



**SEMESTRE I 2019**  
**Número 16**

**Communication Papers**  
Media Literacy & Gender Studies

## **La representación mediática**

Carme Echazarreta Soler (Editora), Zakaria Charia y Zoubair Acharki (Co-editores núm. 16)  
Núria Puig Borràs (Coord. Editorial), Tourmader Chakour, Víctor Grande-López,  
José Luis Rojas Torrijos, Miguel Ángel Jimeno López, Frederic Pahisa Fontanals,  
Noura El Fassi El Halfaoui, Celia Gómez Villan, Beatriz González de Garay Domínguez,  
Maria Marcos Ramos, Yanelis Martínez González, Houda Berkani, Adel Fartakh,  
Zakaria Charia, Abdellatif Ghailani

**VOLUMEN VIII · Número 16 · Año 2019 ·**  
**ISSN 2014-6752 Revista bianual**  
[www.comunicationpapers.com](http://www.comunicationpapers.com)

**EDITORA** Carmen Echazarreta Soler  
**CO-EDITORES num. 16** Zakaria Charia y Zoubair Acharki  
**COORD. EDITORIAL Y CIENTÍFICA** Núria Puig Borràs  
**Asesoría lingüística en árabe:** Lamiae El Hindaz

## COMITÉ CIENTÍFICO

Dr. Abderrahman el Fathi  
Dr. Agustín Gómez  
Dr. Alejandro Álvarez Nobell  
Dra. Amparo Huertas Bailén  
Dra. Amparo Moreno Sardà  
Dra. Andrea Oliveira  
Dra. Ana Teresa Fernandes Peixinho  
Dr. Antoni Sellas  
Dra. Begoña Gutiérrez San Miguel  
Dra. Belén Puebla Martínez  
Dra. Caridad Hernández Martínez  
Dr. Carlos Alberto Scolari  
Dr. Carlos Camponez  
Dra. Carme Ferré Pàvia  
Dra. Celia Andreu Sánchez  
Dra. Celia Romea Castro  
Dra. Charo de Mateo Pérez  
Dra. Concha Mateos Martín  
Dr. Elías Machado Gonçalves  
Dra. Eva Pujadas Capdevila  
Dr. Felip Vidal Auladell  
Dr. Hugo Méndez Fierros  
Dra. Isabel de Salas Nestares  
Dr. Josep Àngel Guimerà  
Dra. Anna Fajula  
Dr. Jorge Gallardo Camacho  
Dr. Jorge Gabriel Henriques  
Dr. José Carlos Costa Santos Camponez  
Dr. José Luis Terron  
Dr. Jorge Gallardo Camacho  
Dr. Jorge Gabriel Henriques  
Dr. José Antonio García del Castillo Rodríguez

Dr. Jorge Lozano Hernández  
Dr. José Antonio del Castillo Rodríguez  
Dr. José Antonio González Esteban  
Dr. José Ignacio Aguaded-Gómez  
Dr. José Luis Piñuel Raigada  
Dr. José Manuel de Pablos  
Dr. Joan Sabatè Picasó  
Dr. Juan Benavides Delgado  
Dra. Laura Bergés Saura  
Dra. Lucía Benítez Eyzaguirre  
Dra. Ma Carmen Fonseca Mora  
Dra. Ma Luisa Humanes Humanes  
Dra. Ma Luisa Pérez Cabani  
Dra. María Gabino Campos  
Mtra. Maricela López Ornelas  
Dr. Mateu Sbert Casasayas  
Dr. Moisés de Lemos Martins  
Dra. Nekane Parejo  
Dra. Núria Puig Borràs  
Dra. Núria Simelio Sola  
Dr. Pedro Manuel Molina Rodríguez-Navas  
Dr. Peter Philips  
Ddo. Sergio Cruz Hernández  
Dra. Sílvia Aulet  
Dra. Tatiana Hidalgo Marí  
Dra. Teresa Gema Martín Casado  
Dra. Victoria Camps Cervera  
Dra. Victoria Tur Viñes  
Dr. Xosé Soengas Fernández  
Dr. Zakaria Charia  
Dr. Zoubair Acharki

Carmen Echazarreta Soler (Editora), Zakaria Charia y Zoubair Acharki (Co-editores número 16), Núria Puig Borràs, (Coordinación editorial y científica) Tourmader Chakour, Víctor Grande-López, José Luis Rojas Torrijos, Miguel Ángel Jimeno López, Frederic Pahisa Fontanals, Noura El Fassi El Halfaoui, Celia Gómez Villan, Beatriz González de Garay Domínguez, Maria Marcos Ramos, Yanelis Martínez González, Houda Berkani, Adel Fartakh, Zakaria Charia, Abdellatif Ghailani

## Communication Papers. Media Literacy and Gender Studies.



ISSN 2014 – 6752 Girona. Edición I Julio 2019. **Universitat de Girona**

Palabras clave: comunicación, periodismo, publicidad, relaciones públicas, medios de comunicación de masas, redes sociales, tecnología, educación, aprendizaje y comunicación, acceso abierto, representación mediática, prensa.



# ÍNDICE

## EDITORIAL

Carmen Echazarreta

## ARTÍCULOS

- El poder social de la lengua. Acercamiento desde el análisis crítico del discurso. 7  
Tourmader Chakour
- La hipersexualización femenina en los medios de comunicación como escaparate de belleza y éxito 21  
Víctor Grande-López
- La presencia de las mujeres deportistas en la prensa regional en España. Un análisis de la fotografía de portada. 33  
José Luis Rojas Torrijos y Miguel Ángel Jimeno López
- La reproducció de la sentència de “la manada” en el telenotícies i el telediario. Una anàlisi comparada guiada per la teoria del framing 49  
Frederic Pahisa Fontanals
- La insuficiencia informativa en la cobertura occidental de las noticias africanas 69  
Noura El Fassi El Halfaoui
- Los personajes femeninos en Entre visillos (TVE 1, 1974) 77  
Celia Gómez Villan, Beatriz González de Garay Domínguez,  
María Marcos Ramos
- La representación mediática de la creación cultural cubana: el caso de OnCuba. 93  
Yanelis Martínez González
- Análisis crítico del discurso: el tema del Sahara Occidental en la prensa escrita como modelo. 109  
Houda Berkani



## ENSAYOS

El decisivo papel de los medios de comunicación españoles en el éxito de la transición democrática española 126

Adel Fartakh

El discurso colonial durante la Guerra de África, el periódico *El Clamor Público* como ejemplo 132

Zakaria Charia

Estrategias lingüístico discursivas de los partidos xenófobos europeos 143

Abdellatif Ghailani

## REVIEWS

Volver a Tetuán de Abderrahman El Fathi 153

Zakaria Charia



## EDITORIAL Carme Echazarreta Soler

La representación de la otra realidad y de la diferencia en los distintos relatos que surcan nuestro ecosistema puede adquirir muchas formas y transmitir múltiples significados que, por regla general, refuerzan la propia identidad. Pues la tendencia al etnocentrismo que, en cierto modo, es un elemento imprescindible y constitutivo de la identidad de grupo, resulta fundamental para distinguirse del resto. Esta mirada que distorsiona la percepción y el conocimiento de la alteridad tiende a favorecer al propio grupo y, en consecuencia, atribuye siempre un valor negativo al otro. El prejuicio y el estereotipo son los elementos con los que se discrimina, están presentes en casi todas las culturas, y son el resultado del propio interés por expresar la superioridad sobre los demás, en ocasiones, con la pretensión de imponer valores y esquemas culturales propios.

Asimismo, hay que destacar el poder hegemónico actual de la imagen en las representaciones mediáticas que transitan por los sitios de la red, en la televisión, en las películas, en la información, inclusive en los libros, y, por consiguiente, su papel decisivo en la construcción del pensamiento, de las ideas, de las ideologías.

