisión que, con sus rígidos enunciados, conduce al enclaustramiento en los intereses nacionalistas del lugar, más que a la libertad y al movimiento. Pero queda por investigar el papel que el transnacionalismo mediático y comunicativo juega para la creación de comunidades también transnacionales y cómo se realimenta de las interacciones comunicativas mediadas. En el caso de Marruecos, se superpone una tradición histórica y cultural árabe -de dimensión transnacional- en los ámbitos político, cultural y religioso que todavía tiene pendiente la construcción de una ciudadanía del mismo ámbito, una suerte de solución política para la doble condición de los migrantes respecto a la territorialidad de origen y de destino. Puede que el reto lo asuman las ambiciosas cadenas transnacionales pero, sin lugar a dudas, ganaríamos todos si se hace desde el empoderamiento de los propios sujetos.

Los cambios sociales y políticos, además de los culturales, vienen de la mano de la comunicación, del encuentro y de las interacciones que necesariamente son de clave transcultural. Solo el intercambio y la flexibilidad, las actitudes dialógicas y recíprocas, llegan a ser productivas y pueden cambiar la tendencia a la acumulación, apropiación y creación de escasez como modelos económicos. Además de la conexión y la participación, hay que abordar la comunicación móvil como visión del mundo y de la cultura, las significaciones de importancia de la creatividad y la resistencia, subjetivas, como práctica transformadora de la realidad. Para ello, habría que avanzar en la investigación de la comunicación transcultural mediada, en las prácticas comunicativas en redes así como en las mediaciones e interacciones en el contexto transnacional. Junto a ello, hay que preguntarse: ¿cuáles son las necesidades y las formas de comunicación adecuadas para la movilidad y los desplazamientos? ¿En qué medida y de qué forma la comunicación y la conectividad permiten nuevas formas de pertenencia identitaria o ciudadana?

Esta investigación se aproxima a algunos de estos planteamientos pero queda abierta la cuestión de por qué nuestros migrantes, que en la actualidad consumen masivamente televisiones árabes, no describen en sus patrones de movilidad las mismas trayectorias de la atracción identitaria. En este sentido, cabe destacar que los procesos de aproximación identitaria al

mundo árabe han estado liderados por las élites marroquíes, dejando al margen otras identidades nacionales como la bereber. Puede que el modelo de comunicación pannonacional no sea motivador en el contexto del posnacionalismo, o que la influencia televisiva en un periodo relativamente breve de tiempo sea insuficiente para ese estímulo, o puede que esos mensajes no se enmarquen hacia la producción de un imaginario social y colectivo de subjetividad y de imaginación con valores alejados de la subsistencia. También cabe la posibilidad de que esa cultura política y religiosa resulte desmovilizadora.

Si el consumo nos orienta la cultura, su interpretación y su vivencia, habrá que promover modelos de alfabetización audiovisual pero también el reconocimiento y el aplauso de las formas reactivas de resistencia, de la capacidad de apropiación de la audiencia, de las culturas mestizas que alteran las trayectorias previstas por los mensajes mediáticos y las agencias. Hacia la total integración, habría que plantear un modelo emocional de comunicación transcultural, integrando el canal, la dialógica y las emociones por encima de los sucedáneos de los grandes grupos mediáticos. De hecho, parece que aceptamos mejor el contacto con lo diferente a través de las imágenes mediáticas sobre la diversidad cultural, como un 'reencantamiento' de lo lejano y distinto, o a través de la paradójica *experiencia* intercultural del turismo que -junto a la comunicación- se ha convertido en la mayor industria de la cultura.

En el aire también quedan cuestiones como la emoción colectiva de la *mediación* como un vínculo de fuerza y energía renovadora, que asoma con potencia en los grandes acontecimientos, como un estímulo para la cohesión de comunidades de recepción; la capacidad de experimentar emociones similares en las mediaciones y las interacciones como un elemento esencial para la superación de diferencias. Y por qué la proximidad mediática que desdibuja lo público y lo privado crea un puente de conexión y negociación para tolerancias que, de otra forma, quedarían olvidadas, e incluso impulsa acciones de movilidad con las que realimentar los flujos. Probablemente, porque la creatividad de la audiencia es la de los supervivientes, por su capacidad sobrada de subvertir los mundos y transformarlos con la imaginación.

5. Bibliografía

- Appadurai, A. (2001). *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Montevideo-Buenos Aires: Ediciones Trilce-Fondo de Cultura Económica. Título original: *Modernity at large*. 1996. University Press, Minneapolis, Minnesota. USA. Trad.: Gustavo Remedi.
- Cogo, D., Gutiérrez, M. & Huertas, A. (coords.) (2008). *Migraciones transnacionales y medios de comunicación: relatos desde Barcelona y Porto Alegre*. Madrid: Catarata.
- Feliu, L. (2004), *El jardín secreto. Los defensores de los derechos humanos en Marruecos*. Madrid: Los libros de la catarata.
- García García, J. T. & Verdú Delgado, A.D. (2008). Imaginarios sociales sobre migración: evolución de la autoimagen del inmigrante. *Papers*, 89, pp. 81-101.
- Hall, S. (ed.). (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications.
- Hroub, K. (2007). La influencia de los canales informativos árabes en la identidad árabe. *Anuario del Mediterráneo*. Barcelona: IEMed-CIDOB, pp. 276-280.
- King, R. y Wood, N. (eds.) (2001). *Media and migration: constructions of mobility and difference*. Londres: Routledge.
- López García, B. y Berriane, M. (dir.). (2004). *Atlas de la inmigración magrebí en España. Atlas 2004*. Madrid: Dirección General de Migraciones/UAM.
- Mai, N. (2001). Italy is beautiful: the role of Italian television in Albanian migration to Italy. En: King y Wood, (2001): *Media and migration: constructions of mobility and difference* (pp. 95-109). Londres: Routledge.
- Martín-Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Mignolo, W. D. (2003). *Historias locales/diseños globales. Colonialidad, conocimientos subalternos y pensamiento fronterizo*. Madrid: Ediciones Akal. Trad.: Juan María Madariaga y Cristina Vega Solís.
- Said, E. W. (2005). *Cubriendo el Islam. Cómo los medios de comunicación y los expertos determinan nuestra visión del resto del mundo*. Barcelona: Debate. Título original: *Covering Islam* (1981). Routledge & Kegan Paul. Trad.: Bernardino León Gross.
- Sierra Caballero, F. (2003). La agenda de los Estudios Culturales en comunicación. Cartografiar el cambio social. En Aparici, R., y Marí Sáez, V. (2003): *Cultura popular, industrias culturales y ciberespacio*, (pp. 251-272). Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación. Título original: *The Media and Modernity. A social theory of the media* (1995). Cambridge: Polity Press in association with Blackwell Publishers Ltd. Trad.: Jordi Colobrans Delgado.

UN BRINDIS POR ESPAÑA DESDE EL RUEDO DE LA PRENSA. LA CORRIDA PATRIÓTICA ORGANIZADA POR EL IMPARCIAL EN 1896

A TOAST TO SPAIN FROM THE BULLRING OF THE PRESS. THE PATRIOTIC BULLFIGHT ORGANIZED BY EL IMPARCIAL IN 1896

**M^a Verónica de Haro de San Mateo
(Universidad de Murcia, España)**

**IC – Revista Científica de
Información y Comunicación
2011, 8, pp. 95 - 111**

Resumen

Entre 1895 y 1898 se celebraron en nuestro país numerosas corridas de toros denominadas ‘patrióticas’ cuya recaudación se destinó a los combatientes de ultramar. El objetivo de este artículo es destacar el impulso del periódico *El Imparcial* en la organización y difusión del festejo celebrado en Madrid el 13 de noviembre de 1896 y constatar cómo el tono patriótico que late explícitamente en la prensa contemporánea se traslada también a la ‘revista de toros’.

Abstract

Between 1895 and 1898, a large number of so-called ‘patriotic’ bullfights were held in Spain, whose profits were destined to soldiers serving abroad. The aim of this article is to highlight the initiative of the newspaper El Imparcial in the organization and promotion of the bullfight held in Madrid on 13 November 1896, and how the patriotic sentiment explicitly expressed in the contemporary press was also echoed by the ‘taurine journal’.

Palabras clave

Historia del Periodismo / *El Imparcial* / Corridas patrióticas / Periodismo taurino / ‘Revistas de toros’ / Guerra de Cuba / Siglo XIX / España.

Keywords

History of Journalism / El Imparcial / Patriotic bullfights / Taurine journalism / ‘Taurine journal’ / Cuban War / 19th century / Spain.

Sumario

1. La Fiesta de los Toros en la prensa y las publicaciones especializadas en el siglo XIX.
2. Los Toros y la Guerra de Cuba.
3. La corrida benéfico patriótica organizada por *El Imparcial* en noviembre de 1896.
4. Bibliografía.

Summary

1. *Bullfighting in the press and in specialized journals in the 19th century.*
2. *Bullfighting and the Cuban War.*
3. *The charitable patriotic bullfight organized by El Imparcial in November 1896.*
4. *References*

1. La Fiesta de los Toros en la prensa y las publicaciones especializadas en el siglo XIX.

A pesar de que la Tauromaquia está presente en el periodismo español desde los orígenes de éste, la información taurina no se asienta regularmente en los periódicos hasta que las funciones de toros se convierten, junto con el teatro, en el entretenimiento preferido de los españoles. Este hecho se produce a lo largo del siglo XIX, a medida que «la corrida se consolida como espectáculo definitivamente y se extiende con los progresos de la Revolución Industrial y del ferrocarril a las ciudades donde llega éste último» (Pizarroso, 1993, p.232). En líneas generales, la información taurina que publican los cotidianos de esta época consiste generalmente en «la observación y recuento de las suertes; la estadística de los puyazos, banderillas, pinchazos y estocadas recibidos por cada toro; la reseña de los pelos y señales de éstos, hasta los detalles del vestido de los toreros, que parece recuerdo claro de la importancia que las viejas Relaciones taurinas concedían a la parte suntuaria y pintoresca de los festejos» (Cossío, 1985, p.555).

El paulatino afianzamiento de la corrida moderna y la consecuente proyección del torero como héroe literario y popular (González Troyano, 1988) propician no sólo la inclusión cada vez más frecuente de noticias taurinas en los periódicos y el desarrollo de un género periodístico genuino —la ‘revista de toros’ que acabará derivando en lo que hoy conocemos como ‘crónica taurina’— sino también el nacimiento de las primeras publicaciones tauromáquicas especializadas. La precursora de éstas ve la luz en Madrid en 1819 con el título *Estado que manifiesta las peculiaridades ocurridas en esta corrida*, pero hasta mediados de siglo no podemos hablar con

propiedad de una prensa específicamente taurina regular. Algunas de las primeras revistas que destacan por su calidad son: *El Toro*, colección de biografías y retratos de los más célebres lidiadores, que se publica en 1845, o *La Flor de la Canela*, que ve la luz en 1847 con el subtítulo: *Depósito de sal y almacén de tentaciones, enciclopedia de las costumbres meridionales, órgano oficial del movimiento taumomáquico; biografías de los principales toreros y revista de teatros. Periódico escrito mitad en caló y mitad en castellano por una sociedad de andaluces*. También de esta época son dignas de mención *La Tauromaquia*, que nace en 1848; *El Clarín*, que aparece dos años más tarde y *El Enano*, una revista que se publica por primera vez en mayo de 1851 y cuyo larguísimo subtítulo original – *Periódico picante, burlón y pendenciero. Escribe de cuanto Dios crió, menos de política, que ni por el forro la conoce, ni de religión que es materia delicada. Son su objeto principal las cábalas para la lotería primitiva y la descripción de las corridas de toros de la Corte y Aranjuez. Da también artículos de teatros, modas y costumbres, noticias sueltas, chismes y poesías. Sale los martes por la tarde* – nos permite ejemplificar una antigua aspiración del periodismo taurino bien estudiada por Romero de Solís (2000), unir la información taurina con la relativa al teatro, la literatura y hasta los juegos de azar.

Muchos historiadores coinciden en afirmar que el nacimiento de la prensa de masas en España se produce en el último tercio del siglo XIX cuando el periodismo «de empresa» o «informativo» consigue desbancar al denominado «de partido» o «de opinión» a pesar de que las tiradas de los periódicos españoles más notables no pueden compararse con las de sus homólogos franceses, británicos o norteamericanos (Almuíña, 1982; Chivelet, 2001; Fuentes y Fernández, 1997; Pizarroso, 1992; Seoane, 1983). En líneas generales, los diarios que encarnan la tendencia que acabará por imponerse dan noticia de todas aquellas cuestiones y actividades de interés general, hasta el punto que puede afirmarse que la compleja y agitada vida de cualquier gran ciudad española encuentra en ellos fiel reflejo. Así, *El Imparcial*, probablemente el mejor de los cotidianos editados por esta época en Madrid, incluye «secciones dedicadas a narrar los acontecimientos bélicos – Cuba y Filipinas –; noticias nacionales e internacionales; información sobre actos religiosos en la capital: misas, vigiliass, etc.; información sobre economía, finanzas y Bolsa, vida judicial, noticias sobre los grandes y pequeños sucesos de la vida ciudadana etc., comentarios y ofertas para el tiempo de ocio: toros, ópera, zarzuela, teatro y excepcionalmente, cine» (Sáiz, 1998, pp. 195-196).

Ciertamente, la información taurina está muy presente en estos momentos en los periódicos y, en el último tercio del siglo –entre el Sexenio Revolucionario y la Restauración–, coincidiendo con el apogeo de la prensa diaria informativa, las ‘revistas taurinas’ adquieren categoría literaria en las principales cabeceras «para servir a una afición apasionadamente dividida en los bandos irreconciliables de “Frascuelo” y “Lagartijo”» (Sáiz y Seoane,

2007, p.143). Pedro Gómez Aparicio (1971) sostiene incluso que gracias a la rivalidad que tan apasionadas y contrarias admiraciones suscitan estos dos toreros entre la crítica y el público, las 'revistas de toros' contribuyen «en medida extraordinaria al desarrollo de la circulación de los periódicos y la gran transformación que estos experimentan en los años de transición de los dos siglos» (pp. 582-583).

Algunos de los revisteros más destacados de finales de siglo son, como bien ha estudiado M^a Celia Forneas (2001) Antonio Peña y Goñi¹, Mariano de Cavia² o José de la Loma³. En este punto cabe precisar que las 'revistas taurinas' a las que nos venimos refiriendo merecen este título «no como género periodístico, sino como depósito de noticias históricas relatadas en caliente, con la vista e impresión inmediatas del suceso» (Cossío, 1985, p.555) y son en realidad «un examen que se hace y se publica de las fiestas de toros celebradas en las principales plazas» (Nieto Manjón, 1991, p.371) pero, como recuerda Juan Carlos Gil (2006), «no quiere ello decir que los revisteros renunciaran por completo a hacer alusiones al mundo de la política, a los generales o a cualquier tema de actualidad de ultramar, tan candentes por aquellas fechas» (p. 86).

En las últimas décadas se consolidan además las publicaciones taurinas especializadas y de todas cuantas se editan, hay una que resalta sobre todas las demás por ofrecer no solo puntual y documentada información de los festejos taurinos celebrados, sino también abundantes datos y bellas cromolitografías de las ganaderías y los matadores más sobresalientes del momento: *La Lidia*. Esta excelente revista ilustrada que es, no sólo uno de los ejemplos más sobresalientes del periodismo taurino español de la época que nos ocupa sino de toda su historia, ve la luz por vez primera el 2 de abril de 1882, se imprime en la imprenta de Ducazal en la madrileña Plaza de la Ópera y alcanza inmediatamente una enmiorable categoría literaria por la cuidada selección de sus redactores y colaboradores, además de distinguirse por la modernidad y excelencia de su presentación (Nieto Manjón, 1986).

¹ Antonio Peña y Goñi («Don Jerónimo»), nació en 1846 y murió en 1896. Rubricó las crónicas taurinas para la revista madrileña *La Lidia*, que también dirigió durante algunos años, y para los periódicos *El Globo* y *El Imparcial*. Fue catedrático de Historia crítica de la Música en la Escuela Nacional de Madrid, razón por la cual cultivó con frecuencia la crítica musical.

² Mariano de Cavia y Lac («Sobaquillo») nació en 1855 y falleció en 1920. Cultivó la literatura y el periodismo y trabajó como revistero taurino en *El Liberal* y *El Imparcial*. También colaboró en *El Burladero* y en *La Lidia*.

³ José de la Loma y Milego («Don Modesto») nació en 1867 y murió en 1916. Acusado partidario de Ricardo Torres «Bombita», alcanzó gran fama con sus 'revistas de toros' en *El Liberal* de Madrid desde finales del siglo XIX hasta su fallecimiento. Dirigió el semanario *Madrid Cómic* en 1900.

Otras revistas taurinas importantes de finales de siglo son *Pan y Toros*, que únicamente se mantiene entre 1896 y 1897; *El Heraldito Taurino*, fundado en 1896 y que logra editarse hasta 1909; y *Sol y Sombra*, que vive entre 1897 y 1926.

2. Los Toros y la Guerra de Cuba.

La incidencia de la Guerra de Cuba en el mundo de los toros fue, al igual que sucedió en el resto de actividades de todos los órdenes de la vida pública, inevitable, pues «si el teatro, desde las óperas o los conciertos del Real a las salas de barrio donde se daban sainetes o piezas del género chico, fue una de las manifestaciones del impacto de la guerra en la sociedad madrileña, el gran espectáculo era la que se tenía como *fiesta nacional*, las corridas de toros» (Espadas, 2001, p. 377).