A partir de estos mimbres, surge el número 16 de Communication Papers, en coordinación con el Dr. Pr. CHARIA Zakaria de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas de la Universidad Abdelmalek Essaâdi de Tetuán. Como ya indicamos en el call for papers publicado, la presente edición está destinada a promover una mirada objetiva e inclusiva sobre la diversidad, con el compromiso de colaborar a la difusión de las investigaciones que se están llevando a cabo en este ámbito, cada vez más necesitado de iniciativas que contribuyan a su visibilidad.

Sobre el tratamiento del papel social de las mujeres en el discurso mediático versan los estudios de Víctor Grande-López en *La hipersexualización femenina en los medios de comunicación como escaparate de belleza y éxito*, y de José Luis Rojas Torrijos y Miguel Ángel Jimeno López en *La presencia de las mujeres deportistas en la prensa regional en España. Un análisis de la fotografía de portada*. Ambos aportan resultados ciertamente interesantes e, incluso, sorprendentes. Por su parte, las autoras Celia Gómez Villan, Beatriz González de Garay Domínguez y María Marcos Ramos nos descubren los entresijos de *Los personajes femeninos en Entre visillos (TVE 1, 1974)*, una adaptación de la carismática novela de Carmen Martín Gaité, que publicó en 1957.

Mención aparte merece el análisis sobre el caso de "La Manada" en el telenoticias i el telediaro, que ha realizado Frederic Pahisa Fontanals, cuya publicación es muy oportuna ateniendo a la reciente sentencia condenatoria del Tribunal Supremo a quince años de cárcel para cada uno de sus integrantes.

Al ámbito del periodismo escrito pertenecen las investigaciones *La insuficiencia informativa*

*en la cobertura occidental de las noticias africanas* de la profesora Noura El Fassi El Halfaoui; *Análisis crítico del discurso: el tema del Sahara Occidental en la prensa escrita como modelo* de la investigadora Houda BERKANI y *La representación mediática de la cultura cubana en la publicación estadounidense OnCuba entre el 17 de diciembre de 2014 y marzo de 2016* a cargo de la profesora Yanelis Martínez. Los tres estudios ofrecen perspectivas científicas acerca del tratamiento que realiza determinada prensa escrita sobre las comunidades foráneas a través del Análisis de Contenido.

Con respecto a *El poder social de la lengua desde el ACD*, la profesora Tourmader Chakour reflexiona y propone argumentos para el debate, muy pertinentes en el momento actual.

Tres ensayos completan la publicación, con interesantes puntos de vista de sus autores también sobre los relatos periodísticos no exentos de ideología política. Estos son *El decisivo papel de los medios de comunicación españoles en el éxito de la transición democrática española* firmado por Adel Fartakh; *El discurso colonial durante la Guerra de África, el periódico "El Clamor Público" como ejemplo* suscrito por el profesor Zakaria Charia y *Estrategias lingüístico discursivas de los partidos xenófobos europeos* elaborado por Abdellatif Ghailani

Estamos convencidas que la presente publicación no les dejará indiferentes.

## El poder social de la lengua. Acercamiento desde el análisis crítico del discurso

### The social power of the language. Approach from the critical discourse analysis

**Autora:**

Dra. Toumader CHAKOUR

Url Orcid (<https://orcid.org/0000-0002-8217-9731>)

Profesora Titular. Centro de idiomas. Escuela Superior de Tecnología.  
Universidad Ibn Tofail de Kenitra. Marruecos. C.P. 242 Kenitra 14000,  
Marruecos, Tlf: +212670992973 Email: ctoumader@hotmail.com

#### Resumen

Estudio del poder social de la lengua a través del análisis de las estrategias y recursos lingüísticos utilizados en los medios de comunicación españoles a la hora de (rep)resentar el fenómeno migratorio en España. El objetivo es demostrar que la lengua desempeña un papel fundamental en la alimentación de prejuicios y estereotipos en la sociedad, condicionando los comportamientos y actitudes de los receptores. La metodología de análisis que seguiremos es la propia del Análisis Crítico del Discurso.

**Palabras clave:** "Análisis Crítico del Discurso; Poder social de la lengua; Inmigración; Medios de comunicación"

#### Abstract

Study of the social power of the language through the analysis of linguistic strategies and recourses used in the Spanish media at the time of (rep)resenting the migratory phenomenon in Spain. The objective is to demonstrate that the language plays a fundamental role in feeding prejudices and stereotypes in society, conditioning the behaviors and attitudes of the recipients. The methodology of analysis that we will follow is that of the Critical Discourse Analysis.

**Keywords:** "Critical Discourse Analysis; Social power of the language; Immigration; Media"

## Introducción

Todo mensaje que leemos, escuchamos o emitimos contiene de forma explícita o implícita una propuesta de sentido y valoración. A través del lenguaje, el emisor hace partícipe al receptor de todo lo que piensa, y comparte con él su propia experiencia del mundo, sus juicios, sus opiniones o valoraciones personales. Al emprender esta tarea, el hablante opta necesariamente por cualquiera de estos procedimientos: narrar, describir, argumentar, interpretar, enjuiciar, etc. (cfr. Igualada, 2002), en los que intervienen factores de diversa índole, como el conocimiento del mundo, la subjetividad, la ideología y las relaciones interpersonales.

Tanto el contenido del mensaje emitido como los efectos cognitivos del mismo ejercen una influencia importante sobre el pensamiento y la actitud de los receptores. Los recursos lingüísticos que utiliza el emisor son capaces de crear nuevas visiones y/o alimentar prejuicios y estereotipos acerca de varios fenómenos y conceptos, manipulando la forma de pensar de las sociedades. Este poder social de la lengua puede percibirse de forma aún más importante cuando su mensaje se difunde a través de los medios de comunicación, pues su efecto llega a una multitud de personas y condiciona sus actitudes y comportamientos.

El Análisis Crítico del Discurso (ACD) presupone esas relaciones entre discurso, poder y sociedad, incluso va más allá de una sociología o psicología social del discurso. Hace hincapié en las relaciones de poder, o, más bien, en el abuso de poder o dominación entre grupos sociales, facilitando, de esta forma, la comprensión, y a veces la transformación de esas relaciones de poder. A la hora de estudiar la temática migratoria y los temas de dominación étnica y racismo, por ejemplo, el ACD no solamente describe o explica los recursos y manifestaciones de dicha dominación, sino que activamente toma posición, por ejemplo, en la oposición a la desigualdad social.

El objetivo principal del presente trabajo es descubrir el poder social de la lengua a través del análisis de los mecanismos, estrategias y recursos verbales que aparecen, concretamente, en la lengua utilizada en los medios de comunicación españoles en relación con la inmigración, como formas que favorecen la integración de los inmigrantes de cualquier nacionalidad en la sociedad española, y, sobre todo, su rechazo, en los casos en que los recursos verbales se convierten en agresivos y violentos.

Analizar la lengua desde la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso, metodología en la que nos basaremos en este trabajo, implica prestar atención a las relaciones entre la lengua, los textos y el contexto en que los textos se enmarcan. Desde esta perspectiva, la lengua es entendida como un sistema de comunicación y se centra la atención en lo apropiado que es el empleo de las formas lingüísticas en un contexto determinado. Para ello, hemos utilizado un corpus fundamentalmente mediático, compuesto por fragmentos de prensa escrita.

### 1. La lengua como forma de comportamiento social

El uso *estratégico* del lenguaje en el discurso afecta evidentemente a la esfera de lo social. El lenguaje, según Escandell (1996, p. 135), es el medio más poderoso de relación interpersonal, es decir, es una herramienta que facilita el entendimiento entre las personas y hace posible la convivencia y el desarrollo del hombre. Sin embargo, pensamos que, además de este papel del lenguaje como herramienta que interviene en la constitución de las relaciones sociales, esta puede manejarse también en sentido inverso, es decir, para el mantenimiento del desequilibrio

y la destrucción de las relaciones interpersonales. Los usuarios del lenguaje, como seres sociales que son, establecen relaciones entre ellos, que se pueden estrechar, mantener, debilitar o destruir. La forma más habitual de lograrlo es estrechando los vínculos sociales, mediante estrategias favorecedoras de la imagen social del receptor, o intensificando las posibles amenazas a la imagen del destinatario, mediante estrategias de descortesía y violencia verbal.

Por lo tanto, el mantenimiento del (des)equilibrio social entre los interlocutores es el que condiciona el uso de mecanismos y recursos lingüísticos de forma estratégica. El contexto y la situación pragmática ejercen una gran influencia en la elección de dichos procedimientos. Estos factores contextuales incluyen las creencias y suposiciones que tienen los interlocutores acerca de la situación espacio-temporal en que transcurre su interacción y del tipo de discurso en que están inmersos. Es lo que Sperber & Wilson (1996) llaman la hipótesis del *conocimiento mutuo*, a saber, el contexto compartido mutuamente por el hablante y el oyente durante la emisión<sup>(1)</sup>.

Las relaciones sociales se constituyen, pues, gracias al poder de la lengua y su influencia en la gestión y el condicionamiento de los vínculos entre los individuos.

Ahora bien, la lengua, además de intervenir en la configuración de las relaciones interpersonales, es un instrumento que contribuye también a la construcción de la realidad social. Esta realidad nunca es percibida con neutralidad. Lo que somos capaces de percibir está condicionado por prejuicios y clichés que se alojan en nuestro pensamiento y que se alimentan de lo que escuchamos, leemos o vemos en nuestro entorno. Los juicios espontáneos que emitimos ante los acontecimientos diarios, las formas habituales de reaccionar ante personas y situaciones, están marcadas por influencias exteriores. En este sentido, los medios de comunicación es un campo idóneo para el estudio del poder social de la lengua y su contribución a la conformación del pensamiento de los receptores y su alimentación con ideas y conceptos.

## 2. Análisis crítico del discurso, ideología y poder.

De acuerdo con Van Dijk, "una ideología puede aparecer potencialmente en todas las estructuras del lenguaje escrito u oral, pero, por otro lado, también debemos tener en cuenta que es más habitual en algunas estructuras que en otras" (2003, pp. 55-56). La representación discursiva de la temática migratoria que, al fin y al cabo, simboliza la ideología del emisor, puede realizarse en diferentes niveles y estructuras del texto periodístico. Sin embargo, sus efectos pueden percibirse con más claridad en un nivel más que en otro. La estructura formal de los artículos de prensa relativa a la inmigración y la visualización de estos textos contribuye notablemente, por ejemplo, a la *denigración, marginación e invisibilización* de la figura del inmigrante, o, en caso contrario, a la *exaltación positiva* de la misma. No obstante, pensamos que el terreno donde mejor se manifiesta el uso de estrategias y recursos que contribuyen a la construcción de la figura del inmigrante es en el nivel *microestructural* de los textos. De hecho, la mayoría de los enfoques tradicionales que estudian el papel de los medios de comunicación en la reproducción del racismo se ha centrado en un análisis del *contenido* (Deepe Keever & Weston, 1997; Hartmann & Husband, 1974).

Desde la perspectiva del ACD, la construcción de un texto se refleja en tres niveles: la *macroestructura*, la *microestructura* y la *superestructura*. La *macroestructura* es el patrón organizativo

de un texto; debe tener una lógica en la forma en que avanza y desarrolla la información. Constituye la coherencia global y permite asignar tema a un texto (van Dijk, 1983). La *microestructura*, sin embargo, atañe a los elementos gramaticales y léxico-semánticos de los enunciados. Su construcción exige establecer entre las proposiciones diversos tipos de relaciones, en especial de referencia y causal. La *superestructura* es la representación abstracta de la estructura global que caracteriza un tipo de texto, independientemente de su contenido temático (van Dijk, 1983). Es una especie de silueta o esqueleto textual. Puede ser narrativa, expositiva, dialogal, etc.

El concepto de *estereotipo* que manejamos tiene como constante la de ser *opinión común acerca de un grupo social*. Ha sido abordado por diferentes disciplinas que resaltan su base sociocultural. Según Landovski (1986), se trata de una opinión preconcebida debida a la costumbre y a los juicios habituales de personas o grupos de personas, asociada a determinadas ideas sobre normas y valoración. De acuerdo con Mills (2003), el estereotipo caracteriza al grupo social como un todo homogéneo que se ubica en una situación enfrentada con respecto al otro grupo.

Bolívar (2009) define el estereotipo como “la imagen pública que la comunidad dominante o la comunidad burladora se forma de un grupo, cuando percibe a éste como un todo homogéneo a través de ciertos rasgos permanentes, que ve o cree ver en la personalidad de sus individuos, rasgos que constituyen una connotación de la idiosincrasia étnica de éstos”. En esta definición, se pone en relación el concepto de *imagen pública* con el estereotipo. La consideración negativa de la imagen de un grupo social, caracterizado como inferior a *nosotros*, conduce a la expresión de descortesía hacia él; su objetivo es menoscabar, zaherir, ridiculizar u ofender al otro.

Ideología, estereotipo y poder mantienen, por lo tanto, una relación muy estrecha entre ellos. El estereotipo es un componente de la ideología y una de las manifestaciones de la misma. Los dos elementos ejercen un efecto de poder en las personas que protagonizan estos estereotipos, y que son consideradas, evidentemente, como opuestas a los seguidores de la ideología dominante. El ACD es la metodología idónea que nos sirve para desvelar la relación entre estos tres componentes. Nuestro análisis lingüístico de las estrategias y recursos verbales de (rep)resentación de la figura del inmigrante y el poder que ejerce la lengua en la configuración de su imagen, abarcará, sobre todo, el estudio de los niveles macro y microestructurales, ya que consideramos su estudio muy relevante para analizar los recursos lingüísticos en nuestro corpus.

### 3. Discurso mediático, inmigración y poder social

Los medios de comunicación tienen la capacidad de organizar, elaborar y dar tratamiento a la información relativa a los asuntos sociales y étnicos, ofreciendo diferentes enfoques o puntos de vista sobre el tema. La prensa y la televisión constituyen una fuente importantísima de referencia para el conjunto de la sociedad, pues informan acerca de todos los aspectos de la realidad social, desde los acontecimientos políticos de relevancia internacional hasta los mínimos detalles de la vida cotidiana. Estos medios presentan un muestrario de personajes, temas y escenarios cambiantes que, en su conjunto, configura una imagen bastante amplia y rica de la realidad.

La inmigración, como fenómeno social, aparece frecuentemente tratada en el discurso mediático español. Lo que la mayor parte de la sociedad conoce sobre el fenómeno procede de la

gran cantidad de informaciones que recibe diariamente de los medios de comunicación. Por lo general, los estudios de análisis de contenido y las investigaciones realizadas desde la perspectiva del Análisis del Discurso han constatado que la inmigración se asocia con noticias de carácter negativo (ilegalidad, delincuencia, violencia de género, terrorismo, entre otros). Predomina un tratamiento superficial del tema que contribuye a la reproducción de estereotipos y prejuicios negativos sobre el colectivo. Evidentemente, los efectos cognitivos y emocionales que provoca la recepción de estas informaciones en la población española se reflejan claramente en sus actitudes de rechazo hacia el fenómeno.

La negatividad que caracteriza el tratamiento informativo de la inmigración contribuye, pues, a perfilar la imagen distorsionada de todo un grupo de personas. Criticar la cultura del *otro*, asociar su presencia a aspectos negativos como la delincuencia, la invasión cultural y laboral, el drama, la miseria, etc., son actos que destruyen claramente la imagen social del inmigrante y su deseo de ser integrado y aceptado por la sociedad de acogida. Para transmitir estos aspectos, los periodistas elaboran una serie de estrategias discursivas cuyo objetivo es ridiculizar, denigrar y marginar la figura del *otro*. La concreción de estas estrategias se hace efectiva a través del uso de varios recursos lingüísticos que afectan a todos los niveles del texto.