España era a finales del siglo XIX, «una potencia de segundo orden, un país destrozado por un siglo de guerras civiles y coloniales atascado en el atraso tecnológico e industrial, aislado internacionalmente, desangrado y arruinado por las sublevaciones de Cuba y Filipinas»; contaba en aquel momento con una población de dieciocho millones de habitantes, en su mayoría agricultores analfabetos y «se empeñaba en mantener guerras ultramarinas a miles de kilómetros de distancia, destinando a ellas recursos económicos siempre insuficientes y reemplazos cada vez más numerosos y peor adiestrados de mozos que, en su mayoría, iban a aquella guerra contra su voluntad y casi resignados a la muerte porque carecían de las 1.500 pesetas necesarias para pagar su “redención en metálico”» (Solar, 1998, p.239).

Se ha convertido en tópico afirmar que en 1898, mientras los marinos españoles morían heroicamente allende los mares, el pueblo madrileño, ajeno a todo ello, se divertía asistiendo a corridas de toros. La realidad es que las noticias del Desastre de Cavite llegaron el 2 de mayo y que, por indicación del Gobierno, no se suspendió la corrida prevista en Madrid, a la que asistieron por cierto muy pocos espectadores. Pero también es un hecho que desde 1895 y durante el tiempo que duró el, a la postre, último conflicto colonial para nuestro país, se celebraron varias corridas de toros denominadas ‘patrióticas’ cuya recaudación se destinó a los combatientes en ultramar (López Rinconada, 1996). Dichos festejos acentuaron su ritmo de celebración a medida que la lucha y sus dramáticas consecuencias incidieron con mayor rigor sobre la sociedad española.

Los heridos de la campaña militar en Cuba comenzaron a regresar muy pronto a España. En 1895 se proyectaba establecer en Santander, por iniciativa de S.M. la Reina Regente María Cristina de Habsburgo-Lorena, y a través de la Cruz Roja, un sanatorio donde poder atender el restablecimiento de la salud de los miles de soldados que regresaban

maltrechos de la contienda. Con la intención de procurar recursos para su construcción, la Asociación de la Cruz Roja trató de organizar una corrida de toros en San Sebastián con Rafael Guerra, «Guerrita», el matador más afamado del momento. José Arana, empresario de la plaza en la que se pensó celebrar el festejo en un primer momento, accedió amable al requerimiento⁴. A los pocos días, al torero se le ocurrió que, en caso de que la corrida pudiera celebrarse en Madrid, podría proporcionar mayores beneficios económicos. La idea fue aceptada inmediatamente por todos, las negociaciones se dieron por terminadas y se encaminaron hacia la capital. En San Sebastián todo había sido fácil, pero en Madrid el empresario Bartolomé Muñoz se apresuró a formular las primeras dificultades. Lo primero que hizo saber el empresario es que cedería la plaza con las condiciones de costumbre, es decir, el cincuenta por ciento de las utilidades, fijando la época precisa en que la corrida habría de celebrarse y exigiendo, además, una indemnización en el caso de que la función se llevase a cabo en otra fecha. La elegida por el empresario era el 21 de octubre pero como «Guerrita», siguiendo una costumbre inveterada, no quería volver a vestirse de luces después de su última corrida del año prevista para el 20 de octubre en Barcelona, «resulta que la benéfica fiesta tropieza con las dificultades impuestas por las pretensiones descabelladas de la empresa de la Plaza de Toros de Madrid» (López Rinconada, 1996, p.12).

Al fin se alcanzó el acuerdo y la corrida organizada por la Cruz Roja a beneficio de los heridos y enfermos de Cuba se celebró el 17 de octubre de 1895. Mariano del Todo y Herrero, más conocido por su seudónimo «Don Cándido», rubricó en *La Lidia* la crónica del festejo. En ella, el revistero hacía alusión a la histórica buena disposición de los profesionales taurinos al ser requerida su participación para este tipo de funciones y criticaba de soslayo el egoísmo del empresario:

La fiesta de los toros es una mina inagotable, y a ver si hay quién demuestre lo contrario. No se piensa en allegar recursos, atenuar quebrantos, socorrer desdichas y enjugar lágrimas, sin que al punto se vuelva la vista al espectáculo taurino, como fuente principal de ingresos para todo proyecto humanitario y benéfico. ¡Y hay *congrios* todavía que truenan y machacan contra los toros, y no serían capaces de dar la utilidad equivalente a uno de ellos, en su inútil vida!

⁴ *La Lidia*, 2 de septiembre de 1895.

En medio de la podredumbre, el agio y la desvergüenza que nos oprime, es un consuelo para los muchos corazones sanos que aún palpitan, hallar reunidos periódicamente los hermosos sentimientos viriles y caritativos de un pueblo en unos cuantos metros de circunferencia, y ver cómo ellos flotan y sobrenadan en la superficie de ese revuelto de mar en ruinas y de miserias en que insensiblemente nos asumimos.

Bien supo la Asamblea de la Cruz Roja lo que hacía, al contar, como base para sus proyectos de instalación de hospitales para los heridos en la campaña de Cuba, con los ingresos, considerables siempre, de una corrida de toros; y bien comprendió, desde luego, que no había de encontrar facilidades y desprendimientos semejantes a los de esa gente acostumbrada a jugarse la vida a todas horas ante los instintos de una fiera. Así hubiese encontrado igual desprendimiento en el egoísta negociante que, sin consideración a las desgracias de la patria, mantiene en todo su absolutismo el principio de que «la caridad bien ordenada empieza por uno mismo», y mayor hubiera sido el consuelo que, con el esfuerzo de todos, hubiérase proporcionado a esos hijos heroicos que defienden con su sangre la honra de su madre. Pero ¡qué le hemos de hacer! En todo conjunto armónico hay siempre un instrumento que desentona, y *aquí ha sido el de la flauta / con un agujero solo...* como dice la musa popular... y esperemos a la rendición de cuentas...⁵

Las «revistas» que se derivaron del festejo narran con profusión de detalles los pormenores de la lidia, las colosales faenas de «Guerrita», el juego de los bureles, el arte y hasta la vestimenta del resto de toreros que intervinieron en la corrida. Curiosamente, la actuación de Bartolomé Muñoz no pasó desapercibida y toda la prensa madrileña arremetió, sin excepción, contra él. En la «revista de toros» publicada en el periódico *El Nacional*, podemos leer:

Lo extraordinario del caso, y aquí no habla la malicia sino la realidad, es que la mitad de los productos de la corrida de ayer, va a manos del empresario de la plaza. Hemos

⁵ *La Lidia*, 21 de octubre de 1895.

dado una fiesta a beneficio de Bartolo y del ejército de Cuba. El pomposo reclamo de la caridad, los elogios anticipados de la prensa, el entusiasmo popular, aprovechaban a un colaborador modestísimo que partirá con nuestros pobres soldados el desprendimiento madrileño. Entrada segura, cuadrillas gratuitas, organizadores complacientes, autoridades propicias... el empresario de la plaza no podía soñar cuadro más de su gusto. Felicitaremos al héroe, al verdadero héroe de la tarde. La primera batalla -no diremos de mayor honra, pero sí de mejor provecho- en esta campaña de Cuba, la ha ganado el general Bartolo (citado en López Rinconada, 1996)

La comisión organizadora del festejo publicó las cuentas de la corrida el 28 de octubre en *La Lidia*. Los números no dejaban lugar para la duda. De las 97.444 pesetas recaudadas y derivados los gastos (entre otros: el importe de los bureles y su transporte, los desplazamientos de caballos y cuadrillas, la impresión de carteles y billeteaje, el alquiler de la plaza a la empresa... por el módico precio de 20.300 pesetas) el montante final al que ascendió el benéfico esfuerzo fue de poco más de 35.000 pesetas. En los festejos siguientes, la empresa se tornó más generosa a tenor de las críticas recibidas.

3. La corrida benéfico patriótica organizada por *El Imparcial* en noviembre de 1896.

La lucha en Cuba era cada vez más reñida y las bajas patrias no hacían sino multiplicarse en 1896. En este contexto, el periódico *El Imparcial*, quizá el más crítico con la política gubernamental de reconstrucción naval y con los propios mandos militares y políticos durante y después del conflicto (Sánchez Illán, 1998), decidió acudir en auxilio del montón anónimo de soldados que vertían su sangre en los campos de batalla abriendo una suscripción popular a favor de los heridos. Por la correspondencia que se publicó en el periódico, sabemos que la Reina se sumó a esta iniciativa ofreciendo un generoso donativo:

10 de noviembre de 1896

Sr. Director de *El Imparcial*.

Muy señor mío y de toda mi consideración: S.M. la Reina, Mi Señora, le felicita por la noble y patriótica iniciativa de la suscripción para los heridos y enfermos de la desgraciada guerra de Cuba, y me encarga decir a V. que da orden con esta fecha a su banquero D. Prudencio Ibáñez Vega, para que remita a V. la cantidad de tres mil pesetas con destino a tan sagrado fin. Aprovecho esta ocasión para ofrecerme de V. como su más atento y s.s.q.b.s.m.,

El marqués de Grijalba. ⁶

No conforme con la vía de la suscripción popular, para aumentar la cuantía de la recaudación, *El Imparcial* pensó en organizar la celebración de una corrida de toros el 13 de noviembre de ese año. La idea del popular periódico encontró un eco entusiasta en todas partes:

El ilustrado cuerpo de redacción del citado periódico, pensó que la fuente más apropiada para aumentar los ingresos en esa suscripción patriótica, sería como en otras tantas veces había sucedido, la fiesta nacional. Y no tuvo más que indicarlo para que todos los componentes de ella se ofreciesen incondicionalmente; para que todas las dificultades que se originan en un espectáculo de esta índole, quedasen vencidas en un momento; para que todo el mundo acogiese la idea con júbilo, y para que todos los madrileños ansiasen el instante de satisfacer en un solo acto, dos de sus más arraigadas costumbres: la afición y la caridad (López Rinconada, 1996, p.25)

La comisión organizadora se puso en contacto con los empresarios de la plaza, Bartolomé Muñoz y Jacinto Jimeno, y esta vez sí, la empresa cedió gratuitamente el recinto. El ofrecimiento de los toreros no tardó en llegar. Algunos entregaron donativos ante la imposibilidad de torear como José

⁶ *El Imparcial*, 12 de noviembre de 1896.

Sánchez del Campo «Cara-Ancha»⁷, que colaboró con 100 pesetas dirigiendo al periódico la carta que reproducimos a continuación:

Sr. Director de *El Imparcial*:

Muy señor mío y de mi consideración más distinguida: Unas calenturas que vengo padeciendo me han impedido ofrecerme a torear en la patriótica corrida organizada por esa redacción; pero lo hago incondicionalmente desde ahora para el día en que nuestros heroicos soldados vuelvan triunfantes de Cuba y Filipinas. Quiero no obstante, contribuir con algo en esta ocasión y me suscribo con cien pesetas, Siendo que mi modesta posición no me permite ayudar con mayor suma a remediar las desgracias de nuestra noble España. Es de Vd. Afecto seguro servidor q.b.s.m.

José Sánchez del Campo (Cara-ancha). Aznalcázar 10 de
Noviembre de 1886.⁸

La desinteresada disposición de «Guerrita», Reverte y «Bombita» fue inmediatamente aceptada por la comisión organizadora del festejo que pudo así componer el mejor y más completo cartel que podía confeccionarse en la época. Además, se invitó a presenciar y presidir la corrida, para mayor aliciente, a los inolvidables maestros «Lagartijo»⁹ y «Frascuero»¹⁰, que respondieron con su natural y generosa condescendencia. El anuncio del festejo, que durante los días previos a su celebración se podía ver en el

⁷ José Sánchez del Campo «Cara-Ancha» fue un célebre matador de toros español que nació en Algeciras el 8 de mayo de 1848 y murió en la localidad sevillana de Aznalcázar, el 31 de mayo de 1925. «Cara-Ancha» fue contemporáneo de la época dorada de «Lagartijo» y «Frascuero» e intentó ser rival de este último. El apodo le sobreviene de una peculiaridad física, apreciable en los grabados de Daniel Perea aparecidos en algunas publicaciones como *La Lidia*.

⁸ *El Imparcial*, 14 de noviembre de 1896.

⁹ Rafael Molina Sánchez «Lagartijo» nació en Córdoba, el 27 de noviembre de 1841 y falleció en la misma ciudad el 1 de agosto de 1900. Fue parte de la cuadrilla de los toreros más renombrados de la época antes de tomar la alternativa y convertirse en matador de toros. Considerado torero de época y uno de los toreros agraciados con la distinción de «Califa de Córdoba», mantuvo una sonada rivalidad en los ruedos con Salvador Sánchez Povedano «Frascuero».

¹⁰ Salvador Sánchez Povedano «Frascuero» nació el 23 de diciembre de 1842 en Churriana de la Vega (Granada) y falleció el 8 de marzo de 1898 en Madrid. Ha pasado a la historia del toreo como uno de los mejores estoqueadores. La famosa rivalidad que mantuvo con Rafael Molina «Lagartijo» es comparable a la que antes mantuvieron Pedro Romero y «Costillares» y tiempo después «Joselito» y Belmonte.

periódico, incidía en el carácter benéfico del mismo y en el hecho de que la empresa se hubiera puesto a las órdenes de los organizadores y hubiera cedido la plaza gratuitamente con todas sus dependencias y servicios «con la generosidad y un patriotismo merecedores de todo elogio», así como que «los afamados diestros “Guerrita”, Reverte y “Bombita” se hubieran ofrecido a torear sin retribución alguna, impulsados por iguales nobilísimos sentimientos»).

El día de la corrida de toros, la antigua plaza de la carretera de Aragón «presentaba un aspecto deslumbrante, la bandera nacional ondeaba sobre su asta y cubría todo el balconaje de gradas y palcos; el redondel y los patios de caballos y arrastre, estaban atestados de concurrentes; las localidades se iban poblando de espectadores, destacándose los caprichosos sombreros, los ricos pañuelos y la variedad de flores que realzaban los naturales encantos, de un verdadero emporio de belleza» (López Rinconada, 1996, p.33). Una coplilla patriótica de la época recordaba que:

A la corrida de toros
que organizó *El Imparcial*
acudió la más selecto
de la buena sociedad.
Allí acudió el artesano
y damas de estirpe real,
ayudaron su concurso
a esta obra nacional.
Todos estos donativos
son para heridos y enfermos,
que regresan de la guerra
a la tierra en que nacieron.
En un palco se veían
seis soldados de la guerra,
que enfermos y enternecidos
representaban la fiesta.
El público madrileño
fijó en ellos su atención
y el grito de ¡Viva España!
en la plaza resonó.
Todos por esos heridos
que en los campos de batalla
allí bertieron (sic.) su sangre
por defender a su patria (citado en Amorós, 1987, p.85)

El 13 de noviembre se celebró en efecto sin contratiempos la corrida benéfica patriótica resultando exitosa en el plano artístico, a pesar del mal juego del ganado. En la revista *Pan y Toros*, se podía leer a los pocos días:

Sin la nota discordante de los toros de la ganadería del Excmo. Sr. D. Pablo Benjumea que se lidiaron en la corrida organizada en término breve por *El Imparcial*, todo hubieran sido plácemes y aplausos a esta apreciación, si tal puede llamársele, de la benéfica y patriótica fiesta. Y como por regla general raro es el asunto en que pone mano la humanidad que no tenga por bien que resulte su punto más o menos negro, en éste no había de fallar, y ha correspondido por completo a las reses dispuestas (...) ¿Toritos de Benjumea? Para el diablo que los vea (...) En una palabra, que el pabellón negro que por divisa ostenta la ganadería quedó más negro aún de lo que era, y el crédito de la ganadería ¡ah! El crédito fue a parar a los pies de los caballos, maltrecho y destrozado por completo, como al fin y al cabo quedarán los insurrectos de Cuba y Filipinas ante la decisión de nuestros bravos soldados, a cuyo beneficio se daba el espectáculo (...) Los servicios buenos de verdad. La entrada un lleno. Y para que todo esto en esta tarde contribuyera al mejor éxito del espectáculo, hasta el día estuvo inmejorable viniendo a probar el sol, prestando a la Fiesta vida, que hasta en sus rayos anida cariño al pueblo español: Al pueblo bravo y sin par, al que nada causó espanto, como lo probó en Lepanto, Covadonga y Trafalgar.¹¹

La extraordinaria respuesta del público que llenó los tendidos de la plaza motivó que al día siguiente de celebrarse el festejo, *El Imparcial* expresara su «eterna gratitud» al pueblo madrileño con estas letras:

Sin escatimar el gasto de su dinero y del tiempo que reclamaban las ocupaciones de cada cual en un día de labor, llenó la plaza hasta el punto de no dejar una sola localidad vacía; y puso más que esto, puso al servicio de la fiesta, para darla mayores esplendores, un entusiasmo incondicional y una corrección y un comedimiento tales, que,

¹¹ *Pan y Toros*, 16 de noviembre de 1896.

cosa tal vez sin ejemplo en los fastos taurinos, se dio ayer el caso de una corrida de toros sin un solo silbido. Aunque agotáramos cuantas frases tiene el idioma para expresar el agradecimiento, nunca llegaríamos a dar idea siquiera del que, a nombre de los infelices y heroicos soldados que heridos y enfermos vuelven de la guerra, debemos al pueblo de Madrid, a espadas, picadores, banderilleros, peones y a cuantos nos han prestado con su trabajo o con sus generosos donativos su valiosísimo concurso para realizar una fiesta como la de ayer, que por su carácter nacional y patriótico ha de dejar memoria indeleble en cuantos la presenciaron.¹²

La Reina, «que sintió vivamente no poder asistir por impedírselo un pertinaz catarro», ofreció «un nuevo testimonio de su generosidad» ordenando remitir a Rafael Gasset otras 1.000 pesetas «a beneficio de los soldados heridos o enfermos, procedentes de Cuba y Filipinas para aumentar con ellas el producto de la ya celebrada fiesta»¹³. La revista *El Enano* llegó a donar incluso la recaudación de la venta de los números del día de la corrida y del posterior, que ascendió a un total de 206 pesetas con 25 céntimos. En sumas cuentas, el festejo consiguió reunir la nada despreciable cifra de 115.804 pesetas, según las cuentas publicadas por el propio diario en los días siguientes. Deducidos los gastos, el monto del beneficio alcanzó las 90.531 pesetas¹⁴. En agradecimiento a tan significativo donativo, los soldados que acudieron a la corrida invitados por la comisión organizadora enviaron al director de *El Imparcial* la siguiente carta:

Comprenderá Vd. la imposibilidad de que expresemos con palabras nuestra gratitud, que es inmensa. Las delirantes manifestaciones de cariño de que fuimos objeto aquel día, que no olvidaremos nunca, nos convencieron de que somos hijos queridos de la patria, por la que dimos y daremos siempre nuestra sangre, y eso nos basta para premio de todos nuestros trabajos, para alivio de las amarguras de lisiados que nos esperan.