La faceta positiva del fenómeno migratorio, sin embargo, está poco presente en el discurso mediático español, aunque esto no impide que en ocasiones encontremos algunos textos que resaltan datos exaltadores de la imagen social del colectivo. Se enfatizan, por un lado, las aportaciones económicas, sociales y culturales de los inmigrantes, y, por el otro, se critica la actitud del endogrupo ante esta población. Las estrategias y recursos verbales que se emplean al respecto tienen como finalidad la intensificación de las cualidades positivas del inmigrante, contribuyendo a su integración en la sociedad de acogida.

En este sentido, los medios de comunicación desempeñan un papel clave para guiar nuestra manera de pensar y actuar. No solo nos informan de los sucesos que acontecen cada día, sino que nos enseñan cómo han de ser interpretados. Esto se hace especialmente patente en el caso de la inmigración, fenómeno frente al que operan prejuicios y clichés muy poderosos. Calificar esta realidad como *problema* (van Dijk, 1997, 1999, 2002, 2003, 2007a, 2007b, 2007c; Bañón, 2002, 2006, 2007, 2008; Cruz, 2005, 2007; Retis, 2003, 2004, Nash, 2005; Márquez, 2006; entre otros), por ejemplo, es la primera condición para convertir a los implicados en el mismo en *objeto* de políticas, ya sean discriminatorias o supuestamente solidarias, orientadas a una *solución* definida por los *agentes* de las mismas.

Si nos fijamos, por ejemplo, en los titulares de prensa en relación con la inmigración, deducimos que los términos empleados, como pueden ser *oleada*, *invasión*, *avalancha*, etc., son eficaces transmisores de esta forma de percibir el fenómeno, que una vez asentada y consolidada por los medios, puede justificar y hasta asegurar el respaldo social a las políticas restrictivas dirigidas a contener y limitar los flujos migratorios (Fuentes & Márquez, 2006). La percepción dominante es: "España está sometida a una presión migratoria sin precedentes, proveniente del Tercer Mundo, que resulta imposible de asimilar, y que desborda, por ende, todas las posibilidades razonables de integración de los inmigrantes"<sup>(2)</sup>. El discurso mediático genera, pues, una multitud de prejuicios en el conjunto de la sociedad española, que conducen a la aceptación y/o rechazo de las minorías étnicas. Es lo que iremos analizando en el apartado que sigue.

#### 4. (Re)presentación de la inmigración en la prensa española. El poder social de la lengua.

La información periodística es de naturaleza fundamentalmente *selectiva*. "Debido a las limitaciones espaciotemporales, a los condicionamientos profesionales, ideológicos, culturales, etc., los periodistas se ven siempre obligados a seleccionar" (Romano, 2007, p. 8), aspecto que subraya una vez más la labor *subjetiva* del periodista. Para transmitir eficazmente un mensaje, es imprescindible, según Romano (2007), dominar y emplear correctamente la lengua y, sobre todo, los medios expresivos y lingüísticos que se manejan para la elaboración de informaciones.

A la hora de tratar los fenómenos sociales, tarea esencial de los medios de comunicación, los periodistas no pueden renunciar a discutir y abordar todos los aspectos relativos a su sociedad. Por más que lo intenten ocultar, sus comentarios y sus palabras reflejan siempre su postura ante los hechos. De esta manera, el "hacer saber" deja de ser la función principal del género informativo, cediendo terreno a la función del "hacer sentir" y, sobre todo, el "hacer hacer".

En general, de acuerdo con Casero Ripollés, el discurso sobre la inmigración en la prensa española es bastante negativo: "la insistencia (...) en asociar inmigración e ilegalidad, a través de la constante publicación de informaciones sobre la llegada de pateras, por ejemplo, despoja al otro de sus derechos y legitima su marginación y su criminalización" (2004, p.78). De este modo, se crea una imagen única y estereotipada de todos los inmigrantes, independientemente de su situación y sus condiciones. Para legitimar dicho comportamiento, interpretado como *descortés y discriminatorio* por parte de los inmigrantes, los periodistas recurren a la estrategia de la polarización entre *Nosotros* (los autóctonos) y *Ellos* (los inmigrantes), resaltando constantemente la faceta positiva de la sociedad de acogida, que ofrece una oportunidad y una esperanza a los inmigrantes, y la faceta negativa de estos últimos, que no provocan más que problemas e inestabilidad en España.

Esta *negatividad* en la presentación mediática de la figura del inmigrante -o *ruidos interculturales*, en palabras de Israel Garzón (2000)- influye notoriamente en el pensamiento de la población autóctona, generando actitudes negativas hacia el *otro*, en general, y el colectivo inmigrante, en particular. La mayor parte de nuestro conocimiento del mundo emana de la variedad de noticias y reportajes que leemos o escuchamos a diario. Van Dijk recalca esta idea asumiendo que

la prensa occidental, en especial la prensa derechista, (re)produce y subraya, además, una imagen negativa de las minorías, los inmigrantes y los refugiados y, por ello, contribuye a las crecientes manifestaciones de intolerancia, prejuicios y discriminación contra aquellos que proceden del Tercer Mundo, tanto en Europa como en América. (Van Dijk, 1997, p. 53)

Israel Garzón (2000) distingue tres estrategias discursivas contribuyentes a la distorsión de la figura del inmigrante: la *polarización* general entre *Nosotros* y *Ellos*; la *culpabilización* de la víctima y la *tematización* negativa vinculando la inmigración con la droga, la delincuencia, la desintegración social, la desviación cultural, etc. Los inmigrantes se están convirtiendo, pues, en un *enemigo*, una *amenaza* para la seguridad y la estabilidad de la sociedad receptora. Paradójicamente se percibe, en algunos textos periodísticos, sobre todo interpretativos y de opinión, una *dramatización* del fenómeno migratorio que induce, más que al temor, a la conmoción. Se muestra la cara dramática del fenómeno, describiendo la situación *lamentable* en la que vive el

colectivo, su pobreza, sus dificultades idiomáticas, etc., generando una "reacción emotiva de compasión y piedad por parte del receptor" (Rizo, 2001).

El peligro que puede suponer la publicación de este tipo de informaciones estriba en que en el conjunto de características que se aplican al fenómeno migratorio se incluyen demasiadas generalizaciones. Entre las más destacadas se encuentra la identificación existente entre *inmigración y delincuencia*, *inmigración e invasión*, e *inmigración y drama*, aspecto muy habitual en las noticias que se publican y que terminan convirtiéndose en referencia incuestionable para la sociedad. Esta visión coincide, en parte, con lo que Martín Barbero (2002) considera una *exasperación de las identidades*, que coloca al *otro* como una amenaza; algo que también ha puesto de manifiesto Van Dijk (1997, 1999, 2000, 2002, 2005, 2006, 2007, 2009) en sus numerosos estudios sobre racismo y medios.

La percepción de la imagen *mayor inmigración = mayor criminalidad* está basada en gran parte en la singular atención concedida por los medios de comunicación a las actividades delictivas desplegadas por los extranjeros. En contrapartida, la imagen del *Nosotros*, representada por las autoridades y los ciudadanos autóctonos en general, aparece positivamente resaltada. Predomina un *discurso de legitimación* que apoya y justifica todas las acciones llevadas a cabo por el *Nosotros* en contra o a favor del *Ellos*, y las presenta como necesarias para el mantenimiento de la seguridad en la sociedad española.

En los ejemplos siguientes, estudiaremos el funcionamiento de los recursos léxicos y su contribución a la creación de una imagen *bélica* del fenómeno migratorio. Los verbos, por ejemplo, son elementos que expresan una acción realizada por un sujeto determinado. El uso abundante de estos recursos atribuye un gran dinamismo al discurso. En el contexto que nos ocupa, la mayoría de los verbos utilizados pertenecen a los campos semánticos *bélico* y *militar*. Conducen al lector a considerar la inmigración como un fenómeno amenazante de la seguridad ciudadana e incluso de *nuestra* integridad territorial. Esto puede reflejarse en el fragmento siguiente:

**(1) Las llegadas se producen después de que el viernes desembarcaran en la costa de la provincia 195 'sin papeles' procedentes de Senegal**

Un total de 456 inmigrantes indocumentados procedentes de Senegal fueron *interceptados* ayer en aguas de Tenerife en seis cayucos que *desembarcaron en suelo español* en diferentes horas. Estas llegadas se producen después de que el viernes *arribasen* a la provincia 195 sin papeles en tres cayucos, todos venidos del mismo país (...).

El cuarto cayuco llegado ayer a primera hora de la tarde al puerto de Los Cristianos, en el municipio de Arona, *transportaba* a 89 inmigrantes en situación de ilegalidad, y fue también escoltado por embarcaciones del Instituto Armado y de Salvamento Marítimo. Entre sus ocupantes había 13 menores de edad.

ABC, (15-02-2016)

Desde el titular del ejemplo, salta a la vista el uso de los términos *bélicos*, que connotan *guerra* e *invasión*. Más concretamente, nos referimos al verbo *desembarcar*. Este término es más propio de contextos militares. Utilizarlo para aludir a la llegada de inmigrantes significa que estos últimos son considerados como *enemigos* contra los que hay que luchar; son personas que vienen a *conquistar* nuestros territorios. Otra interpretación que podría darse al respecto, ateniéndonos a la tercera acepción que ofrece el *DRAE* del término, esto es, "llegar a un lugar,

ambiente cultural, organización política o empresa con la intención de iniciar o desarrollar una actividad" (s.v. *desembarcar*), es que esas personas vienen a *nuestro* país para iniciar un nuevo proyecto de vida. La intención manifestada por los inmigrantes por emprender una nueva vida en España entraña también ese sentimiento de *invasión* en la mente de los receptores. No se trata de extranjeros comunitarios o norteamericanos que vienen a invertir su capital en proyectos beneficiosos para la economía española, sino de extranjeros que llegan en condiciones extremas y con nulos recursos económicos para sacar provecho de los beneficios que ofrece el país y que se perciben como recursos para el desarrollo de *nuestro* país. Este hecho no provoca más que *miedo* y *alarma* entre los ciudadanos autóctonos.

La *cosificación* de los inmigrantes se percibe en el uso de los verbos *interceptar*, *transportar* y *arribar* para aludir a la llegada, detención y expulsión de esas personas. En primer lugar, el verbo *interceptar*, por ejemplo, se usa generalmente con el sentido de "1. Apoderarse de algo antes de que llegue a su destino. 2. Detener algo en su camino" (s.v. *interceptar*). Entendemos, pues, que los objetos son los que se interceptan y no las personas. Sin embargo, en el ejemplo –y en gran parte de los ejemplos del corpus– este verbo se utiliza siempre en relación con los inmigrantes. En segundo lugar, el verbo *transportar*, y basándonos en la definición de la Real Academia Española, alude tanto a cosas como a personas. No obstante, pensamos que el contexto en que aparece empleado este término presenta a los inmigrantes como *mercancías* que hay que transportar y no como personas que tienen derechos y obligaciones.

Lo mismo se podría afirmar con respecto al verbo *arribar*. El *DRAE* lo define del siguiente modo: "1. Dicho de una nave: Llegar a un puerto. 2. Llegar por tierra a cualquier parte" (s.v. *arribar*). Incluso, y además de constituir una auténtica cosificación de la figura del inmigrante, este verbo tiene también connotaciones propias del campo militar y de guerra. El autor podría haber optado por el uso del verbo *llegar* para expresar la idea de manera más objetiva. Sin embargo, manejar el verbo *arribar* persigue otros fines puramente subjetivos, que pretenden alertar y advertir al ciudadano autóctono del peligro de conquista e invasión que supone la llegada de estos individuos a la sociedad española. Léxico con matices bélicos aparece frecuentemente en el texto. No se percibe sólo en los verbos sino también en sustantivos como *expedición*, *suelo* (*español*), etc. Estos términos connotan guerra, peligro y amenaza contra la que hay que luchar a toda costa. Se inserta al receptor, pues, en un panorama no exento de miedo y terror, que le conduce sistemáticamente a *rechazar* y *excluir* todos los que vienen de fuera de manera ilegal.

Por lo tanto, a través del ejemplo (1), podemos observar que para magnificar el número de inmigrantes que *invaden* la sociedad española, se echa mano de una serie de elementos verbales que contribuyen a la denigración y marginación de la figura del inmigrante. A esto se añade también el juego de números, acompañado de adverbios de cantidad (*más*, *poco más*, etc.), que colabora también en asentar una imagen única y estereotipada de toda la población procedente del continente africano que emigra a España. Hemos de señalar, además, que esta percepción del fenómeno migratorio como *invasión* no se manifiesta sólo en las noticias en relación con la entrada de inmigrantes de forma clandestina en España, sino también a través de las noticias relativas a los inmigrantes ya instalados dentro del país.

La situación administrativa y jurídica de los inmigrantes es un dato que sobresale en la mayoría

de las noticias relativas a la llegada de inmigrantes al país, independientemente de si su modo de llegada es legal o ilegal. Términos como sin papeles, irregulares, indocumentados, etc. aparecen con mucha frecuencia en las páginas de los periódicos. Veamos el ejemplo siguiente:

### **(2) Más de 400'sin papeles' llegan a Canarias en las últimas 24 horas**

Continúa la llegada de cayucos al archipiélago canario. La cifra de inmigrantes localizados rumbo a Canarias en un plazo de poco más de 24 horas ha aumentado hasta los 419, tras ser rescatados ayer 77 sin papeles que viajaban en una embarcación que fue localizada a 165 millas al sur de Tenerife, según informaron ayer a Efe fuentes de la Delegación del Gobierno de Canarias.

Los 77 sin papeles, todos varones y tres de ellos posiblemente menores de edad, fueron trasladados a la embarcación Salvamar Adhara, indicaron las mismas fuentes, que afirmaron que no fue preciso evacuar a ninguno de los ocupantes del cayuco.

(*ElMundo*, 13/05/16, pp.30)

En el titular del fragmento (2), se informa de la llegada de *más de 400 'sin papeles'* a las costas canarias. El adverbio *más* aporta una valoración aproximada del número de inmigrantes que llegan. Sin embargo, esta aproximación alerta al lector del peligro que supone la llegada de esas personas y magnifica su número. En este titular, la expresión *sin papeles* aparece como el identificador común de estos inmigrantes. La situación jurídica de estas personas pasa a ser su auténtica denominación, una denominación basada en un sintagma nominal con preposición que se gramaticaliza. En algunos ejemplos, esta expresión se presenta como adjetivo ("inmigrantes sin papeles"), un atributo, una cualidad (Fuentes Rodríguez, 2006). Sin embargo, en otros casos, y tal como aparece en el titular del ejemplo (2), esta expresión llega a sustantivarse, constituyendo una denominación más de este colectivo y utilizándose familiarmente por parte de los ciudadanos autóctonos e, incluso, por parte de los propios inmigrantes.

En el mismo titular la expresión *sin papeles* aparece entre comillas mientras que en el cuerpo de la noticia no se da el caso. Esto tiene consecuencias comunicativas, pues en el cuerpo aparece ya totalmente normalizado frente al titular en que aparece como un término extraño, adecuado, que puede recordar su origen no español.

En algunos casos, la prensa española en relación con la inmigración utiliza el humor para ridiculizar la imagen social de los inmigrantes, describiendo de forma cómica el modo de llegada de estas personas. En lo que sigue, presentamos una muestra de ello:

### **(3) El cayuco de Barajas**

*Los sin papeles se globalizan.* En la era del low cost y de la proliferación de todo tipo de vuelos y aerolíneas, los inmigrantes prefieren coger un avión para introducirse ilegalmente en nuestro país (...).

*La patera pierde adeptos y los gana el billete electrónico,* un sistema infinitamente más cómodo, alejado de las mafias y, en algunos casos, hasta un 50% más barato. En dos años se ha duplicado el número de indocumentados que utilizan la vía aérea para colarse en nuestro país.