Quedaremos inútiles para el trabajo, único medio de proporcionarse sustento el pobre soldado cuando

¹² *El Imparcial*, 14 de noviembre de 1896.

¹³ *El Imparcial*, 16 de noviembre de 1896.

¹⁴ *El Imparcial*, 18 de noviembre de 1896.

abandona las filas; pero la gloria de haber dado ocasión con nuestra presencia a que tantos miles de almas expresaran el cariño que España tiene a sus soldados, nos dará ánimo para sufrir todo. Rogando a Vd. que haga públicas estas manifestaciones de agradecimiento, se despiden sus humildes servidores.¹⁵

Además de la organizada por el periódico de los Gasset, fueron varias las corridas patrióticas que se celebraron en los años sucesivos. Probablemente, una de las más significativas por la fecha en la que tuvo lugar fue la que, coordinada por la Excelentísima Diputación Provincial, estuvo presidida por el Conde de Romanones, alcalde de Madrid, el 12 de mayo de 1898. La revista *El Enano* publicaba ese día una coplilla que rezaba: «El heroísmo/ no basta sólo en la guerra/ y más el oro que el plomo/ ahora pesa en las contiendas». Por eso se organiza una nueva función quizá con la intención de «probar al mundo/ que aquí cuando el caso llega/ nos sirve el propio denuedo/ hasta para hacer moneda»¹⁶. En las «revistas de toros» que se publicaron los días siguientes de celebrarse el festejo se reproducen con todo detalle los pormenores de la lidia y el boato que adornó la función, pero también se alude explícitamente al patriotismo y valor de nuestros soldados, las ocasiones en las que la banda de música que amenizó el festejo interpretó la «marcha de Cádiz» y hasta los encendidos brindis que algunos espadas realizan en el ruedo¹⁷. Quizá los más conocidos sean los protagonizados por «Guerrita»: «¡Brindo al presidente y a sus compañeros, con el deseo de que el toro se transforme ahora en yanqui!» y Luis Mazzantini¹⁸: «¡Que todo el dinero recaudado en esta corrida se gaste en dinamita para romper en mil pedazos aquel país de aventureros llamado Estados Unidos!».

Los beneficios económicos que se derivaron de la celebración de algunas de estas corridas benéfico-patrióticas organizadas entre 1895 y

¹⁵ *El Imparcial*, 20 de noviembre de 1896.

¹⁶ *El Enano*, 12 de mayo de 1898.

¹⁷ Véase: *El Imparcial*, 14 de mayo de 1898; *Madrid Taurino*, 15 de mayo de 1898; *La Lidia*, 16 de mayo de 1898 o *Sol y Sombra*, 19 de mayo de 1898.

¹⁸ Luis Mazzantini Eguía fue un célebre matador de toros español (Guipúzcoa 1856 – Madrid 1926). Coincidió con el periodo de dominio absoluto del Rafael Guerra, «Guerrita» y también alternó con los míticos «Lagartijo» y «Frascuero», que se encontraban en la recta final de sus carreras. A Mazzantini, ya apodado «don Luis», se le recuerda por su singular personalidad dentro y fuera de las plazas y técnicamente como un gran estoqueador. Una vez retirado de los ruedos, inició una brillante carrera política. Fue concejal en el Ayuntamiento de Madrid, teniente de alcalde, miembro de la Diputación Provincial y gobernador civil de Guadalajara y de Ávila.

1898 contribuyeron a paliar, aunque mínimamente, la situación ruinosa que acarreó la derrota en esa guerra suicida, contra las leyes de la economía, la geografía y hasta el sentido común en la que estaba inmerso nuestro país en esos momentos. Pero sin lugar a dudas, estos festejos alimentaron el espíritu patriótico popular que por otra parte alentaba la mayor parte de la prensa. Algunos investigadores han manifestado con probada virtud cómo algunos periódicos, entre los que cabe citar a *El Imparcial*, ayudaron a crear el clima emocional que condujo a la guerra como algo inexorable. Buen ejemplo de ello son las piezas periodísticas en las que el periódico de los Gasset se burlaba del «reclamo bélico» de los americanos asegurando que la mayor parte de sus efectivos navales eran «género del Rastro» pues «aun lo que tienen de más lucidito, se encargan ellos de que no sirva» (citado en Seoane y Sáiz, 2007, p.150), ya que se trataba de unas tropas de aventureros indisciplinados abocados a disertar más pronto que tarde. En otras ocasiones se había llegado a manifestar que aunque los Estados Unidos tuvieran más fuerza material, más tenía un toro con respecto al hombre, y en España «al toro se le torea»¹⁹. Ciertamente *El Imparcial*, uno de los más preclaros ejemplos de la nueva prensa informativa —en 1897 ponía en circulación hasta 150.000 ejemplares diarios— fue el cotidiano más afectado por el general desprestigio de la prensa y en los años posteriores al 98, su tirada disminuyó un 40% (Ortega y Gasset, 1956, p. 167).

La sencilla aportación que constituye nuestro estudio ha querido testimoniar el impulso del periódico *El Imparcial* en la organización y difusión de la corrida patriótica celebrada en Madrid el 13 de noviembre de 1896 y a la vez constatar cómo el tono patriótico que late explícitamente en la prensa contemporánea se traslada también a la “revista de toros”, un género plenamente asentado a finales del siglo XIX no solo en las publicaciones taurinas especializadas sino también en los periódicos denominados «informativos».

¹⁹ “España no se asusta”, *El Imparcial*, 15 de marzo de 1898. Cfr. en SEOANE, M^a C. & SÁIZ, M^a D., op. cit., pág. 150.

4. Bibliografía

- Almuíña, C. (1982). La prensa periódica. En *Revolución y Restauración (1868-1931)*, *Historia General de España y América* (pp. 135-154), T. XVI, Madrid: Rialp.
- Amorós, A. (1987). *Toros y cultura*, Madrid: Espasa Calpe.
- Bernal Rodríguez, M. (1997) *La crónica periodística. Tres aproximaciones a su estudio*. Sevilla: Padilla Libros Editores & Libreros.
- Chivelet, M. (2001). *Historia de la prensa cotidiana en España*. Madrid: Acento editorial.
- Cossío, J. M^a (2007). *Los Toros. Literatura y Periodismo*, vol. 8. Madrid: Espasa Calpe.
- Cossío, J. M^a (1985). *Los Toros. Tratado técnico e histórico*. Madrid: Espasa Calpe.
- Espadas Burgos, M. (2001, junio). La sombra del 98. *Arbor*, n^o 666, pp.371-381.
- Forneas Fernández, M^a C. (1998). El periodismo taurino de 1898. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, n^o 4, pp. 71-86.
- Forneas Fernández, M^a C. (2001). *Periodistas taurinos españoles del siglo XIX*, Madrid: Fragua.
- Fuentes, J. F. y Fernández Sebastián, J. (1997). *Historia del Periodismo Español*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Gil González, J. C. (2005). Teoría de la crónica taurina. *Revista de Estudios Taurinos*, n^o 19-20, pp. 353-388.
- Gil González, J. C. *La obra periodística de Antonio Díaz-Cañabate. Desde la crónica impresionista hasta su consolidación como fenómeno mediático*. Tesis doctoral. Director: Manuel Bernal Rodríguez. Universidad de Sevilla, Departamento: Periodismo I. 2006. Disponible en [en línea]: <http://fondosdigitales.us.es/tesis/tesis/472/la-cronica-periodistica-de-antonio-diaz-canabate-desde-la-cronica-impresionista-hasta-su-consolidacion-como-fenomeno-mediatico/>
- Gil González, J. C. (2007). *Evolución histórica y cultural de la crónica taurina: de las primitivas reseñas a la crónica impresionista*. Madrid: Editorial Vision Net.
- Gómez Aparicio, P. (1971). *Historia del periodismo español. De la Revolución de septiembre al Desastre colonial*, T. II, Madrid: Editora Nacional.
- González Troyano, A. (1988). *El Torero, héroe literario*. Madrid: Espasa Calpe.
- López Rinconada, M. Á. (1996). *Los toros y la Guerra de Cuba. Las corridas benéfico-patrióticas (1895-1898)*. Madrid: Artes Gráficas COIMOFF.
- Nieto Manjón, L. (1986). *La Lidia. Modelo de Periodismo*. Madrid: Espasa Calpe.
- Ortega y Gasset, M. (1956). *El Imparcial. Biografía de un periódico español*. Zaragoza: Librería General.

- Ossorio y Bernard, M. (2004). *Ensayo de un catálogo de periodistas españoles del siglo XIX*. Madrid: Ayuntamiento de Madrid, Hemeroteca Municipal de Madrid.
- Nieto Majón, L. (1986). *La Lidia, Modelo de Periodismo*. Madrid: Espasa.
- Nieto Majón, L. (1991). *Diccionario ilustrado de términos taurinos*. Madrid: Espasa.
- Pizarroso Quintero, A. (1989). Algunas noticias sobre las publicaciones taurinas madrileñas (1874-1931). En: Bahamonde Magro, Á. y Otero Carvajal, L. E. (eds.), *La sociedad madrileña durante la Restauración, 1876-1931* (pp. 373-387). Madrid: Alfoz.
- Pizarroso Quintero, A. (1992). Notas para el estudio de la prensa y el periodismo taurino valencianos. En Laguna, A. y López, A. (eds.), *Dos-cents Anys de Premsa Valenciana* (pp. 269-302). Valencia: Generalitat Valenciana.
- Pizarroso Quintero (1992). *De la Gazeta Nueva a Canal Plus. Breve Historia de los medios de comunicación en España*. Madrid: Universidad Complutense.
- Pizarroso Quintero, A. (1993). Los toros y los medios de comunicación. *Anuario del Departamento de Historia*, nº 5, p.225-248.
- Pizarroso Quintero, A. (1994). Notas para una historia del periodismo y de las publicaciones taurinas en Cataluña. *Gazeta*, nº 1, pp. 303-314.
- Pizarroso Quintero, A. (1999). Cronistas y críticos taurinos: escritores, aficionados, sobrecogedores y periodistas profesionales. En Duviols, J.P., Molinié, A. y Guillaume, A. (coords.), *Des taureaux et des hommes: tauromachie et société dans le monde ibérique et ibéro-américain* (pp. 221-240). París: Presses de l'Université Paris-Sorbonne.
- Romero De Solís, P. (2000). Las revistas culturales de toros en España. *Revista de Estudios Taurinos*, nº 12, pp. 173-264.
- Sáiz, M^a D. (1998). La prensa madrileña en torno a 1898. *Historia y Comunicación Social*, nº 3, pp.195-200.
- Sánchez Illán, J. C. (1998). *El Imparcial* ante la guerra de Cuba. *Historia y Comunicación Social*, nº 3, pp. 201-221.
- Seoane, M^a C. (1983). *Historia del periodismo en España. El siglo XIX*. Vol. 2. Madrid: Alianza.
- Seoane, M^a C. y Sáiz, M^a D. (2007). *Cuatro siglos de periodismo en España*. Madrid: Alianza.
- Solar, D. (1998). Una guerra por encima de las posibilidades españolas. *Historia y Comunicación Social*, nº 3, pp.239-259.

PROPUESTA PARA EL TRATAMIENTO EFICAZ DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO

PROPOSAL FOR THE EFFECTIVE TREATMENT OF GENDER-RELATED VIOLENCE

Elena Bandrés Goldaráz
(Universidad de Zaragoza, España)

IC – Revista Científica de
Información y Comunicación
2011, 8, pp. 113 - 138

Resumen

En noviembre de 2007, la vicepresidencia del gobierno español y los principales medios de comunicación firmaron un acuerdo para mejorar el tratamiento informativo en los casos de violencia de género. Sin embargo, casi cuatro años después, se demuestra que la forma de narrar estos casos sigue sin ayudar a generar la conciencia social necesaria para erradicar estos hechos. Proponemos un cambio radical en la manera de informar para intentar que los medios generen, además, un efecto disuasorio en posibles futuros asesinos.

Abstract

In November 2007, the Vice-president of the Spanish government and the country's main media signed a deal in order to improve the informative treatment of domestic violence. However, nearly four years on, it is clear that the way of covering these cases still doesn't help to raise public awareness sufficiently so as to eradicate this problem. In this paper, a radical change in news coverage is put forward with an eye to encouraging the media to generate a deterrent effect on future killers.

Palabras clave

Violencia / Género / Tratamiento / Medios / Comunicación / Televisión

Keywords

Violence / Gender / Treatment / Media / Communication / Television

Sumario

1. Introducción

1.1. Metodología

1.2. Erradicar la violencia de género, objetivo del milenio

1.3. Medidas legales para frenar el problema

1.4. ¿Generan los medios alarma social en la transmisión de estas noticias?

2. Cumplimiento del acuerdo de noviembre de 2007 entre los Medios y el Gobierno

2.1. Las contradicciones en el mensaje

3. Criterios objetivos para incorporar en las informaciones

4. Diez pautas para un tratamiento eficaz de la violencia de género

5. Conclusiones

Summary

1. Introduction

1.1. Methodology

1.2. Eradicating domestic violence as the millennium's goal

1.3. Legal measures keyed to tackling the problem

1.4. Do the media generate public concern when covering this kind of story?

2. Compliance with the agreement of November 2007 between the media and the Government

2.1. Contradictions in the message

3. Objective criteria to be included in news coverage

4. Ten guidelines for effectively tackling gender violence

5. Conclusions

No habrá "jamás un plan o una ley que sea eficaz mientras la sociedad en su conjunto no experimente una serie de cambios (...) en la familia, que es el escultor que te va cincelandando y el primer contexto de socialización, al que le siguen la escuela y los medios de comunicación audiovisual, que son configuradores de formas de vida" (Sanmartín, 2006).

1. Introducción

El objeto de este artículo es aportar un planteamiento diferente en el tratamiento informativo que llevan a cabo las empresas periodísticas, fundamentalmente televisivas, en las muertes provocadas por la violencia de género, desarrollada en las relaciones de pareja. La mayoría han

elaborado códigos de autorregulación específicos pero, tal y como se demuestra en este artículo, son claramente insuficientes para generar una conciencia social decisiva para la condena de este tipo de crímenes.

Desde comienzos de esta década, los medios de comunicación españoles han intentado abordar de la manera más eficaz posible los estándares informativos a los que someterse a la hora de redactar una noticia de estas características. «Se ha pasado de hablar únicamente de casos particulares (hechos concretos de violencia doméstica, lo que serían ‘noticias episódicas’) a afrontar una cobertura más amplia, relacionando unos hechos con otros y tildándolos de problemática social -‘noticias temáticas’-» (Berganza, 2003). El asesinato de Ana Orantes, en diciembre de 1997, a manos de su marido, supuso el punto de partida para la autorregulación de los propios medios de comunicación. En 2002, el Instituto Oficial de Radio y Televisión elaboró el documento *De lo privado a lo público. Tratamiento informativo de la violencia contra las mujeres*. Fue suscrito por las principales cadenas de televisión y sirvió como base para la elaboración de un decálogo que recogió las pautas para el tratamiento informativo de dichas noticias en cada medio. En estos códigos presentes en las principales televisiones españolas, así como en las diferentes asociaciones de la prensa y colegios profesionales, se enumeran una serie de principios que especifican la manera en la que tiene que dar la información un periodista. Un objetivo que está pensado para ser cumplido y «para que la autorregulación no sea entendida como una mera cuestión utópica» (Agejas, 2007).

En cuanto a prensa escrita, el diario *Público* fue el primero en elaborar un código deontológico para este tipo de casos, en enero de 2008. Los códigos buscan huir del sensacionalismo y del morbo, y pretenden fomentar la conciencia social contra este tipo de casos. Pero, siete años después de aprobarse la Ley contra la Violencia de Género en el parlamento español, varios años después de que los medios iniciaran su autorregulación particular para tratar informativamente estos temas y tres años después de que las empresas periodísticas se comprometieran a mejorar este tipo de información, nos encontramos con que los medios de comunicación, especialmente la televisión, se encuentran muy lejos de fomentar la conciencia social de condena, necesaria e imprescindible, desde nuestro punto de vista, para generar la percepción de que este tipo de violencia no es un asunto privado, sino un gravísimo problema público.

El 27 de noviembre de 2007, la entonces vicepresidenta del Gobierno Español, María Teresa Fernández de la Vega, inició una serie de contactos con los principales medios de comunicación, tras el impacto generado por la muerte de Svetlana Orlova a manos de su expareja, Ricardo Navarro. Éste la asesinó días después de acudir engañada al programa de *Antena 3 TV* “El diario de Patricia”, en donde su ex novio le pidió volver a reiniciar su relación, algo que ella no aceptó. La indignación

vertida en los medios de comunicación por este caso generó los encuentros entre el Gobierno Español y los principales medios de comunicación, para intentar mejorar la emisión de noticias sobre violencia de género.

Las empresas de televisión públicas, RTVE y las integradas en la FORTA, junto con las privadas pertenecientes a la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA), se comprometieron a insertar en sus informaciones el teléfono de denuncia del maltrato: 016; a hacerse eco de las sentencias que condenaran a un agresor; a enfatizar que los daños infligidos no sólo afectan a la mujer sino a toda la sociedad; a crear un Comité de Expertos; a cambiar las rutinas profesionales y los estereotipos y a crear un Defensor de la Igualdad en las televisiones públicas. «Las televisiones acordaron que las informaciones se centrarían en la víctima y que nunca justificarían las acciones del varón, también ofrecerán datos sobre las consecuencias penales de la agresión e informarán de las sentencias condenatorias bajo el asesoramiento de un grupo de expertos» (Público, 29/11/2007).

Sin embargo, tras observar y analizar las noticias emitidas en las tres cadenas de televisión reseñadas, estos objetivos no se han llegado a cumplir en su totalidad.

1.1. Metodología

Para llevar a cabo esta investigación se han visionado las noticias generadas en los informativos de las tres de la tarde de *Televisión Española*, *Antena 3 Televisión* y *Telecinco* durante 2009, 2010 y los tres primeros meses de 2011. Se dejó un año de margen a partir del acuerdo adoptado por los principales medios de comunicación audiovisual y la Vicepresidencia del Gobierno, en noviembre de 2007, para dar tiempo a la inserción de las medidas. En este intervalo, las mujeres han seguido muriendo en torno a algo más de setenta al año, salvo en 2009, donde el número se redujo considerablemente. Las estadísticas de mujeres muertas varían en función del organismo o entidad que recoja el dato. Los que a continuación se aportan proceden de tres organismos: el Ministerio de Igualdad, el Centro Reina Sofía para el estudio de la violencia y la Federación de Asociaciones de Mujeres Separadas y Divorciadas.

ESTADÍSTICA MUJERES MUERTAS	2007	2008	2009	2010
Ministerio Igualdad	71	76	55	73
Centro Reina Sofía	72	75	60	75
Federación Asoc. Mujeres Separadas y Divorciadas	84	69	58	76

El trabajo de campo consistió en comprobar si las cadenas habían incorporado a sus redacciones los siguientes acuerdos adoptados:

1. Inserción del teléfono de denuncia del maltrato, 016.
2. Cobertura de las sentencias que condenaran a un agresor.
3. Énfasis en que los daños infligidos no sólo a la mujer sino a toda la sociedad.
4. ¿Se centran las informaciones en la víctima? ¿Qué tipo de información se ofrece?
5. Cambio en las rutinas profesionales. Poner el acento en la gravedad de los malos tratos o asesinatos de mujeres por encima de la anécdota y los detalles.
6. Cambio en los estereotipos.
7. Existe justificación de las acciones del varón.
8. Ofrecen datos sobre las consecuencias penales de la agresión.
9. Informan de las sentencias condenatorias.
10. Existencia asesoramiento de expertos.

Se empleó la técnica de análisis de contenidos desde el punto de vista cualitativo, basado en la observación y análisis de las noticias emitidas.

1.2. Erradicar la violencia de género, objetivo del milenio

El concepto de violencia de género ejercida en la pareja suele ser confundido con el término *violencia doméstica*, por el hecho de suceder dentro del hogar; sin embargo, muchas parejas en las que el hombre ejerció dicha violencia no convivían bajo un mismo techo. La violencia de género es un tipo de violencia ejercida contra la mujer, entendiendo por este concepto:

... cualquier acción u omisión intencional que dañe o pueda dañar a una persona porque se desvía de los estereotipos socialmente contruidos. Como la violencia de género contra el hombre no es numéricamente significativa, habitualmente la expresión *violencia de género* se refiere sólo a la violencia contra la mujer. Hay diferentes tipos de violencia de género. La violencia contra la mujer en las relaciones de pareja, el tráfico sexual de mujeres o la mutilación genital femenina son algunas de sus formas (Sanmartín, 2006).

Erradicar la violencia contra las mujeres es uno de los Objetivos de Desarrollo del Milenio fijados por Naciones Unidas. Ciento ochenta y nueve jefes de Estado y de Gobierno se comprometieron a cumplirlo para 2015. El Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer considera que es

una 'meta pendiente' de los Objetivos del Milenio, «aunque poner fin a la violencia contra las mujeres constituye una prioridad estratégica para lograr la igualdad de género y los objetivos en general».

En 1993, la Unión Europea elevó a la categoría de prioridad política combatir la violencia contra la mujer ejercida en la sociedad. Esta decisión se tomó en el marco de la tercera Conferencia Ministerial sobre Igualdad entre Mujeres y Hombres, en la cual se perfilaron las estrategias para la erradicación de la violencia contra la mujer en la sociedad. Fruto de este acuerdo se crea, en 1996, el Instituto Europeo de la Igualdad de Género. La Resolución WHA49.25 de la Asamblea Mundial de la Salud declaró, en ese mismo año, la violencia como problema prioritario de salud pública proclamada por la Organización Mundial de la Salud (OMS).

El informe del Parlamento Europeo de julio de 1997, la Resolución de la Comisión de Derechos Humanos de Naciones Unidas de 1997 y la Declaración de 1999 como Año Europeo de Lucha Contra la Violencia de Género, entre otros, fueron la antesala al programa marco puesto en marcha por el Consejo de Europa sobre la igualdad entre hombres y mujeres 2001-2005 y al respaldo del proyecto «respuestas a la violencia en la vida cotidiana de la mujer en una sociedad democrática». Fruto de ello, los países miembros empezaron a promulgar leyes integrales contra la violencia de género en un intento por desenmascarar lo que Bourdieu (2000) llama «violencia simbólica contra las mujeres», la «violencia amortiguada, insensible e invisible para sus propias víctimas» (p.12).

1.3. Medidas legales para frenar el problema

Siguendo la estadística del Centro Reina Sofía para el estudio de la violencia, entre 2000 y 2010 han sido asesinadas 704 mujeres en España, lo que supone una media de 70,4 mujeres cada año. A 15 de abril de 2011 han muerto asesinadas en España dieciocho mujeres, veintiuna en la misma fecha de 2010. Estas cifras abocan a referirnos a la violencia de género como un claro ejemplo de *terrorismo* contra las mujeres. Setecientos cuatro casos en diez años frente a los 828 asesinatos provocados por la banda terrorista ETA desde 1960. Por eso convenimos con Sánchez Rodríguez (2008) cuando dice que «el tratamiento informativo de las noticias relacionadas con la violencia machista es un nuevo reto social comparable, por ejemplo, al tratamiento de la información relacionada con el terrorismo, inmigración...».

En España, el 71,91% de las mujeres víctimas de la violencia de género son españolas y el 28,09% son extranjeras, fundamentalmente europeas y latinoamericanas. La prevalencia en las jóvenes ha aumentado un 103,23% en los últimos diez años. Y, como último dato, hay que destacar que la gran mayoría de los asesinos son detenidos (Sanmartín, 2006).

España fue pionera en promulgar una ley integral, muy ambiciosa, para luchar con la violencia de género en 2004. Sin embargo, a pesar de todas las medidas legales empleadas, las estadísticas en los feminicidios no solo no disminuyen sino que aumentan ligeramente. Un caso parecido al que está sucediendo en países como México o Brasil donde los casos de violencia de género han aumentado tras la promulgación de las leyes específicas «por lo que hace falta revisar todas las medidas llevadas a cabo y, entre ellas, el papel de los medios de comunicación en la búsqueda de soluciones para terminar con esta situación» (Bandrés, 2010).

En su primer apartado, esta Ley dice que:

La violencia de género no es un problema que afecte al ámbito privado. Al contrario, se manifiesta como el símbolo más brutal de la desigualdad existente en nuestra sociedad. Se trata de una violencia que se dirige sobre las mujeres por el hecho mismo de serlo, por ser consideradas, por sus agresores, carentes de los derechos mínimos de libertad, respeto y capacidad de decisión.

Esta ley aborda el problema desde los tres escenarios en los que tiene que hacerse la prevención de esta violencia: el educativo, el de la publicidad y medios de comunicación, y el sanitario. Delimita el campo de actuación, aunque da por supuesto un hecho cuya constatación diaria dista de ser evidente cuando dice que la violencia de género «produce un rechazo colectivo y una evidente alarma social».

Sin embargo, nos preguntamos cómo se mide la alarma social cuando no existen más indicadores que las encuestas de opinión elaboradas por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). Consideramos que sí generan alarma, pero no social. El rechazo generado en la sociedad, conocedora de estos casos a través de los medios de comunicación, puede presuponerse o puede constataarse a través de estudios de investigación.

1.4. ¿Generan los medios alarma social en la transmisión de estas noticias?

El Centro de Investigaciones Sociológicas de España (CIS) analiza la percepción de los problemas que tiene la sociedad española a través de los *barómetros*. Las encuestas que realiza el CIS cada mes (exceptuando el mes de agosto) sirven «para medir el estado de la opinión pública en relación con la situación política y económica del país y sus perspectivas de evolución». Realizan encuestas entre una muestra de la población española

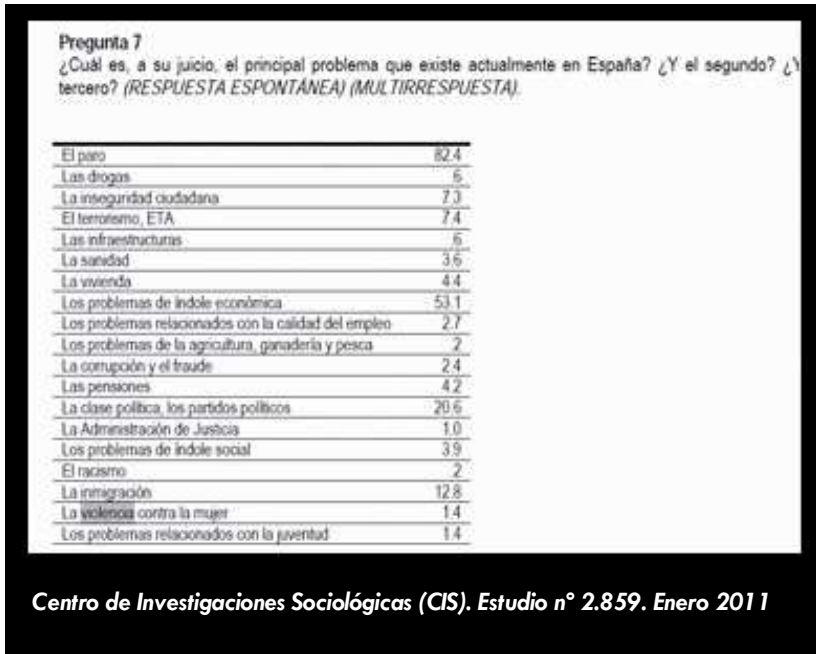
con diferentes asuntos. Una de las preguntas consiste en enumerar los «tres problemas principales que existen actualmente en España». La violencia contra la mujer aparece en decimonoveno lugar, salvo en 2010 y en enero de 2011, fecha en la que escala un puesto, aunque disminuye el porcentaje de personas que lo consideran uno de los principales problemas, a pesar del aumento de mujeres muertas.

LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER EN ESPAÑA		
Porcentaje de personas que lo considera un problema importante		Mujeres asesinadas
Enero 2011:	1,4%	7
Diciembre 2010:	1,4%	75
Diciembre 2009:	2.7%	60
Diciembre 2008:	2.5%	76
Diciembre 2007:	3.0%	72
Diciembre 2006:	2.8%	70
Diciembre 2005:	3.0%	63
Diciembre 2004:	4.4%	69 ¹
Diciembre 2003:	3.0%	70
Diciembre 2002:	1.9%	52
Diciembre 2001:	3.3%	46
Septiembre 2000:	1.3%	51

(Elaboración propia a partir de los datos del CIS)

La violencia contra la mujer en España sólo es percibida como un problema social por el 2,6% de los entrevistados. Por encima de este problema se encuentra:

¹Los picos más altos se dan en marzo de 2004 con un 11.7 y en junio y julio con un 8.0. Se produce un aumento en la percepción como problema social, al haber sido asesinadas seis mujeres en un solo mes. Todas ellas, con edades comprendidas entre los 22 y los 59 años, fueron asesinadas por sus parejas. En uno de los casos, el agresor mató también a su suegra e hirió a una hermana de la víctima, de 11 años.



Por lo tanto, sirvan estos datos para asegurar que la sociedad española no ve la violencia de género como un grave problema que cause alarma social, ni siquiera ante el aumento en el número de casos. En una investigación del Centro Reina Sofía acerca de las actitudes y conductas de la ciudadanía ante el problema de la violencia de género en las relaciones de pareja, se encontró que prácticamente todos los encuestados (exactamente, el 98,5%) tenían conocimiento de la existencia de este grave problema. Sin embargo, sólo la mitad habían intentado hacer algo al respecto. Un tercio de quienes no habían hecho nada aducían como justificación que este tipo de violencia es un ‘asunto privado’ (Sanmartín, Iborra y Martínez, 2010). Quizás seguimos anclados en un pasado reciente en donde «(la violencia contra las mujeres ya ha entrado en el Código Penal como delito pero que todavía no se considera con la misma seriedad que otros delitos y no comparte con ellos el mismo grado de rechazo social. Hay todavía muchas resistencias a considerar que es un delito con todas sus consecuencias» (Alberdi y Matas, 2002).

2. Cumplimiento del acuerdo de noviembre de 2007 entre los medios de comunicación y el gobierno

Las razones por las que se llevó a cabo este trabajo de investigación han quedado expuestas anteriormente: la falta de conciencia social y la ausencia de una narrativa adecuada en los medios de comunicación, fundamentalmente audiovisuales, a pesar de los diferentes intentos para conseguir obtener pautas efectivas. Se ha analizado cualitativamente los contenidos de las noticias para comprobar el grado de adopción de estos principios y los resultados son claramente desalentadores. Si bien respecto al primer punto ha habido prácticamente unanimidad en la inserción del teléfono, para llamar en caso de maltrato dentro de la noticia que informa sobre un nuevo caso de violencia de género, en el resto de compromisos no se ha llegado a cumplir lo acordado. Las tres cadenas son conscientes del papel fundamental que juegan en la concienciación social y ello les ha llevado a poner en marcha programas y campañas especiales sobre violencia de género, noticias complementarias a las informaciones de las muertes, emisión de películas y la creación en Internet de portales específicos. Sin embargo, siguen sin conseguir una narrativa audiovisual adecuada dentro de las noticias sobre las muertes de estas mujeres.

RESULTADO TRABAJO DE CAMPO	
Inserción del teléfono contra el maltrato, 016.	91%
Cobertura de las sentencias que condenan a un agresor.	(I)
Énfasis en que los daños infligidos no sólo a la mujer sino a toda la sociedad.	0%
¿Se centran las informaciones en la víctima? Qué tipo de información se ofrece.	67% (II)
Cambio en las rutinas profesionales. Poner el acento en la gravedad de los malos tratos o asesinatos de mujeres por encima de la anécdota y los detalles.	0% (III)
Cambio en los estereotipos.	0%
Existe justificación de las acciones del varón.	23% (IV)
Ofrecen datos sobre las consecuencias penales de la agresión.	1,2% (V)
Informan de las sentencias condenatorias.	32%
Existencia asesoramiento de expertos.	12 %

(I) Este dato no se puede contabilizar al carecer de la referencia del número de sentencias dictadas en España por estos motivos. Las tres cadenas sí se hacen eco de los informes judiciales sobre esta cuestión o del Ministerio de Igualdad, posteriormente reconvertido en Secretaría de Estado, así como de sentencias específicas pero no hay un seguimiento explícito de las condenas a los culpables que fueron anteriormente sujetos informativos por haber asesinado a sus parejas o exparejas.

(II) El 67% de las informaciones hablan de la víctima para referirse al número de hijos que tiene y a si su asesino era padre de sus hijos.

(III) No se ha producido ningún cambio en las rutinas profesionales porque este tipo de noticias sigue estando en la categoría de sucesos y, como tal, los relatan. Más de un 47% empiezan hablando de la víctima, con nombre pero sin apellidos. La primera imagen de la noticia arranca siempre con la imagen del cadáver de la víctima, en el caso de que dispongan de ella. La segunda preferencia es la fotografía de la mujer. El *modus operandi* de un equipo de televisión sigue siendo el mismo. Utilizan la imagen de la mujer asesinada, bien el traslado de su cadáver o bien su fotografía. Planos del exterior de la casa o lugar donde se ha producido el asesinato. Restos (si los hubiere) del mismo: sangre, guantes dejados en la acera por el equipo sanitario, fachada del edificio donde se ha producido el crimen, coches de policía, ambulancia... En cuanto a la inserción de testimonios utilizan, en el 89% de los casos, la inclusión de vecinos que no aportan nada sustancioso a la generación de la conciencia social. De este porcentaje, el 67% añade opiniones sobre el asesino que valoran su catadura moral, del tipo: «era una persona normal», «era retraído pero muy amable», «era un poco brusco pero buena persona», «yo nunca les oí discutir».

(IV) Las justificaciones vienen dadas al hablar, inmediatamente después de narrar la muerte de la mujer, de posibles eximentes como celos (2%), embriaguez del asesino (1%), trastornos psiquiátricos (1,7) o fuertes discusiones como desencadenantes del crimen.

(V) Las cadenas de televisión no dan información sobre las «consecuencias penales de la agresión», salvo en una noticia emitida el 31 de enero de 2011 en TVE, en la que se dice en el texto que «hasta noviembre de 2010 los presos por violencia de género superaban los 5.000». Es la primera vez que una noticia de televisión, de estas características, informa sobre el número de

personas encarceladas por este motivo, aunque el dato se alejó del aportado por la subdirección de Tratamiento y Gestión Penitenciaria del Ministerio del Interior, que cifró el número en 6.539 personas.