*Estos nuevos viajeros* vienen desde Senegal, Malí, Guinea Conakry, Nigeria, Guinea Bissau, Marruecos... (...). La mayoría de las veces tienen que dar la vuelta al mundo antes de llegar a su destino final, para burlar los estrictos controles a los que se ven sometidos los vuelos calientes tradicionales. (*El Mundo*, 20/01/16, pp. 22).

Desde el titular del ejemplo (3), a través de la metáfora “El cayuco de Barajas”, empieza a introducirse de forma indirecta el elemento humorístico en el texto. Estamos ante un uso inapropiado de la palabra *cayuco* que precede al denominativo *Barajas*. Este tipo de embarcación se utiliza frecuentemente en relación con los inmigrantes que llegan de África del Sur por vía marítima. En esta metáfora, no obstante, se atribuye al *cayuco* un significado impropio para transmitir la idea de que la *avalancha* de inmigrantes no llega sólo a través de las costas, sino también a través de vías aéreas. Este término, como comentamos anteriormente, es un recurso léxico que posee connotaciones altamente negativas. Hace referencia a la *oleada* de inmigrantes que *franquean* casi a diario las costas españolas de manera ilegal. El uso de este término en relación con el aeropuerto, es decir como equivalente de la palabra *avión*, previene del aumento de la *invasión* de estas personas que ya no entran sólo por la vía comúnmente conocida, esto es, el Estrecho, sino que se han buscado otra vía más cómoda y *moderna*. Es más, normalmente este *medio de transporte* se presenta como exclusivo de las personas que proceden de África. Sin embargo, en este fragmento el uso de este medio se extiende también a los hispanoamericanos y asiáticos. Entendemos, pues, que *cayuco* en este contexto hace referencia a la entrada ilegal de toda persona procedente de los países del Tercer Mundo, independientemente de su nacionalidad y de su modo de entrada en el país. También es sinónimo de *desgracia*; dramatiza las condiciones de llegada de estas personas con un tono claramente sarcástico, manteniendo la idea de que ni los aviones para *ellos* son aviones. El objetivo de esto no es empatizar con el inmigrante, sino más bien ridiculizar esta situación y presentarla al receptor autóctono de forma apaciguada.

El rasgo humorístico de este artículo se manifiesta también en el inicio del texto. “Los sin papeles se globalizan” es un recurso humorístico que persigue ridiculizar la figura de estas personas. *Globalización* es un proceso económico, tecnológico, social y cultural, que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo, unificando sus mercados, sociedades y culturas a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter *global*. El desplazamiento de personas por las distintas partes del mundo, sobre todo las pertenecientes a países tercermundistas, es un fenómeno que a menudo se excluye del mapa de la globalización. En este enunciado humorístico, observamos la combinación de dos términos: *sin papeles* y *se globalizan*. Es una asociación muy llamativa. La expresión *sin papeles* es altamente despectiva, ya que deshumaniza a las personas inmigrantes y los reduce a una simple situación jurídico-administrativa. La vinculación de esta denominación al verbo *globalizarse*, a nuestro juicio, supone la ridiculización y desconsideración manifiesta hacia esas personas. Esta asociación, siguiendo la lógica del autor, es prácticamente imposible, ya que cuando se carece de documentación las personas dejan de *ser personas*, hecho que viene corroborado por el uso del verbo “se devolvieron” que presenta un imaginario de personas cosificadas, y no pueden formar parte de los intercambios sociales, económicos y culturales que vive el mundo en la actualidad.

Después de argumentar esta idea, poniendo énfasis en el hecho de que los *inmigrantes irregulares* ya tienen preferencias y ofertas de viajes ofrecidas por las distintas compañías aéreas, el periodista llega a la conclusión de que, efectivamente, “la patera pierde adeptos y los gana el billete electrónico”. Asistimos al uso de otro rasgo humorístico que confirma la idea postulada anteriormente. En este caso, se utiliza la palabra *patera* en vez de *cayuco*. Las actuaciones de los inmigrantes y sus intentos por entrar en España aparecen presentadas sarcásticamente en

este texto periodístico, dañando la imagen de estas personas. La *patera* o *cayuco* ya no son los *medios de transporte* exclusivos de los inmigrantes; estas personas llegan ahora de forma más cómoda gracias a las ofertas de vuelos que proporcionan las agencias de viaje a través de Internet.

Los inmigrantes dejan de ser, pues, *adeptos de la patera*. El *DRAE* define el adjetivo *adepo*, en su primera acepción, de la siguiente manera: "Partidario de alguna persona o idea" (s.v. "adepo"). Es decir, el contexto en que se utiliza este elemento es completamente diferente, cosa que atribuye el rasgo de humor al enunciado, pero que al mismo tiempo connota conceptos muy significativos. Presenta a estas personas como ansiosas por usar este tipo de embarcaciones; la clandestinidad forma parte de su forma de ser y estar uno de los medios "preferidos" de transporte, como algo "de moda" en lugar de "por necesidad". La ridiculización de la imagen social de estas personas consiste precisamente en no tomar en serio la situación de llegada de los inmigrantes, concibiéndola como una situación graciosa, que provoca risa. Utilizar este tipo de recursos humorísticos sobre heridas profundas en los sentimientos de los inmigrantes, ya que se burla de su manera de llegar y se va generalizando una sensación de *desconfianza* hacia este colectivo y su situación jurídica y administrativa en general. Los *irregulares* van entrando en *nuestros territorios* de forma más cómoda, lo cual propiciará el aumento del número de *ellos* entre *nosotros*. La *invasión* se acentúa, pues, al desvelar esta nueva manera de entrar de los inmigrantes. Y, además de ser rémoras de la sociedad de acogida, se están volviendo cómodos; "ya no tienen ni que jugarse la vida para *invadirnos*".

El humor se manifiesta también en la denominación que otorga el autor a estas personas, esto es, "nuevos viajeros". Este elemento contribuye claramente a marcar las diferencias entre los *viajeros habituales*, pertenecientes mayoritariamente a los países del llamado "Primer Mundo", y los *nuevos viajeros sin papeles* que empiezan a gozar también de las mismas comodidades. Se establece, por tanto, una gran barrera entre el *Ellos* (inmigrantes) y el *Nosotros* (ciudadanos occidentales). El último rasgo humorístico del texto aparece en un *plano del tesoro*. Esta expresión se utiliza para caracterizar de manera sarcástica el plano que siguen esas personas, una vez que llegan al aeropuerto, para escapar sin pasar por el control fronterizo. Se burla de la situación de irregularidad de estos inmigrantes y se ignoran los motivos socio-económicos que se encuentran detrás de su decisión de emigrar con el fin de llegar al *paraíso europeo*.

## Conclusión

En conclusión, el análisis lingüístico de los recursos verbales empleados por los periodistas en los casos analizados demuestra que estos elementos desempeñan un papel importante en la (re)presentación del fenómeno migratorio, en casos puntuales pero influyentes, en la prensa española y, sobre todo, en la proyección de una imagen determinada del colectivo inmigrante. Se ha observado el uso de un léxico perteneciente al campo semántico militar, contribuyendo a la sedimentación de estereotipos y prejuicios que asocian el fenómeno con la idea de invasión y conquista. Tanto los sustantivos como verbos y adjetivos acentúan de forma abierta el peligro que supone la llegada de las personas inmigrantes a la Península, gracias a las valoraciones que connotan y matices que contienen. Los gentilicios se utilizan a su vez para asociar el concepto de amenaza a determinadas nacionalidades, en su mayoría pertenecientes al llamado "Tercer Mundo".

En cuanto a las figuras retóricas, el humor y la metáfora son los recursos más empleados en los ejemplos analizados, pues el primero sirve para acentuar de forma cómica la dimensión problemática del fenómeno, y el segundo para sobredimensionar los hechos relativos a la entrada y presencia de los inmigrantes en el país de acogida. La retórica de los números se usa con la misma finalidad y se refleja a través de datos numéricos y estadísticas que informan acerca de la llegada masiva de esas personas, atribuyendo un toque de cientificismo a la información enunciada.