A pesar de todas las recomendaciones recogidas en los códigos específicos de autorregulación, las informaciones vertidas siguen sin conseguir los objetivos marcados. Parte de las causas de esta situación la encontramos en que el relato audiovisual presenta mensajes contradictorios letales para la generación y percepción de la condena social. Se informa sobre estos hechos (Martínez, 2011) «más y mejor que hace una década antes de la proliferación de los códigos deontológicos (...), pero los periodistas no parecen conocer las recomendaciones o, al menos, no han profundizado en ellas. Incluso en el caso de la ley, hay un conocimiento vago al respecto, inconcreto, y por tanto sus recomendaciones no se plasman en el trabajo cotidiano: la teoría, o bien no se conoce, o al menos no se pone en práctica» (p.320-321).

2.1. Las contradicciones en el mensaje

2.1.1. Primera contradicción

En la redacción y emisión de este tipo de noticias se dan diversas contradicciones que dificultan la correcta percepción de la información. El primer mensaje contradictorio es el generado por los propios medios de comunicación al relegar la noticia a la sección de sociedad, lo que supone que aparezca en los informativos en el puesto decimonoveno o vigésimo en la emisión de los vídeos, cuando las cadenas han declarado un elevado grado de compromiso para erradicar este tipo de violencia. En este caso, el lugar sí que importa. Si bien es cierto que este tipo de noticias se emiten, desde hace ya tiempo, en los titulares de los informativos, la decisión de los propios medios de aplazar su emisión hasta las últimas posiciones, justo antes de los deportes, genera una devaluación de la consideración que tienen esas muertes. De esta manera, no se puede cumplir con el acuerdo suscrito en diciembre de 2011, entre Gobierno y empresas de comunicación, de «enfatar que los daños infligidos no sólo afectan a la mujer sino a toda la sociedad».

En la prensa escrita aparecen también en las secciones de *sociedad*, así como en las radios, aunque salgan en portada. Eso no hubiera ocurrido si la víctima hubiera sido una persona asesinada por una banda terrorista. En estos casos, todos los medios de comunicación, además de abrir sus informativos y ediciones en papel con el atentado, dan esta información como primera noticia, tras los titulares. En la prensa escrita, además de aparecer en la mitad de la portada, abren la sección de *España*. Este

tratamiento en la ubicación de la noticia (que es el correcto, por otra parte) no es el que reciben los casos de terrorismo contra las mujeres, a pesar de que produce en España un 303,8% más de casos. El tratamiento de la violencia machista es relegado a la categoría de 'suceso' (IORTV, 2002). En estas posiciones en las escaletas, es muy difícil generar conciencia social y que la ciudadanía lo considere una amenaza contra la sociedad civil.

EL PAÍS
sociedad

Un hombre descuartiza a su mujer en Ulbe y la tira a cuatro correidores

Expediente a cinco tribunales por dejar datos personales en la basura
La Agencia Española de Protección de Datos puede sancionarlos hasta con 600.000 euros «Quedaron expuestos casos de abusos y violencia machista»

Un hombre de 45 años, de origen marroquí, fue detenido en la localidad de Ulbe, en el norte de España, tras ser acusado de haber descuartizado a su mujer y de haber tirado los restos a cuatro correidores. El caso, que se está juzgando en los tribunales de Madrid, ha generado gran atención por la gravedad de los hechos y por la falta de medidas de seguridad en el lugar de los hechos.

El hombre, que se llama Mohamed El, fue detenido en la localidad de Ulbe, en el norte de España, tras ser acusado de haber descuartizado a su mujer y de haber tirado los restos a cuatro correidores. El caso, que se está juzgando en los tribunales de Madrid, ha generado gran atención por la gravedad de los hechos y por la falta de medidas de seguridad en el lugar de los hechos.

El País, martes, 16/06/2009. En el periódico de mayor difusión en España, un nuevo caso de terrorismo contra la mujer. No aparece en portada y es relegada a una columna en la página 37.

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

Palacio Vicente Ferrer: símbolo de la lucha contra la pobreza
"He estado fondo mentalmente"

Una ETA acosada vuelve a matar
La banda asesina a Eduardo Puelles, inspector de policía dedicado a la lucha antiterrorista, con una bomba lapa adosada a su coche en Arrigorriaga (Vizcaya)

Gallardón será en 2011 por tercera vez conde de Madrid

El líder supremo iraní pone fuera de la ley a los reformistas
El ayatolá Ali Jamenei advierte que aplazará las protestas

Irán debe celebrar nuevas elecciones

El País, domingo, 20/06/2009. En el periódico de mayor difusión en España, esta noticia ocupa la portada y otras cuatro en el inicio de la sección España.

La noticia de la mujer asesinada en Granada, el 21 de marzo de 2011, no aparece ni en titulares ni en lugares destacados, sino en la sección de sucesos. El problema es que al ser conceptualizada la violencia de género como un 'suceso', la narrativa audiovisual utilizada condena a la víctima a ser la protagonista del 'drama' que ocurre porque sí.

2.1.2. Segunda contradicción

La segunda contradicción se produce con la ausencia del (presunto) asesino en las imágenes. Sin la identificación visual del agresor, se diluye el concepto racional de 'culpabilidad'. De esta manera, parece que la noticia es más bien relatada como un género de ficción, al no contar con la existencia explícita de una identificación directa del autor del crimen. En el estudio de Sánchez Aranda, Berganza y García Ortega (2002), «en más de la mitad las noticias, el 54,1%, desconocemos quién ha perpetrado la agresión (...) se intenta preservar el anonimato de los verdugos, ya que se evita dar sus datos personales y se comentan otros que hacen más difícil su identificación» (p.150). Ahora esta situación ha empeorado, ya que en televisión no se incorpora el nombre y apellidos del asesino, salvo que el caso se alargue en el tiempo. No aparece ni el nombre completo ni la imagen del presunto asesino (esto último se produjo en el 2,9% de las noticias), mientras que sí se incluye la foto de la víctima y su nombre, aunque no sus apellidos (32%). La dignidad de la víctima sigue, por tanto, siendo maltratada informativamente y la presencia de la mujer queda de nuevo oculta. «Sólo dos de cada diez personas que aparecen en las noticias, son mujeres, y lo hacen ocultas por el lenguaje, (sin apellidos, sin indicar su cargo, en función del marido, etc.) y reforzando los estereotipos (como famosas, como víctimas de violencia...)» (Ruiz Seguí, y Loscertales y Nuñez, 2008).

Esta forma de presentar a la víctima y a su verdugo continua formando parte de una rutina profesional que se torna especialmente dañina para la víctima. Tomando como ejemplo el caso de violencia de género del 21 de marzo de 2011, emitido en *Tele 5*, *Antena 3 TV* y *TVE*, los tres informativos empiezan con las imágenes del cuerpo de la víctima cuando es sacado por los trabajadores de la funeraria.

Tele 5 inicia el vídeo diciendo:

Este era el momento en el que los trabajadores de la funeraria sacaban el cuerpo sin vida de Natividad. Tenía 62 años y estaba a punto de divorciarse. Su marido presuntamente la apuñaló. Después se acercó hasta este bar, donde confesó el crimen.

Las imágenes que acompañan a estas frases son un plano medio del momento en el que sacan del portal de la vivienda el cuerpo de la víctima, un plano general de la misma escena y un plano corto en el que se ve el momento en el que se introduce el cuerpo en un féretro de metal. El siguiente plano refleja el bar al que acudió el presunto asesino que, una vez más, carece de nombre. Sí aparece el teléfono 016.

Los testimonios que aparecen en este vídeo son del dueño del bar, que repite la frase que supuestamente dijo el asesino confeso, del portavoz de la policía local y de varios vecinos que sólo aportan detalles escabrosos del crimen.

En *Antena 3 TV*, empieza el vídeo con este texto:

Natividad, de 62 años, ha muerto presuntamente a manos de su marido a primera hora de la mañana, en la vivienda en la que ambos convivían. Según fuentes de la investigación, su agresor que ya ha sido detenido, le apuñaló en el cuello con un cuchillo de cocina y le golpeó la cabeza con un martillo.

Las imágenes en este primer bloque, antes de la inclusión del testimonio de un vecino, narran el momento en el que sacan de la vivienda el cuerpo sin vida de la mujer y lo meten al féretro, igual que en *Tele 5*. *Antena 3* incluye imágenes de una concentración en repulsa por este nuevo caso de violencia.

TVE lleva esta información a imágenes, sin testimonios y sobre ellas, que narran el momento en el que sacan el cuerpo de la víctima del bloque de viviendas, la presentadora del informativo dice:

En Granada, la policía ha detenido a un hombre de 62 años después de que confesara que había matado a su mujer. El hombre es un policía nacional jubilado. La mujer, también de 62 años, nunca había presentado una denuncia por malos tratos, aunque había estado separada durante un tiempo de su marido y luego había vuelto a convivir con él. Tenían dos hijos, uno de ellos guardia civil. Con la muerte de esta mujer son 15 las víctimas mortales por violencia de género en lo que llevamos de año.

Sí aparece el teléfono para denunciar el maltrato. En el informativo de las 21 horas, *TVE* sí que lleva esta información a vídeo cerrado, con la inserción del testimonio del portavoz de la policía local, que cuenta cuáles han sido las armas empleadas en el crimen. También recoge la manifestación contra el nuevo caso, que tuvo lugar ante las puertas del Ayuntamiento de Granada, así como una superimpresión del teléfono 016.

Esta manera de redactar y editar las noticias refleja, por un lado, la doble victimización de la mujer asesinada. No sólo ha sido asesinada sino que, además, su cuerpo metido en una bolsa es víctima de la obscenidad que genera esa imagen. Por otro lado, la ausencia del asesino confeso, en este caso, elimina de la noticia el concepto de autoría. Psicológicamente no hay culpable si éste no aparece en pantalla, pero lo que sí se articula en la mente de cualquier mujer que esté pasando por una situación de maltrato, es que denunciar esa situación es sinónimo de muerte. Dos de las cadenas lo evidencian:

Este era el momento en el que los trabajadores de la funeraria sacaban el cuerpo sin vida de Natividad. Tenía 62 años y estaba a punto de divorciarse. Su marido presuntamente la apuñaló. (Tele 5)

Era usuaria del Instituto Andaluz de la Mujer que había venido en varias ocasiones pero nos pedía asesoramiento en materia jurídica porque su intención era divorciarse. El detenido pasará mañana a disposición judicial. (Antena 3 TV)

Informativamente hablando, ha cambiado muy poco la situación desde el estudio de Sánchez Aranda, Berganza y García Ortega (2003) cuando dicen que el agresor apenas aparece en estas informaciones. «Mientras las víctimas aparecen en imágenes en un 29% de las informaciones, el agresor lo hace en un 3%» (p.149). Esta ausencia del relato audiovisual «como la pasividad o el no rechazo de este tipo de violencia beneficia siempre al maltratador», tal y como dice Raimunda de Peñafort, titular del Juzgado número 1 de Madrid contra la violencia de género, en una entrevista concedida a *El País* digital el 25 de noviembre de 2005.

2.1.3 Tercera contradicción

La tercera contradicción se da en la presentación de la posible ayuda a otras víctimas para huir de su agresor. La invitación permanente para denunciar los malos tratos, que se presenta con la aparición en pantalla del teléfono 016, no resulta muy recomendable cuando, de forma habitual, aparece en las noticias la enunciación del suceso (un hombre ha matado a su mujer, o a su ex mujer o a su pareja, etc.) y, a continuación, se narra la



situación actual de convivencia, que es en la inmensa mayoría de los casos de separación o en trámites de hacerlo. ¿Qué mujer sometida a malos tratos accede a dejar a su maltratador, si tras ver en la televisión la noticia de una mujer asesinada por su pareja escucha la frase: «un hombre mató ayer a su mujer con un arma de fuego y después se suicidó. Según los vecinos estaban en trámites de separación»²?

La mujer que quiere salir de una situación de malos tratos, viendo los resultados de muerte de la víctima que llevaba varios años denunciando los hechos, según se informa en muchas noticias, preferirá seguir aguantando las palizas antes que abandonar a su maltratador. Para evitarlo, hay que ofrecer siempre una solución, tanto para el agresor como para la víctima, y eso, hoy en día, no se da en las noticias sobre violencia de género (Alberdi y Matas, 2002), «ya que la violencia masculina contra las mujeres es en la mayor parte de sus veces cotidiana y habitual. Las parejas que se acostumbran a esta forma de relación la integran en sus vidas y pueden seguir conviviendo con ella durante años» (p. 99).

Según el informe sobre el perfil del maltratador, elaborado para Instituciones Penitenciarias por Javier Fernández Montalvo y Enrique Echeburúa (Matey, 2008), «se sabe que llevar más de 10 años casada, haber recibido malos tratos físicos habituales y amenazas de muerte, pertenecer a una clase social baja, haber abandonado a su agresor después de una larga convivencia y llevar separados de hecho menos de nueve meses son los principales factores de riesgo para las víctimas».

2.1.4 Cuarta contradicción

La cuarta contradicción se presenta con la imagen errónea, transmitida tanto por los vecinos de la vivienda en donde se producen los hechos como por la imagen de las personas que intervienen como fuentes cualificadas (ministros/as, autoridades, policías...). Los testimonios de los primeros suelen aportar una aproximación a la descripción de los hechos o un testimonio en el que declaran un conocimiento irreal del agresor al decir que «era una persona absolutamente normal». Le trasladan cualidades morales cuando se dejan llevar por impresiones físicas (es una persona normal porque su apariencia es normal). Pero la imagen generada, en la mayoría de los casos, por los responsables políticos, personal sanitario,

² RTVE, *Dos nuevos casos de violencia de género*. Noticia emitida el 05-10-2009 en el informativo de las 15 horas de TVE. Disponible en: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/television/dos-nuevos-casos-violencia-genero/599454/>. Consultado el 16/03/2011.

Cuerpos y Fuerzas de Seguridad, mientras hablan de la muerte de turno, no provocan la necesaria empatía para generar condena social.

Como ejemplos de contradicción entre la imagen y la voz en off del periodista, nos encontramos con la imagen de la ex ministra española del desaparecido Ministerio de Igualdad, emitida en la noticia «Dos nuevos casos de violencia de género», el 5-10-2009. La voz en off que aparece en el mismo momento que esta imagen es la siguiente: «ella cincuenta. La ministra de Igualdad ha condenado los asesinatos»). Aparece sonriente mientras saluda a una integrante de la mesa en la que se encuentra.

Lo mismo ocurre con el testimonio de la ex ministra que aparece justamente a continuación de ese plano. Su imagen sonriente mientras hace las declaraciones de condena contradicen el mensaje hablado. Dice la ministra: «Vamos a seguir trabajando, poniendo recursos, poniendo toda nuestra voluntad encima de la mesa, toda la coordinación y sumando esfuerzos»). En este caso, la ex ministra Bibiana Aído no ofrece 'sentimientos' que transmitan expresos deseos de condena o rechazo. Su aparición en pantalla con un gesto risueño (gesto que evidentemente se hace de forma inconsciente) elimina cualquier elemento subjetivo de condena.

El 21 de enero de 2010, Amparo Valcárcel, Delegada del Gobierno en Madrid, aparece en la noticia sobre la muerte de una mujer en la localidad madrileña de Brunete, con imagen seria pero 'fría' y 'aséptica', dice: «Una muerte provocada por el machismo criminal. Una muerte que no hemos podido evitar, eh. No existía entre ellos denuncias previas y tampoco existía ninguna orden de alejamiento»).

3. Criterios objetivos para incorporar en las informaciones

Tras llevar a cabo este trabajo de campo, concluimos que no se ha avanzado en lo sustancial a la hora de redactar las noticias de televisión para lograr una narración audiovisualmente eficaz. Consideramos que la noticia no puede ser enclavada dentro de los sucesos, sino en la apertura del informativo. Por otro lado, la presencia principal en un caso de violencia de género tiene que ser la del presunto asesino, cuando existan claros indicios sobre la autoría del crimen. Por ello, las noticias deben incluir la fotografía, tomada por la propia policía cuando detiene y ficha al presunto asesino. También debería introducirse en la noticia las imágenes del presunto agresor esposado y conducido a la comisaría de policía o a los juzgados. La primera noticia de un nuevo caso de muerte por violencia de género en



2010, en TVE, empezó con la imagen del presunto asesino esposado por la policía, imagen que se repitió nuevamente en otra parte del vídeo.

Hay ya medios que intentan obtener la imagen del presunto asesino a través del entorno de la víctima, pero debe ser la policía quien la suministre. Enrique López, portavoz del Consejo General del Poder Judicial, solicitó en 2008 la colaboración de los medios de comunicación para terminar con esta lacra al decir durante el *II Seminario sobre Nuevas Tecnologías y Violencia de Género*: «La sociedad reclama a la administración de justicia más eficacia, y nosotros pedimos a los medios de comunicación más responsabilidad; que se impliquen en la lucha y en la prevención contra la violencia» (Sánchez Rodríguez, 2008). Pero la colaboración tendría que venir también por parte de la Policía y los Tribunales. El Ministerio del Interior debería suministrar las fotografías e imágenes del presunto agresor detenido por la policía, de la misma manera que se suministran las imágenes de otros terroristas fichados.

Velando en todo momento por la presunción de inocencia, la aparición de las fotos del presunto asesino fichado por la policía es vital para conseguir fijar en la mente del público la imagen de un asesino y, especialmente, para que éste se vea señalado por la sociedad³. Con tal fin, proponemos que se llegue a un acuerdo entre Ministerio del Interior y Medios de Comunicación (como ya se alcanzó en 2007 por parte de la Vicepresidencia del Gobierno) para que la policía facilite a los medios la imagen fotográfica del presunto asesino o permita la grabación audiovisual. La falta de imágenes que testifiquen que hay un castigo cuando se cometen estos crímenes, ahonda en la percepción de la existencia de *impunidad* para con los culpables, ya que prácticamente no se informa de las penas a las que son condenados los culpables.