En definitiva, el poder social de la lengua se refleja claramente en la influencia que ejercen, por ejemplo, los fragmentos de prensa analizados en la manipulación del pensamiento de los receptores y su orientación hacia una o unas direcciones determinadas, condicionando la forma de pensar y actuar de la sociedad.

### Bibliografía

Bañón Hernández, A. M. (1996). *Discurso e inmigración. Propuesta para el análisis de un debate social*. Murcia: Universidad de Murcia.

(2006). La asociación discursiva de terrorismo e inmigración. Un ejemplo de incomunicación intercultural. *Comunicación*, 4, 259-277.

(ed.) (2007). *Procesos migratorios y discurso periodístico*. San Sebastián: Gakoa

(2008). *Análisis crítico del discurso de los medios de comunicación sobre las personas emigradas. Una mirada personal!*. Martínez Lirola, M. (ed.). *Inmigración, discurso y medios de comunicación*. Alicante: Fundación Juan Gil Albert, 23-44

Bolívar, A. (2009). ¿Por qué no te callas?: El alcance de una frase en el (des)encuentro de dos mundos. *Discurso y Sociedad*, 3(2), 224-252, <http://www.dissoc.org/ediciones/v03n02/DS3%282%29Bolivar.pdf>

Casero Ripollés, A. (2004). "Informando del "otro": Estrategias del discurso periodístico en la construcción de la imagen de los inmigrantes. *Sphera Publica*, 4, 221-236.

Cruz Moya, O. (2005). *Las migraciones en el discurso periodístico almeriense del Siglo XX. Análisis crítico de tres corpus de noticias*. Tesis doctoral, Sevilla: Universidad Pablo de Olavide.

(2007). La representación de los emigrantes y de los inmigrantes en la prensa almeriense del siglo XX". Bañón Hernández, A. M. (ed.): 259-296.

Deepe Kever, B. A., Martindale, C. & Weston, M. A. (eds.) (1997). *U.S. Coverage of Racial Minorities. A Sourcebook, 1934-1996*. Greenwood: Westport, CN.

Escandell Vidal, M. V. (1996/5). Cortesía, fórmulas convencionales y estrategias indirectas. *Revista Española de Lingüística*, 25 (1), 31-66.

Fuentes Rodríguez, C. & Márquez Guerrero, M. (2006). *Actitudes ante la inmigración: el reflejo lingüístico*. Junta de Andalucía: Dirección General de Coordinación de Políticas Migratorias.

Hartmann, P. & Husband, C. (1974). *Racism and the Mass Media*. London: Davis-Poynter.

- Igualada Belchí, D. A. (2000). Discrepancias. Resolución de conflictos en la interacción Comunicativa. *Revista Argentina de Lingüística*, 16, 109-136.
- Israel Garzón, E. (2000). Bases para el periodismo intercultural. *Revista Latina de Comunicación Social*, 34, en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/w34oc/43estrella.htm>
- Landovski, E. (1986) : Socio-sémiotique. Greimas, A. J. & Courtés, J. Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage, Vol. II, Paris : Hachette.
- Márquez Guerrero, M. (2006). Los aludidos eludidos. La invisibilidad simbólica de los Inmigrantes. Fuentes Rodríguez, C. & Márquez Guerrero, M. (eds.), 87-114.
- Martín Barbero, J. (2002). Pistas para entre-ver medios y mediaciones. *Signo y pensamiento*, 21 (41), 13-20
- Mills, S. (2003). *Gender and Politeness*. Cambridge: University Press.
- Nash, M. (2005). Inmigrantes en nuestro espejo. Inmigración y discurso periodístico en la prensa española. Barcelona: Icaria.
- Real Academia de la Lengua Española (2001). *Diccionario de la Lengua Española (DRAE)*. Madrid: Espasa, 22ª ed. (en versión digital, <http://lema.rae.es/drae/>).
- Retis, J. (2003). La construcción de la imagen de la inmigración latinoamericana en la prensa española. De cómo los medios de comunicación intervienen en la construcción simbólica de la realidad. Bañón Hernández, A. M. et. alii. (eds), 123-161.
- (2004). La imagen del otro. Inmigrantes latinoamericanos en la prensa nacional española" *Sphera Pública*, 4, 119-140.
- Rizo, M. (2001). Miedo y compasión: dos estrategias de movilización afectiva en el discurso informativo sobre el inmigrante. *Comunica*, 2.
- Sperber, D., & Wilson, D. (1996). Fodor's frame problem and relevance theory: A reply to Chiape & Kukla. *Behavioral & Brain Sciences*, 19, 530-32.
- Van Dijk, T. A. (1997). *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós.
- (1999). *Estudios sobre el discurso*, Vol.2, Barcelona: Gedisa
- (2002). *Discurso y racismo. Persona y Sociedad*. Universidad AlbertoHurtado, Instituto Latinoamericano de doctrina y estudios sociales ILADES, Vol. XVI, nº3, 191-205.
- (2003). *Dominación étnica y racismo discursivo en España y América Latina*. Barcelona: Gedisa.
- (2007a). *Racismo y discurso en América Latina*. Barcelona: Gedisa.
- (2007b). *El racismo y la prensa en España*. Bañón Hernández, A. M. (ed.), 27-80.
- (2007c). *Discurso racista*. Igartua, J. J. & Muñiz, C. (eds.): *Medios de comunicación y sociedad*. Salamanca: Ediciones de la Universidad de Salamanca, 9-16.

## Notas

<sup>(1)</sup> Para los citados autores, no existe un contexto inicial fijado antes de la emisión del enunciado. Cuando el hablante construye un enunciado, si realmente quiere comunicarse, se asegurará de que el oyente tenga acceso al contexto adecuado. El oyente hará hipótesis y elegirá los supuestos que le parezcan más relevantes para interpretar el enunciado. En definitiva, la interpretación que el hablante intenta que se haga y la que el oyente debe elegir es aquella que resulta más relevante. Una vez establecida una meta común en la comunicación verbal, resulta más fácil describir cómo se produce ésta.

<sup>(2)</sup> A pesar de la crisis económica actual, esta imagen sigue persistiendo aunque con menos fuerza. En varios titulares periodísticos se está empezando a hablar de la "caída de las cifras de extranjeros extra-comunitarios en 2011" (El País, 12/01/2012, p. 23). Sin embargo, la descripción de la llegada de inmigrantes a la Península o la tendencia de estas personas hacia la criminalidad y delincuencia sigue observándose en los medios de comunicación españoles.

<sup>(3)</sup> Sin embargo, como se verá más adelante, el análisis lingüístico de las estrategias y recursos de (re)presentación de la inmigración en la prensa española demostrará que esta práctica no es exclusiva solo de la prensa de derecha, sino también de la prensa de izquierda.

## CURRICULUM VITAE. Tourmader Chakour

Profesora de la Universidad Ibn Tofail. Doctora en Filología Hispánica por la Universidad de Sevilla. Ha sido profesora en el Servicio de Idiomas de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla y en el Instituto de Prospectiva Tecnológica de la Comisión Europea de Sevilla. Miembro de la Junta Directiva de la Asociación de Hispanistas Árabes. Congressista, ponente, investigadora y traductora. Sus temas de investigación son: Análisis del Discurso e Inmigración, Lingüística Pragmática y Argumentación, Traducción e Interculturalidad, Antropología y Patrimonio cultural y Didáctica de la lengua. Ha publicado diferentes artículos en relación con el discurso periodístico e inmigración, enseñanza del español como lengua extranjera y (des)cortesía y violencia verbal en el discurso.