Por otro lado, la creatividad semántica debería estar supeditada a la descripción del maltratador y nunca al relato detallado del crimen ni de la víctima, ya que estas descripciones son los primeros peldaños para dar pie al sensacionalismo y al morbo.

En radio y televisión, por otra parte, se relatan las noticias en función del material recogido. Es decir, si un

³ En mayo de 2002, el Gobierno de Castilla-La Mancha decidió publicar una lista de hombres condenados por violencia de género. Esto causó un enconado debate entre quienes pensaban que se estaba vulnerando la protección de datos de estos hombres y quienes veían con buenos ojos que estos nombres, extraídos de sentencias públicas, fueran hechos públicos.

intento de asesinato cuenta con testimonios de la víctima y de parte del vecindario, además de los suficientes planos de recurso, parece merecer más tiempo dentro de la *parrilla* de la emisión del informativo, en detrimento del otro caso en el que sí se haya consumado el asesinato del que no hay testimonios ni apenas recursos. A partir de marzo de 2011, no obstante, el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad recomendó a los medios de comunicación que emitieran las noticias casi al final de los informativos, tan solo con tres o cuatro imágenes sobre las que el presentador lee la información y sin testimonios, con el fin de evitar cualquier tipo de mimetismos. Esta recomendación, sin embargo, fue seguida de manera desigual y apenas tuvo vigencia durante los siguientes cinco meses.

Mientras los medios (fundamentalmente las televisiones, ya que son los canales informativos que más audiencia arrastran) no valoren el tiempo dedicado a estas noticias en función de su importancia y no del *material bruto* conseguido, la ciudadanía tampoco podrá hacerse cargo de la dimensión del drama. Por eso, el mal uso de los mecanismos de la narrativa audiovisual puede desnaturalizar, muchas veces, un drama producido por la violencia de género. El mal uso de estos mecanismos convierte el drama en ficción, con la consiguiente desaparición de todos los mecanismos de condena y de censura social. Salvando las distancias, es a lo que Casasús (En Rojas, 2010) se refiere cuando dice que hay que utilizar de forma inteligente las imágenes y las palabras para adquirir un compromiso ético.

Quizás, en nuestra opinión, esta forma de actuar pueda estar convirtiendo a los medios de comunicación en motores de imitación en lugar de ser motores de sensibilización en contra de la violencia de género. Aunque un estudio de la Universidad de Alicante, publicado en octubre de 2009, asegure que informar sobre la violencia machista ayude a «prevenir nuevos crímenes» (Flotats, 2009).

Otro de los efectos perniciosos del tratamiento actual supone la utilización de la violencia como único instrumento para solucionar frustraciones. El maltratador que ve reflejado su caso de *riñas continuas, habituales desavenencias* con su pareja, en prensa, radio y televisión, va a intuir la violencia como forma de amedrentamiento, como forma de legitimación de su actuación.

4. Diez pautas para un tratamiento eficaz de la violencia de género

Por todo lo que hemos expuesto anteriormente, proponemos estas pautas elementales para redactar y emitir una noticia de terrorismo contra la mujer:

1. Una muerte por violencia de género debe ocupar siempre los titulares y la primera noticia del informativo o de la sección *España*. Tiene que ser narrada como un delito contra los derechos humanos, igual que se hace con otros casos de terrorismo, no como un suceso.
2. La noticia tiene que centrarse en la exposición de los datos del agresor, en las características y personalidad de la persona agresora, en vez de en los datos personales de la víctima. De esta manera se evitará caer en el morbo y en el sensacionalismo que genera la información volcada en la víctima, como por ejemplo, sobre una imagen del ataúd, la voz en off de la periodista dice: «Isabel luchó por vivir hasta el final» (*Tele 5*, 3/09/09) o sobre la imagen del cuerpo introducido dentro de un saco, sobre una camilla, la frase: «Ella ha salido con los pies por delante» (*Tele 5*, 15/10/10). Otro caso en *Antena 3 TV*, del 14/10/10, sobre imágenes de amigas y familiares de la víctima: «Lloran la muerte de Rosi, la última víctima de la violencia de género. Su marido le disparó presuntamente con una pistola en la cabeza y luego se quitó la vida».
3. Tiene que primar en la información la imagen del agresor esposado y dentro de las dependencias policiales y no la de la víctima (debe prevalecer su presunción de inocencia, pero eso no es óbice para informar sobre el caso).
4. No pueden insertarse testimonios de la familia y del vecindario si no son de condena. No se pueden incluir testimonios sobre el agresor del tipo: «era una persona completamente normal», o «era una bellísima persona dulce y agradable, por lo menos con los vecinos», etc., ni sobre condiciones que puedan servir de atenuante, como por ejemplo, que hagan referencia al «estado de embriaguez en el que se encontraba el agresor»; «ha sido ingresado en observación en psiquiatría»; «le debió dar un ataque de celos»; «Al parecer todo se originó por una discusión que subió de tono», porque testimonios como estos corren el riesgo de exculparle desde una perspectiva social, al considerar que la agresión ha sido fruto de una enajenación mental transitoria o provocada por la ingesta de alcohol.
5. Hay que ofrecer siempre, en la noticia, los testimonios de personas expertas en Violencia contra las Mujeres, como por ejemplo diversas asociaciones de mujeres, así como la opinión de policías, psicólogos y jueces, que deben hablar como

profesionales representantes del estamento al que pertenecen y condenar los hechos.

6. No hay que valorar en ningún momento la causa del delito. Se tienen que omitir definiciones y adjetivos como *crimen pasional* (Tele 5, 17/10/2009), *celos* (Tele 5, 9/09/2009), etc. Hay que evitar datos subjetivos como «no pudo soportar el que su novia de 45 años pusiera fin a la relación» (Tele 5, 3/09/09). También se exculpa psicológicamente al asesino si se dicen frases como «las continuas crisis que soportaba la pareja», o «el matrimonio llevaba varios años con problemas de convivencia», o «al parecer, la pareja mantuvo una fuerte discusión», etc. También hay que eliminar los estereotipos de marginalidad y de nacionalidad, ya que los malos tratos se dan en todas las clases sociales. No se trata de convertir a los hombres en enemigos de las mujeres, sino de desterrar conductas patológicas con el fin de promover relaciones de igualdad entre sexos.
7. No describir el crimen. Ni las «cuchilladas que recibió la víctima en la espalda», ni las «cuchilladas que le atravesaron el cuello», ni «los gritos que profirió el agresor cuando asestó el golpe mortal a la víctima», etc. porque generan morbo y sensacionalismo. No mostrar imágenes en las que se vea el reguero de sangre dejado por la víctima, si no es con la foto del asesino inmediatamente después.
8. Especificar las penas a las que se enfrentará el presunto asesino e ilustrar esta información siempre con imágenes de cárceles, dentro de la noticia que recoja el nuevo caso de violencia de género.
9. Recoger las declaraciones de condena contra ese crimen por parte de políticos y personas relevantes en la sociedad.
10. Ofrecer siempre al maltratador y posible futuro feminicida una salida pacífica para terminar su fallida relación sentimental. Si bien es imposible generalizar las circunstancias de cada persona, lo que los profesionales llaman buscar la individualización científica, la información tiene que terminar con un cierre del tipo:

La sociedad ve con mejores ojos la disolución de una pareja antes que cualquier tipo de violencia para terminar una relación. Nadie se va a reír de un

hombre por haber sido abandonado por su mujer,
todo lo contrario.

Incluso conviene en esta parte de la noticia incluir una declaración de profesionales de la psicología para reafirmar esta tesis.

Dentro de esta información global sobre un nuevo caso de violencia de género, la siguiente noticia tendría que ser un reportaje sobre cómo viven los nuevos divorciados; un mini reportaje donde se muestre que un hombre puede vivir solo, sin la mujer con la que ha compartido sus últimos años. Que puede solucionarse sus necesidades domésticas más inmediatas como mantener la casa, cocinar, planchar, lavar y llevar una vida digna y plena.

La cuestión es que siguen plenamente vigentes las recomendaciones expuestas en el I Informe anual del Observatorio Estatal de Violencia sobre la mujer (2007), en el que se pide que los medios transmitan en mayor medida las consecuencias legales de la violencia de género, así como el cumplimiento de las sentencias. Se asegura en este informe que:

Con poca frecuencia presentan soluciones sobre las opciones al alcance de las mujeres: raramente se dirige la información hacia posibles víctimas y se las insta a asesorarse e informarse antes de denunciar; ni tampoco se define con suficiente claridad el comportamiento típico del maltratador, lo que dificulta a muchas mujeres la toma de conciencia del riesgo que corren. En resumen, se echa en falta que los medios muestren de forma unánime y homogénea que no es el resultado de muerte lo que convierte una paliza o un asesinato en violencia de género, sino la intención del acto, basada en la ideología de la supremacía masculina e inferioridad femenina, y la asunción de los roles de género de dominación-sumisión (págs. 9-10).

5. Conclusiones

La profesión periodística debe articular un protocolo de actuación claro, breve y conciso para informar sobre los casos de violencia de género. A tenor de las noticias emitidas en los dos últimos años, los códigos deontológicos adoptados por las diferentes televisiones españolas se muestran claramente insuficientes para abordar este tipo de información, ya que no generan la condena social que provocan otro tipo de asesinatos, también considerados como atentados contra los derechos humanos. Los periodistas necesitan disponer de medidas concretas que no dejen resquicio a la interpretación, ya que la urgencia por recabar imágenes e información

en el lugar del crimen hacen olvidar los códigos deontológicos propios (que no son demasiado precisos), y los principios fundamentales acordados entre la Vicepresidencia del Gobierno Español y los principales medios de comunicación en noviembre de 2007.

Las noticias emitidas siguen sin informar del agresor; en algunos casos, se sigue justificando de manera encubierta el crimen y se sigue sin mostrar las consecuencias penales derivadas del asesinato de una mujer. No se articula una opinión favorable a la igualdad ni inspiran el cambio social contra la violencia de género, a pesar de ser las conclusiones adoptadas en dicha fecha.

Se hace imprescindible la colaboración con las Fuerzas de Seguridad para la obtención de las imágenes de los presuntos asesinos esposados y fichados por la policía, cuando las evidencias así lo demuestren. Sin estas imágenes, el relato audiovisual seguirá sin traspasar el ámbito privado y continuará desvaneciendo la tragedia personal de miles de mujeres en cuanto termine la emisión de las noticias.

Estas informaciones seguirán perteneciendo al ámbito privado mientras sigan sin ocupar el primer lugar en los informativos y en las portadas de los periódicos. Si se sigue asociando la separación de la pareja con la muerte de la mujer y se continúa ofreciendo testimonios que introduzcan la enajenación mental transitoria dentro de frases como «crimen pasional» o «al parecer iba bebido», las informaciones periodísticas no contribuirán a erradicar la violencia de género a través de su faceta educadora a corto plazo. Si, además, los agentes políticos y sociales no condenan este tipo de terrorismo, tanto dialéctica como gestualmente, la violencia ejercida contra las mujeres seguirá ocupando un lugar privilegiado dentro de la esfera privada. Hemos llegado a la conclusión de que sólo se podrá cambiar esta situación si los medios de comunicación asumen una nueva manera de trabajar, que algunos ya han iniciado pero que necesitan sistematizar y profundizar de forma rigurosa e inminente.

Junto a esto, la Universidad y la opinión pública juegan un papel primordial en la consecución de los objetivos marcados. La primera, para inculcar al alumnado de periodismo este manual de estilo, este protocolo de actuación ante este tipo de casos con el fin de que los futuros profesionales de la comunicación salgan ya de las aulas con esta destreza adquirida. La segunda, para generar una verdadera concienciación social contra esta lacra.

Bibliografía

- Agejas Esteban, J.Á. (2007). La autorregulación televisiva: ¿responsabilidad o utopía? En Ion Egúquiz y Vicente Vidal (coord.), *La ética y el derecho de la información en los tiempos del postperiodismo*. Valencia: Fundación COSO.
- Alberdi, I. y Matas, N. (2002). *La violencia doméstica. Informe sobre los malos tratos a mujeres en España*. Barcelona: Fundación La Caixa (Colección Estudios Sociales, nº 10). Disponible en:
http://obrasocial.lacaixa.es/StaticFiles/StaticFiles/6734192123ecf010VgnVCM200000128cf10aRCRD/es/es10_esp.pdf.
[Consultado el 12/03/2011]
- Bandrés Goldáraz, E. (2010). Hacia una eliminación total de los feminicidios. Propuestas audiovisuales contra este tipo de violencia en Brasil y México. *Revista Comunicação e Informação*. Brasil: Universidad Federal de Goiás. Volumen 13. Número 2. ISSN: 1415-5842.
- Berganza Conde, T. (2003). La construcción mediática de la violencia contra las mujeres desde la Teoría del Enfoque. *Comunicación y Sociedad*. Pamplona. Volumen XVI, nº 2. Disponible en:
http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=97. [Consultado 14/02/2011].
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2009). Indicadores. Disponible en:
http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Indicadores/documentos_html/TresProblemas.html
- Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer. Resolución de la Asamblea General 48/104 del 20 de diciembre de 1993. *Naciones Unidas*. Disponible en:
[http://www.unhcr.ch/huridocda/huridoca.nsf/\(symbol\)/a.res.48.104.sp?opendocument](http://www.unhcr.ch/huridocda/huridoca.nsf/(symbol)/a.res.48.104.sp?opendocument)
- Emitir en televisión medidas contra la violencia de género produce un efecto protector. En *Servicio de Información de noticias científicas*. 12/02/2010. Disponible en:
<http://www.plataformasinc.es/index.php/Noticias/Emitir-en-television-medidas-contra-la-violencia-de-genero-produce-un-efecto-protector>
- Entrevista con los lectores del país digital a Raimunda de Peñafort. *El País*. 29 de noviembre de 2005. Disponible en:
<http://www.elpais.com/edigitales/entrevista.html?encuentro=1849>. [Consultado 18/03/11]
- Flotats, A. (2009). Informar sobre la violencia machista ayuda a prevenir nuevos crímenes. *El País*, 26-10-2009, p. 35.
- *I Informe anual del Observatorio Estatal de Violencia sobre la Mujer*. 2007. Ministerio de Igualdad. Disponible en:
<http://www.migualdad.es/ss/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobheadername1=ContentDisposition&blobheadervalue1=inline&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1244652570832&ssbinary=true>
- Instituto Europeo de la Igualdad de Género. Disponible en:
http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/equality_between_men_and_women/c10938_es.htm

- IORTV (2002). *Mujer, Violencia y Medios de Comunicación*. Dossier de Prensa. Madrid.
- Loscertales Abril, F. y Nuñez Domínguez, T. (coord.) (2008). *Los medios de comunicación con mirada de género*. Sevilla: Instituto Andaluz de la Mujer.
- Martínez Rodríguez, B. (2011). *El tratamiento informativo de la violencia contra la mujer a la luz de los códigos deontológicos*. Tesis doctoral. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación: Universidad de Vigo.
- Matey, P. (2008). El perfil del maltratador más violento. *El Mundo* (digital), el 25 del 11 de 2008. Disponible en:
<http://www.elmundo.es/elmundosalud/2008/11/25/neurociencia/1227613365.html>
- *Plan de trabajo para la igualdad entre las mujeres y los hombres 2006-2010*. Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Disponible en:
http://eurlex.europa.eu/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexplus!prod!DocNumber&lg=es&type_doc=COMfinal&an_doc=2006&nu_doc=92. [Consultado 07/03/2011]
- *Público*. El Gobierno y las televisiones públicas crearán la figura del Defensor o Defensora de la Igualdad. *Público*. Disponible en:
<http://www.publico.es/espana/22497/el-gobierno-y-las-televisiones-publicas-crearan-la-figura-del-defensor-o-defensora-de-la-igualdad/comentarios-valorados>. [Consultado 04/02/2011]
- Rojas Torrijos, J. L. (2010). La responsabilidad social del informador en el uso del lenguaje ante la proliferación de hechos violentos en el mundo del deporte. *Vivat Academia*, nº 111. Junio. 2010. Disponible en:
<http://www.ucm.es/info/vivatata/numeros/n111/DATOSS.htm>. [Consultado 08/01/2011]
- RTVE. Dos nuevos casos de violencia de género. Disponible en:
<http://www.rtve.es/mediateca/videos/20091005/dos-nuevos-casos-violencia-genero/599454.shtml>. [Consultado 02/01/2011]
- Sánchez Aranda, J.J, Berganza, M.R. y García Ortega, C. (2003). *Mujer publicada, mujer maltratada. Libro de estilo para informar en los medios de comunicación sobre la mujer*. Pamplona: Instituto Navarro de la Mujer.
- Sánchez Rodríguez, D. (2008). Violencia machista y medios de comunicación. El tratamiento informativo de los delitos relacionados con el maltrato a mujeres. *Revista Comunicación y Hombre*. Número 4. Madrid.
- Sanmartín, J. (2006). *II Informe Internacional de Violencia contra la mujer en las relaciones de pareja. Estadísticas y legislación*. Valencia: Centro Reina Sofía para el estudio de la violencia. Disponible en:
<http://www.subsecar.cl/Estudios/CentroReinaSofia.pdf> [Consultado 14/03/2011]
- Valencia, A. J. y Palacio, M. C. (1999). *Historia de la violencia de género. Nuevos escenarios de la violencia contra la mujer*. Colombia. Disponible en:
<http://www.umanizales.edu.co/programs/psicologia/Perspectivas/REVISTA%202/nuevosescenariosnuevosmaquillajes.pdf>.
Revisado el 07/10/2010.

BIBLIOGRÁFICA

LOS INFORMATIVOS DIARIOS EN BBC Y TVE

María Teresa Cuadros Palomares
(Universidad de Sevilla, España)

IC – Revista Científica de
Información y Comunicación
2011, 8, pp. 141 - 144

Jéssica Retis, María Lamuedra y Agustín García Matilla (eds.) (2011). *Los informativos diarios en BBC y TVE*. Madrid: Ediciones de la Torre.

Las cadenas de televisión pública BBC y TVE, ya desde su origen, muestran diferencias fundamentales. La inglesa nació en plena democracia con el objetivo de informar, formar y entretener desde una óptica diferente de la del Gobierno en el poder y en la oposición. Además, con el paso del tiempo ha conseguido convertirse en una de las cadenas más influyentes a nivel internacional y mejor valorada por el público. Por el contrario, TVE nació y vivió durante veinte años en plena Dictadura Franquista, con el objetivo también de informar, formar y entretener, pero desde la perspectiva del poder. Esta última idea ha condicionado las dinámicas de RTVE durante la mayor parte de la democracia, o al menos hasta la reforma iniciada en el año 2006 por el gobierno socialista.

El objetivo de *Los informativos diarios en BBC y TVE* es ofrecer un análisis de los discursos de los trabajadores y las opiniones de los receptores de ambas cadenas, acerca del ejercicio de servicio público que ejercen las dos televisiones. Para ello, el objeto de estudio ha sido los informativos diarios, puesto que en ellos es posible percibir si la idea de televisión pública que tienen los telespectadores coincide con la de los profesionales de los Servicios Informativos.

Los contextos en los que estas cadenas surgieron, han influido en su desarrollo y en su modo de ejercer el periodismo. Como se comentaba, el momento en el que aparece TVE y su posterior uso, ha provocado que sobre ella siempre esté presente la sombra de la manipulación. Esta falta de credibilidad histórica que muchos espectadores le atribuyen a la cadena, se ha intentado contrarrestar con el trabajo de muchos profesionales y con la creación de un 'Comité de Sabios' independiente. La idea de su creación surgió durante la campaña electoral de 2004, cuando el líder socialista, José Luis Rodríguez Zapatero, se comprometía a no utilizar la televisión pública con fines partidistas. Con ello, pretendía mejorar la imagen de la RTVE y romper con la tendencia que hasta ahora la había caracterizado.

Por ello, nada más acceder al poder convocó un 'Comité de Sabios' independiente para que elaborasen un informe sobre la reforma de los medios de comunicación estatales. Entre las propuestas que se citaban en el mencionado informe destacaba el procedimiento de designación del Director General de RTVE. Para evitar la intervención directa del Gobierno en el proceso de selección, éste no lo elegiría sino que, resultaría de la votación del Parlamento.

Por su parte, la BBC posee una sólida estructura de empresa de servicio público que cuenta con un reconocimiento social generalizado, por lo que los británicos se sienten satisfechos de financiar su televisión pública, a través del canon. Para los periodistas que trabajan en ella, esto influye notablemente sobre su trabajo, ya que los espectadores tienen derechos sobre la programación de la cadena. De ahí que se pretenda acercar a los espectadores los contenidos informativos que puedan ser de su interés o se busque el equilibrio entre lo importante para la audiencia y aquello que no van a encontrar en otros canales. De manera que aunque no renuncia al liderazgo, sí lo hacen a la comercialización excesiva de sus contenidos.

A diferencia de la BBC, TVE hasta hace unos años poseía una financiación mixta; esto es, su capital procedía de los Presupuestos Generales del Estado y de sus ingresos por publicidad. Esto ha obligado a la cadena española y a sus profesionales a ser esclavos de los resultados de la competencia y la audiencia. Es por ello que durante décadas ha combinado una programación de servicio público basada en el coste beneficio. Esta diferencia entre las dos cadenas estatales ha provocado que la programación de la BBC se haya aproximado más a la idea de servicio público que la de TVE. Mientras que la primera está más sometida a los intereses de sus espectadores y es más independiente, la segunda se ha visto también obligada a producir programas rentables capaces de competir con la programación del resto de cadenas. No obstante, esta dependencia de entidades externas, por cuestiones de rentabilidad, desaparece cuando el Gobierno socialista aprueba una ley con la que se suprime la publicidad en TVE. De este modo, la cadena pública deja de estar sometida a estos parámetros para centrarse en las inquietudes y necesidades de su público.

Conocer lo que la audiencia de estas cadenas quiere no es un proceso sencillo; por ello, la BBC se esfuerza en aplicar técnicas que le permitan averiguar y canalizar las preocupaciones de los ciudadanos. Así, puede ofrecer una información de mayor calidad y de servicio público. Por el contrario, los profesionales de TVE apenas tienen referencias de su audiencia. Esto no implica que los periodistas no estén concienciados de la labor de servicio público de la cadena, sino que no disponen de un cauce de relación o de conocimiento directo que les proporcione la opinión de la ciudadanía.

El lugar que la televisión pública española ocupa entre sus receptores depende de sus estructura o clase. Para los ciudadanos de clase media baja su función es simplemente informar; sin embargo, para las clases medias y altas se relaciona más con los géneros culturales que con los informativos. Los jóvenes con algún tipo de formación, la relacionan con conceptos como la imparcialidad, el pluralismo o la presencia de contenidos cercanos y sociales. Por el contrario, señalan como incompatibles del servicio público el sensacionalismo, el exceso de sangre, la violencia, el entretenimiento o la politización temática. Aunque ningún grupo considera que TVE reúne estos requisitos al 100%, sí creen que están más próximos a alcanzarlos que otras cadenas.

La mayoría de los espectadores entrevistados de la BBC consideran que esta cadena cumple con la función de servicio público, ya que ofrece programas para todos los públicos y se interesa por los temas que preocupan a la gente. Es decir, consideran que es una buena institución, imparcial y con buena reputación. Un pequeño porcentaje piensa que no cumple mejor servicio que otras cadenas o que se ha vuelto sensacionalista o superficial. Estos últimos no creen que esto sea exclusivo de la BBC, sino algo que afecta a todas las cadenas de televisión en general, puesto que no son capaces de cumplir este servicio.

Según los telespectadores de los informativos de TVE, se diferencian del resto de telediarios por su amplitud, sobriedad, oficialidad y claridad en las explicaciones. No obstante, critican que se le preste tanta atención a las cuestiones políticas, al periodismo de declaraciones y la repetición de temas a lo largo del día. De hecho, los propios profesionales consideran que los informativos de la cadena española son bastante institucionales.

En otro sentido, la BBC está modificando su modelo informativo. De modo que, las noticias ya no se dirigen a un público generalista sino que la información se elabora pensando en un público diferente y para ser emitido por distintos canales. Para ello, y con el objetivo de alcanzar el equilibrio entre todos los públicos, son amenos y no sólo ofrecen información política o de guerra. Para conseguir algo similar en la RTVE, se ha sugerido establecer una alianza con la ciudadanía y la sociedad civil, a través del Derecho de Acceso de los colectivos sociales a los medios de titularidad pública. Según se recoge en la web de RTVE, su objetivo es que «(las organizaciones, asociaciones y entidades con derecho a tener presencia en los programas e informativos de TVE y RNE puedan ejercerlo y presentar eventuales reclamaciones)». No obstante, la cadena pública no está promocionando este derecho de una manera activa.

Entre los aspectos positivos que destaca la audiencia de la cadena británica figuran el buen periodismo, los programas de calidad, el estilo, la forma de ofrecer las noticias, la credibilidad y la confianza. Los británicos, además, aseguran que la ven por su horario y por tradición familiar. Por el contrario, critican el tratamiento informativo de conflictos como la Guerra de

Irak o el calentamiento global, y que siempre se centren en los mismos países al tiempo que echan de menos una mayor diversidad de temas. En estos casos, consideran que no son del todo veraces y que ocultan información relevante.

Por su parte, el discurso sobre televisión pública de los profesionales de las dos cadenas coincide en señalar la centralidad de la independencia, la equidistancia y la imparcialidad. Los profesionales de la BBC incluyen estos conceptos en la cultura de la cadena y deben cumplir con ellos por contrato. Además, son muy conscientes del canon que pagan los ciudadanos y como eso les obliga a ser transparentes, didácticos y buscar la presencia del público en sus informaciones. Sin embargo, para los españoles es una aspiración que pretenden cumplir junto a su deber de informar y ejercer como servicio público de forma veraz. Por ello, poseen como modelo de referencia a la BBC: «es un gran monstruo, tanto en información como en entretenimiento como en programación de calidad, es un poco el referente de todos en el sentido de calidad y rigor. Es a lo que aspiramos», afirma el director de informativos de TVE.

Los profesionales de las dos cadenas consideran que para luchar en contra del partidismo es necesario realizar programas rigurosos e independientes. Es más, en los dos casos se señala que para la selección de la agenda temática es necesario tener en cuenta que se trata de cadenas destinadas al servicio público. En este sentido, los redactores de TVE consideran que esta responsabilidad, por la información política y gubernamental, ha provocado que en algunas ocasiones noticias relevantes de cultura se hayan quedado fuera del informativo.

Como se ha comprobado, la BBC y TVE ofrecen dos modelos de televisión pública muy diferentes. Aunque la imparcialidad o la rigurosidad informativa sea una de sus principales premisas, cada una la desarrolla de un modo diferente. Son conscientes de que tienen una audiencia que las sigue y que espera de ellas que cumplan con su labor de servicio público y de calidad; sin embargo, su forma de llegar a ella responde a unos parámetros que vienen marcados por sus años de historia y que en ocasiones no responde a la voluntad de sus profesionales. La búsqueda de la excelencia informativa no se debería basar en simples anotaciones, sino en un intento por llegar a todos del modo más universal posible. Sólo así se cumplirá la verdadera misión de los medios de comunicación: formar e informar a unos ciudadanos que viven en democracia.

LAS ENSEÑANZAS DEL CONTEMPORÁNEO PERPETUO

Jesús Cruz Álvarez
(Universidad de Sevilla, España)

IC – Revista Científica de
Información y Comunicación
2011, 8, pp. 145 - 147

Gabilondo, I. (2011). *El fin de una época*. Barcelona: Barril & Barral.

La carrera profesional de Iñaki Gabilondo, veterano periodista sosegado en las formas aunque ávido en la disección cotidiana de la realidad, legítima en todo su sentido el tradicional epíteto que lo califica como 'un hombre de su tiempo'. Testigo en su juventud de las reivindicaciones del Mayo francés y de la indignación ciudadana ante la Guerra de Vietnam, Gabilondo maduró su pasión por el periodismo al calor de un tiempo histórico que se abría, con sus infinitas posibilidades y dudas consustanciales, en un país donde la democracia desterraba los años silenciosos de la dictadura.

La constitución de una esfera pública real, de un verdadero debate social, requería de las voces optimistas y confiadas de una nueva generación de profesionales adaptados a las exigencias de la época. La pervivencia del sistema, que daba sus primeros pasos sobrellevando las rémoras del pasado, dependía directamente de la responsabilidad y el compromiso de los periodistas que, como Gabilondo, construían día a día la identidad de un país en plena renovación. Una etapa frenética y apasionante que se fue difuminando a medida que la rutina democrática se asentaba entre una ciudadanía paulatinamente más anquilosada.

La actualidad nos remite, no obstante, a ese tiempo como un ciclo en extinción, un pasado ajeno a las nuevas reglas del juego impuestas en todos los ámbitos de la sociedad, incluido el periodismo. Curiosamente, este punto y final en la forma de hacer y narrar los hechos, ha coincidido con la consumación, quizás apresurada, de la labor profesional del propio Gabilondo, dotando de aún más argumentos a su papel capital y contemporáneo en el oficio. No es, pues, casualidad que su último libro se presente bajo el título de *El fin de una época*. Tal y como expresa en sus páginas, «al morir un tiempo periodístico histórico, ha llegado el momento de que yo muera con él, dada mi condición de contemporáneo perpetuo»).

La polarización empresarial de los medios de comunicación, ahora insertos en grandes conglomerados multimedia, ha propiciado la estandarización de la información como un producto más en el gigantesco

mercado globalizado de la oferta y la demanda, donde el periodista queda a merced de los intereses comerciales y políticos de su medio. Sólo así puede entenderse el bagaje emprendido en los últimos años por Iñaki Gabilondo, quien, tras el abandono del medio radiofónico en el que se forjó como periodista durante décadas, haya pasado de presentar los informativos de la cadena de televisión *Cuatro* y posteriormente el espacio de análisis político de *CNN+*, a quedarse sin tribuna después del cierre de esta última cadena (y su grotesca sustitución por un canal 24 horas de *Gran Hermano*) como consecuencia del desembarco del grupo italiano Mediaset (propiedad del primer ministro Silvio Berlusconi) en el grupo PRISA.

Este vaivén generalizado en la propiedad de los medios de comunicación, además de provocar la confusión entre el público, deja al periodista en una situación de incertidumbre constante, como marionetas en un juego de intereses encubiertos y servilismos políticos. Gabilondo se ha retirado en el preciso instante en el que su libertad profesional quedaba en entredicho, pues su edad y posición social se lo permitía; sin embargo, el periodista vasco advierte sobre la precaria posición que ocupan cientos de profesionales en las redacciones de periódicos y cadenas locales o regionales, sometidos a la censura directa o a la autocensura a la que su propia conciencia, ante la sombra de las represalias, les induce.

Y es que existe un desequilibrio abismal entre la empresa y la redacción, donde por cada puesto concurren en competición cientos de candidatos en busca de un futuro que el mercado, incapaz de absorber la demanda, les niega. Los becarios, por tanto, se erigen como el recurso idóneo para rentabilizar el negocio periodístico, axioma irrenunciable de los nuevos tiempos según Gabilondo. El periodismo ha desterrado los códigos deontológicos de la profesión (el respeto, la honestidad, la dignidad...) en favor de una carrera frenética por la productividad, olvidando ese sencillo placer de descubrir las cosas y saber contarlas, llegar al camino de la noticia mediante las cuatro ces que postula Gabilondo con su inestimable capacidad didáctica: conocer, confirmar, comprender y contar.

La información, al fin, «no es conocimiento, es sólo la primera llave, la puerta que conduce al conocer». El periodista, así pues, debe huir de los protagonismos y de las certezas absolutas en torno a la verdad que usurpan su verdadero rol como enlace entre la realidad y la ciudadanía. Gabilondo ha padecido como nadie los personalismos, tanto los de aquellos que se cobijan tras el micrófono o la dirección de un periódico para verter todo su odio; como el suyo propio, en virtud del cual sus enemigos no han dudado en desacreditarlo como voz legítima e independiente. Sin embargo, el periodista donostiarra (casi) siempre ha sabido mantener esa prudente distancia a la que denomina del 'puercoespín', lejos de la contaminación de las relaciones entre políticos y profesionales de la información, con el objeto de que su labor

diaria sea un ejercicio de vigilancia constante y de contacto directo con la realidad en lugar de un mero reflejo de los intereses de terceros.

Iñaki Gabilondo desgrana en su libro un panorama periodístico complejo, intrincado en su estructura multidimensional, depauperado por la mercantilización de la información; aunque sobre el que arroja una visión esperanzada en la pervivencia de los valores intrínsecos e ineludibles del periodista. «Esos valores no son perecederos ni morirán arrastrados por las nuevas mareas. Lo que está muriendo es un modelo de negocio que forzará el nacimiento de otro. Pero ningún nuevo negocio podrá orillar el periodismo de referencia»). Un periodismo al servicio de la calidad y el compromiso con la ciudadanía que ignore las mutaciones circunstanciales de propiedad u orientación de los medios. Un periodismo, al fin, que aporte un poco de cordura a un mundo tan irracional como apasionante.

El periodista de toda una época se marcha de la tribuna pública, sin embargo, sus postulados y saberes permanecerán imperturbables al devenir del tiempo como esa necesaria guía para aquellos que contarán las cosas de esta nueva etapa.

UNA LECTURA IMPRESCINDIBLE

Juan Luis Manfredi Sánchez
(Universidad de Castilla-La Mancha, España)

IC – Revista Científica de
Información y Comunicación
2011, 8, pp. 148 - 150

Alzaga, P. (2011). *La palabra escrita*. Zaragoza: Asociación de Periodistas de Aragón y congreso de Periodismo Digital.

El presente volumen es la compilación de 36 entrevistas que el autor llevó a cabo para el diario ABC y publicadas inicialmente en el blog del mismo nombre (<http://lapalabraescrita.abc.es/>). Como explica Pedro de Alzaga en la introducción, el objetivo no era lamentarse del declive de la industria periodística y alimentar la idea de que ya no volverán los buenos tiempos, si no todo lo contrario. Se trataba de localizar a aquellos periodistas e iniciativas menos conocidas que están creando nuevas oportunidades para la supervivencia de la información convencional, lejos del ruido de las modas y los usos temporales de una u otra palabra comodín. Y lo ha conseguido. La diversidad de pareceres y perfiles (periodistas reconvertidos, emprendedores menores de 30 años, gente de la industria o profesores universitarios) estimula el debate y facilita la acumulación de ideas en torno a la crisis de la prensa.

El libro podría girar en torno a tres grandes ejes: el estudiante de periodismo, el profesor universitario y el profesional en activo. En el primer caso, la lectura del libro enumera una serie de retos y pistas que deben seguir quienes quieren dedicarse a esta profesión. Pablo Eisenberg, profesor de Georgetown, recuerda que para tener una visión de conjunto es necesario leer uno o varios diarios. No basta con leer sueltos o informaciones parciales escritas en redes sociales. Leer en profundidad ayuda a estructurar las ideas y a desenvolverse en el mundo que nos rodea lo que redundará en un mejor periodismo. En el plano práctico, varios de los entrevistados sugieren algunas ideas para los que todavía se están formando. Por un lado, la formación empresarial y conocimientos de marketing serán esenciales porque asistimos al declive de la empresa informativa convencional y al crecimiento sostenido de pequeñas organizaciones y profesionales autónomos que se hacen cargo de todos los pasos de la producción periodística. Por otro lado, el conocimiento de los usos y las posibilidades de la tecnología será obligatorio para quienes quieren dedicarse al periodismo. Alfred Hermida, profesor en la

Universidad British Columbia, concluye que asistimos a la consolidación de un periodismo envolvente, que alcanza su sentido cuando se reúnen las piezas fragmentadas en Twitter o en espacios similares. Hanson Hosein, profesor en la Universidad de Washington, explica bien ambas necesidades cuando indica que vivimos «una situación muy diferente a la de los periodistas del pasado, que sólo debían preocuparse de los asuntos editoriales. Ahora también deben preocuparse del negocio» (p.153). En todo caso, la recomendación de Amy Webb parece la más acertada, cuando apuesta «enseñarles a pensar, en lugar de hablarles de tecnologías que cambian muy rápidamente». Ésa es la cuestión de fondo: la innovación social basada el 90% en personas y el 10% en tecnologías.

Los profesores encuentran varios de los desafíos metodológicos y epistemológicos de la comunicación como ciencia social. El libro es una suerte de catálogos de preguntas para iniciar cualquier investigación. En relación con la misión del periodismo, casi todos los entrevistados comparten la idea de que la función informativa no está en crisis. Anthony Smith, autor de *Goodbye Gutenberg*, considera que «todavía necesitamos los periódicos para movilizar la opinión pública» (p. 190). Robert G. Picard, consultor de medios, recuerda que la noticia es un género informativo creado *ad hoc* para los medios del siglo XIX, y que ya no podemos pensar en el periódico como empresa, sino como soporte que se complementa con contenidos digitales o audiovisuales. En relación con los modelos de negocio, encontramos varias propuestas que tratan de redefinir la cadena de valor mediante la inclusión o el desarrollo de redes sociales en torno a la noticia y el periódico. *Circulate*, *Journalism Online* o *Viewpass* son casos concretos. Destaca, por su escasa presencia en español, la entrevista a Paul Steiger, fundador de *Propublica*. Este periodismo sin ánimo de lucro y financiado mediante donaciones filantrópicas es un ejemplo recurrente a lo largo del libro como modelo de periodismo sostenible e implicado en control y la vigilancia del gobierno, de las instituciones y de las corporaciones. Steiger, veterano de 69 años y ex editor jefe de *The Wall Street Journal*, lo tiene claro: «es una redacción imparcial y sin ánimo de lucro que hace periodismo de investigación de interés público» (p.226). Finalmente, el análisis estratégico de las compañías periodísticas es un relato literal del dilema del innovador. Como indican James Boyle (Duke University) o Joshua Benton (Harvard), los editores de periódicos han querido controlar el proceso y el canal, pero no se han atrevido a realizar experimentos dentro de las organizaciones, reinvertir beneficios en laboratorios de investigación, generar alianzas con nuevos actores o estimular la demanda en alianza con universidades, museos y otras instituciones análogas.

Por último, los profesionales deberían leer el libro para comprender qué ha sucedido en la industria en los últimos veinticinco años y cómo hemos llegado hasta aquí. David Simon, el creador de la serie televisiva *The Wire*, es muy crítico con los editores y los propietarios de los

diarios a quienes recrimina cierta miopía: «estaban tan concentrados en la publicidad que no pudieron ver el futuro». Considera que «(la industria de los periódicos se ha despreciado a sí misma y a su producto, e Internet ha reconocido ese desprecio y lo ha duplicado)». De su planteamiento se deduce que la red y los nuevos medios han acelerado el declive, pero no lo han causado. Hay sitio para la autocrítica en las palabras del profesor Picard, quien apunta al desdén de los periodistas por la administración de las empresas informativas como una irresponsabilidad. Al hacer dejación de funciones, se fijaron nuevos criterios estrictamente basados en el comportamiento empresarial, el rendimiento y la cuenta de resultados. El resultado ha sido desastroso.

La crisis económica ha acelerado la reconfiguración de las redacciones de periódicos mediante el recorte de presupuestos, el despido de periodistas veteranos y la reducción de temas propios. Esta amenaza interior, en palabras de Ron Steinman, ha dejado a los jóvenes periodistas sin mentores de quienes aprenden el oficio. Anthony Smith muestra el mismo pesar, quien se pregunta «quién va a entrenar a los periodistas y dónde quedarán las redacciones, los grandes jefes que seleccionaban periodistas, los entrenaban, les daban oportunidades y les criticaban hasta que se convertían en gigantes de la opinión» (p.190). Simon comparte la idea de que la redacción es un espacio para el diálogo en la medida que «promueve el buen periodismo, por medio de editores experimentados que pueden enfocar tu trabajo mejor de lo que haría un solo individuo, sino que también impide que alguien publique algo estúpido o malo» (p.233). Es lo que denomina una 'memoria institucional'.

No todo está perdido. Los profesionales no debemos obsesionarnos con el pasado, sino aprender de los errores y renovar la forma de hacer periodismo. Joshua Benton, director del *Nieman Journalism Lab* de la Universidad de Harvard, piensa que *Twitter* es una oportunidad para recuperar la confianza de los lectores y de la sociedad. Enumera hasta cuatro razones de peso: nos ayuda a ser mejores periodistas porque te conectas con la comunidad en la que trabajas, crea audiencias, facilita la promoción de las historias y mejora la capacidad de escritura. Como ésta, cada día aparecen nuevos elementos que pueden reforzar la misión del periodismo en sociedades democráticas. Está en nuestra mano recuperar el tiempo y el espacio en la esfera pública.

En síntesis, Pedro de Alzaga¹ ha completado una lectura obligada para los amantes del periodismo y, quizás, un clásico para los estudiantes.

¹ Por si no fuera suficiente, el periodista Pedro de Alzaga nos cuenta las técnicas para realizar una serie de entrevistas telefónicas en un idioma diferente al suyo materno con éxito. Descubrir cómo se ha hecho y comprobar que, en efecto, el resultado es apreciable merece una lectura.

REDES, CONOCIMIENTO Y PODER. PARA UNA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN

Tommaso Gravante
(Universidad de Sevilla, España)

IC – Revista Científica de
Información y Comunicación
2011, 8, pp. 151 - 153

Cristante, Stefano (2010). *Prima dei mass media. La costruzione sociale della comunicazione.* Milano: EGEA.

La mayor parte de las investigaciones en historia social de la comunicación consideran como periodo central de su análisis el fin del siglo XIX, una época en que la comunicación era ya ‘comunicación masiva’ gracias al desarrollo de los periódicos y de la comunicación eléctrica a través del telégrafo. Pero, sin duda, la construcción social de la comunicación es un proceso que comienza con los primeros pasos del hombre *sapiens* y que ha adquirido mayor complejidad en paralelo al desarrollo y uso de los medios de comunicación.

En *Prima dei mass media*, el sociólogo italiano Stefano Cristante hace un recorrido por la historia de la humanidad desde los poemas de Homero a los Evangelios, desde los movimientos monásticos de la Edad Media a las estrategias de comunicación adoptadas por Federico II, desde el teatro elisabetiano a las oraciones de los diputados franceses durante la revolución. Cristante vuelve a las etapas fundamentales de la historia de Occidente hasta al descubrimiento de la electricidad, tecnología que transformará de forma definitiva los medios de comunicación en masivos. El estudio histórico de la comunicación de todas estas etapas hace que Cristante señale que la comunicación tiene un sentido estratégico. Por ello, el autor se pregunta en cada etapa: ¿Qué relaciones establecen los sujetos alfabetizados mediáticamente? ¿Qué sectores de la sociedad han sido afectados por el uso de las diferentes tecnologías de la comunicación? Y finalmente: ¿A través de qué prácticas sociales se ha puesto en común el conocimiento mediático?

La segunda cuestión conceptual que aborda el sociólogo es la construcción del conocimiento: ¿Cómo han contribuido los medios de comunicación a la acumulación del conocimiento humano? El autor se centra en la escritura, pero también trata las obras de arte, capaces de transmitir energías comunicativas. Finalmente, Stefano Cristante se pregunta cómo los

medios de comunicación en las diferentes sociedades de la historia, han sido utilizados tanto para organizar como para gobernar.

Tres han sido las principales dimensiones teóricas sobre las que el sociólogo italiano ha fundamentado su trabajo histórico: la *creación de redes socio-comunicativas*, la *construcción del conocimiento* y el *ejercicio del poder*. A lo largo de toda la obra se juxtaponen estas dimensiones con los elementos más relevantes de la civilización occidental. En la *creación de redes* el autor destaca que las interacciones se crean básicamente entres sujetos que están interesados en compartir significados. Este fue el caso, por ejemplo, durante el proceso de desarrollo de redes comerciales en Siria y en Mesopotamia en el siglo VII, que se juxtapusieron a la difusión del Corán. Las redes nacen y se desarrollan entres realidades que comparten un sistema de significación común, de modo que la creación de redes puede ser utilizada al mismo tiempo tanto para incluir como para excluir a los sujetos que se encuentran el mismo ámbito de interacción.

En la segunda dimensión teórica, la *construcción del conocimiento*, la referencia más importante es la técnica de la escritura, sobre todo la alfabética, capaz de oponerse al frágil mundo de los conocimientos orales, y capaz de transformarse en una plataforma permanente para todo tipo de conocimiento, superando los límites del espacio y del tiempo. Sin embargo, el sociólogo italiano, además de considerar la construcción tecno-científica del conocimiento, en su propuesta analítica integra 'medios' que han sido determinantes en la expansión del conocimiento y que se caracterizan por sus aspectos culturales. Por ejemplo la presencia social de las obras de arte, basadas en un lenguaje con una alta capacidad de penetración colectiva, y fundamentales para el desarrollo de una estética colectiva. También es el caso del surgimiento de las universidades en la Edad Media, que utilizaron las plataformas comunicativas existentes para concentrar los conocimientos considerados importantes en la época y, que contribuyeron a la adaptación de los medios de comunicación existentes (como por ejemplo el libro manuscrito) a las nuevas exigencias del nuevo público: los estudiantes.

La última dimensión teórica, el *ejercicio del poder*, que Stefano Cristante propone en su último libro, refleja de forma madura su trayectoria de investigación sobre la relación entre los medios de comunicación y el poder, y que desarrolla desde hace más de dos décadas en Italia. ¿Cómo - se pregunta el sociólogo- los medios de comunicación desde su invención han sido utilizados tanto para organizar, como para gobernar y controlar las sociedades? Sin duda un elemento que ha sido afectado por el continuo desarrollo de los *media* ha sido el espacio urbano, la polis. Los imperios de la antigüedad, especialmente el imperio romano, planearon y realizaron grandes infraestructuras de comunicación y, gracias a la tecnología alfabética -la escritura- un inmenso territorio podía comunicarse con su interior y ser gobernado, y también incluir (y excluir) del poder los diferentes grupos sociales. El sistema mediático del correo permitió, también,

que la iglesia católica resistiera las últimas invasiones de los bárbaros y poder seguir en pie como punto firme de la autoridad occidental; ejemplo de ello es el Papa Gregorio Magno, que hizo de la escritura epistolar un medio de desarrollo del poder religioso. Sin embargo, la enorme cantidad de comunicación artística producida por los grandes eventos culturales del Renacimiento indica que las imágenes y los escenarios se convirtieron en la representación del poder de las familias dominantes. Y en la misma línea, tampoco sorprenden las exhibiciones de poder de Federico II de Suecia, que protegía con fervor casi religioso los poetas de la escuela de Sicilia.

Estos son solamente algunos recorridos que hace el autor, y que tiene el merito de adoptar una mirada multidisciplinar. Estamos de acuerdo con el sociólogo italiano de la comunicación en que un análisis de la comunicación que abarca varios procesos históricos, no puede considerar sólo los artefactos técnicos, sino que ha de incorporar otras perspectivas y objetos de estudio: la historia del arte y de la cultura, la historia social, la historia de las tecnologías, la historia económica y política, y también la historia de la literatura. Por ejemplo, para identificar el carácter comunicativo de la *Divina Comedia* es necesario cruzar la obra literaria con las ideas de la época. Ello implica que el análisis abarque tanto a la obra como a su autor, y que busque la eventual incidencia de la obra tanto en términos de difusión y de penetración en el imaginario colectivo, como de sedimentación de las ideas poéticas, religiosas y políticas del autor en los diferentes públicos de su época. Por esos motivos es importante investigar las relaciones entre los eventos históricos y en cómo los actores sociales comunicaban, hablaban, actuaban y comentaban las obras de arte de su contexto histórico, o de cómo aceptaban y se rebelaban a una estructura (comunicativa) de dominio. Compartimos esta metodología analítica inclusiva que incorpora al análisis de los procesos de comunicación y de sus transformaciones esas *otras* miradas que componen nuestra sociedad.

REVISTA IC

Presentación

IC - INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (ISSN: 1696-2508; E-ISSN: 2173-1071) es una publicación electrónica y en papel que aborda temáticas derivadas de la información, la comunicación y la cultura desde aproximaciones inter y transdisciplinares, heterogéneas, heterodoxas y fundamentalmente críticas, ya que tanto su consejo editorial como su equipo de redacción están activamente comprometidos con el cambio social, la emancipación de la ciudadanía, la protección del medio ambiente y la cultura de paz. Vinculada al Departamento de Periodismo 1 de la Universidad de Sevilla, IC se constituye como foro mundial para el debate de resultados de la investigación y reflexión de académicos y pensadores consolidados y de reconocido prestigio, junto a la producción de nuevas perspectivas por parte de investigadores que comienzan o prosiguen su andadura en los estudios de información, comunicación y cultura, y plantean inquietudes epistemológicas y teóricas más allá de la mera percepción tecnística o profesional del mundo comunicativo.

Editada por el Departamento de Periodismo 1 y el Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla, IC es un anuario abierto a la aportación de múltiples campos de conocimiento que converjan en el interés por la comunicación desde posiciones filosóficas, antropológicas, sociológicas, éticas, políticas, históricas, o tomando un “catálogo” más flexible, desde la ópticas de los estudios culturales y poscoloniales, la economía política, los estudios de género, los women’s studies, las ciencias cognitivas o los estudios visuales, por citar algunas configuraciones transdisciplinares más recientes, que no ceden en el rigor de la obtención de resultados de investigación respecto a las disciplinas más convencionales y positivistas.

Secciones

Claves

Sección dedicada al análisis de temas o líneas de investigación estratégicas del campo de la información y la comunicación con vocación innovadora y transversal, abordando teórica y epistemológicamente las claves fundamentales de la investigación comunicológica. Los artículos presentados en “Claves” suelen ser seleccionados por el comité editorial de la revista; siendo, de esta forma, la única excepción del sistema de evaluación de IC.

Selecta

Incluye aquellos trabajos que tratan de dar cuenta de los estudios y avances científicos especializados, dirigidos por expertos en las diversas áreas de investigación en comunicación. Esta sección está pensada también para el descubrimiento de nuevos valores y, en ocasiones, alberga monográficos dedicados a temas de especial interés.

Bibliográfica

Sección dedicada al comentario y la discusión de fuentes de interés para la investigación en comunicación. No es, por lo tanto, una sección dedicada exclusivamente al comentario crítico de novedades editoriales, sino también a la “recuperación” de un clásico o la puesta en valor de otras fuentes como revistas académicas, bases de datos, museos, portales de Internet, etc..

NORMAS DE PUBLICACIÓN Y PROCESO DE EVALUACIÓN DE ORIGINALES

Los trabajos enviados a IC deberán seguir las normas de estilo de la APA (American Psychological Association). En la página web de IC (www.ic-journal.org) los autores podrán encontrar una guía de estilo detallada (en la sección “Normas de publicación”).

Información a los autores interesados en colaborar con IC

Sin que las siguientes líneas supongan la exclusión de propuestas diversas para los autores interesados en colaborar en nuestro proyecto, IC ha privilegiado, desde su puesta en marcha en 2003, ciertas aproximaciones a la información, la comunicación y la cultura; a saber:

- Epistemología de la comunicación.
- Teorías de la información y la comunicación orientadas al cambio social.
- Historia social de la comunicación.
- Reflexión en torno a la “cultura popular mediática” y análisis del discurso asociado.
- Cultura de los Medios Digitales.

Los artículos presentados a IC deben ser originales (al menos no pueden haberse publicado en el idioma en que se presentan). IC considera, para su publicación, trabajos presentados en español o inglés. Sólo en casos excepcionales, evaluados por el consejo editorial, se podrán publicar textos en otro idioma.

La evaluación de las propuestas recibidas por IC es ciega y doble, realizada por revisores de contrastada competencia en el contenido del texto evaluado y garantizando en todo momento el anonimato en la revisión de los manuscritos. En caso de divergencias entre los evaluadores, se recurrirá a un tercero o, excepcionalmente, será el comité editorial quien tome la decisión de un determinado trabajo.

IC envía un informe a los autores, en el que se detallan las razones de la decisión tomada por los evaluadores (aceptación, rechazo o aceptación condicionada a la realización de determinadas modificaciones). Como norma general, dicho informe se envía en un plazo máximo de dos meses a partir del momento en que IC confirma al autor la recepción de su manuscrito.

IC se publica, anualmente, en el mes de diciembre.

El plazo de recepción de originales está siempre abierto. No obstante, la fecha límite para la entrega de manuscritos con vistas a ser publicados en el número del año en curso es el 15 de junio, a no ser que se indique lo contrario en la página (en la sección “próximo número”). Los originales se enviarán, en formato “Word” u “odt” a la dirección: info@ic-journal.org

Los contenidos publicados en IC, lo son bajo licencia “CC BY-NC-ND 3.0” Creative Commons. Para una mayor información sobre este aspecto, véase: <http://creativecommons.org/>

Los trabajos enviados a IC deberán seguir las normas de estilo de la APA (American Psychological Association). En la página web de IC (www.ic-journal.org) los autores podrán encontrar una guía de estilo detallada dentro de la sección “Normas de publicación”.