## La hipersexualización femenina en los medios de comunicación como escaparate de belleza y éxito

### Female hypersexualization in the media as a showcase of beauty and success

**Autor:**

Víctor Grande-López

Profesor y Doctorando en comunicación

<https://orcid.org/0000-0002-0721-7806>

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, Universidad de Cádiz

victorgaez@gmail.com

#### Resumen

Actualmente la sociedad vive con la constante referencia de un ideal estético y no está siendo consciente del alcance y naturaleza que tiene esta cultura cosificadora para la propia mujer y futuras generaciones. Los medios contribuyen a promover que el éxito social se encuentra en la imagen que se proyecta, ofrecen lo que quiere el público pero en realidad muestran lo que ellos quieren y hacen creer que es lo que se quiere.

Mientras que niñas se sienten especiales posando como modelos adultas y resaltando su belleza como objeto de deseo, adolescentes no se sienten bien con su cuerpo debido a una imposición permanente de imágenes cada vez más exigentes e ilusorias que llevan a generar falsas expectativas y frustraciones.

A través de la educomunicación se muestran varios cortometrajes para trabajar en entornos educativos los efectos negativos que puede ocasionar una idealización extrema de la belleza en edades tempranas y desarro-

#### Abstract

Currently society lives with the constant reference of an aesthetic ideal and is not aware of the scope and nature of this reifying culture for women themselves and future generations. The media helps to promote that social success is found in the image that is projected, they offer what the public wants but in reality they show what they want and make people believe what they want.

While girls feel special posing as adult models and highlighting their beauty as an object of desire, teenagers do not feel good about their bodies due to a permanent imposition of increasingly demanding and illusory images that lead to false expectations and frustrations.

Through educommunication several short films are shown to work in educational environments the negative effects that can be caused by an extreme idealization of beauty at an early age and develop a more critical feeling through dialogical learning. Also pre-

llar a través de un aprendizaje dialógico un sentir más crítico. También se presenta una recopilación de diferentes estudios que han sido realizados durante los años (2011-2017) para evaluar como los medios a través de un canon de belleza concreto influyen en las actitudes, percepciones y comportamientos de un público femenino cada vez más joven.

**Palabras clave:** imagen corporal; cortometrajes; belleza; medios de comunicación; educación.

sents a compilation of different studies that have been carried out during the years (2011-2017) to evaluate how media through a specific beauty canon influence the attitudes, perceptions and behaviors of an increasingly younger female audience.

**Key words:** body image; short films; beauty; mass media; education.

## 1. Introducción

La manipulación mediática de la imagen femenina tal como indica Verdú Delgado (2018): «No solo perpetúa un sistema de desigualdad de género sino que debe verse también como un problema social». Susan Sontag decía en un ensayo publicado en la revista Vogue en 1975 titulado *Women's beauty* (Belleza de mujer) que: «No es el deseo de ser bella lo que está mal, sino la obligación de serlo» (Fernández, 2015).

Sobre la imagen corporal Schilder (1935) establecía que: «Es la imagen que nos creamos en la mente sobre nuestro propio cuerpo», una evaluación que lleva a una aceptación y que se acentúa al buscar una aprobación social. Walter (2010) destaca que: «Las mujeres se encuentran en la situación de emplear la belleza y la deseabilidad como fuente de poder, haciéndolas dependientes de una mirada masculina y pudiendo acabar resultando ser una trampa». La autora hace referencia a que la interiorización de esta ideología puede reducir la autoestima y autonomía de las mujeres llevándolas a una dependencia. Alexis una estudiante estadounidense de secundaria indicaba en el documental *Miss representation* (2011) que amigas suyas en los descansos de clase aprovechaban para ir al servicio y poder maquillarse o peinarse, y tal como subrayaba: «Venimos a clase para aprender» (Siebel, 2011).

La publicidad y los medios de comunicación contribuyen a la representación social de un cuerpo 'ideal' y proporcionan continuamente un referente en el cual compararse. Los valores que se asocian al cuerpo femenino se encuentran relacionados con: belleza, juventud y delgadez. Una proyección a imitar cada vez más ilusoria debido a los avances tecnológicos que pueden derivar en riesgos para la salud. Gran parte de esta percepción se encuentra mediatizada por la publicidad y la moda, referentes que conducen hacia lo que es bello, atractivo y exitoso (Muñoz López, 2014).

Las redes sociales se han convertido en el mejor escaparate comercial, se visualizan cuerpos femeninos cada vez de menor edad expuestos como imagen de reclamo para agradar y obtener beneficios económicos. Algo aceptable y laureado debido a que es sinónimo de: tendencia, popularidad, éxito, reconocimiento social, privilegios, fama, triunfo, etc. Una práctica que está llevando acelerar los tiempos de desarrollo infantil hacia adultos y en el que niñas están perdiendo su infancia sin darse cuenta, siendo algo que no van a poder volver atrás para recuperar.

## 2. Patriarcado de consentimiento

Con este tipo de actitudes se está situando a niñas en el modelo de dependencia tradicional y evaluadas por medio de una mirada. Algo que ya establecía en sus estudios la teórica Laura Mulvey en los años 70, cuando destacaba el papel que tenía la mujer en los medios como exposición, sujeto pasivo, objeto de deseo y placer visual (to be looked-at-ness)(Mulvey, 1988).

De Miguel (2015) sobre el patriarcado de consentimiento hace referencia a que: «Se mantiene del apoyo de los medios de comunicación, de la complicidad de las propias mujeres y de las recompensas económicas que puedan acceder a través de la aceptación de dichas reglas sociales». Lorente (2009) también indica que existe connivencia debido a que: «Esa garantía de que la población femenina se convierta en energía disponible para el uso de la población masculina no puede lograrse sin la participación de las propias mujeres y la ayuda de los medios de comunicación».

En el contexto de una socialización femenina orientada hacia la autocosificación, surge otra de las sutiles formas de control de los cuerpos de las mujeres y es la denominada cirugía estética. Ya que sirve para adquirir cánones establecidos por la sociedad, «convirtiéndose en uno de los usos represivos más normalizados que se dan en el mundo occidental sobre el cuerpo de las mujeres» (Cobo, 2015) y que «el feminismo árabe contempla como burka invisible» (Mernissi, 2001).

La mercantilización en cubierta que se está realizando sobre el cuerpo femenino a través de una idealización por medio de las nuevas tecnologías, afecta verdaderamente al conjunto de la población femenina que sigue un modelo de disciplina que lleva a recordar la esclavitud del cuerpo de la mujer, la explotación sexual o el abuso infantil. Mientras que se está pretendiendo conseguir una igualdad, por otro lado se sigue actuando, aprovechando y consintiendo mecanismos estructurales de desigualdad, que llevan hacia la discriminación con futuras consecuencias para el cuerpo de la mujer. Cuando el género masculino se acostumbra a una idealización proyectada de una belleza extrema o inexistente, puede llevar a tener consecuencias a la hora de exigir, evaluar o juzgar a la verdadera mujer real.

Debido a ello, tal como señala Verdú Delgado (2018): «son las mujeres quienes deben someterse con mayor dureza a las normas estéticas impuestas por una ideología de género imperante», debido a que finalmente influye negativamente en la salud física y psicológica de la propia mujer, despidiéndola de otras ocupaciones y haciéndola partícipe de su propia cosificación.

## 3. La hipersexualidad infantil

Resaltar la belleza en la infancia como objeto de deseo y reclamo por encima de cualquier otra cualidad lleva a que se infravaloren o pasen desapercibidos otros logros. Se convence a un público cada vez más joven que el éxito social se encuentra en la imagen que se proyecta. Según Serrano (2013) el informe Bailey define hipersexualidad infantil como: «La sexualización de las expresiones, posturas o códigos de la vestimenta considerados como demasiado precoces». Un discurso que lleva de nuevo a que la figura de la mujer se sienta atrapada como objeto de contemplación y deseo.

Niñas y niños creciendo más rápido de lo normal, haciéndose mayores cada vez más jóvenes

KGOY –kids getting older younger– dejando de jugar con juguetes para adquirir las ventajas que conlleva ser adultos. Niñas que posan como modelos adultas no siendo conscientes de las estrategias comerciales que existen detrás de esa imagen. Para ellas todo son beneficios, adquieren cosas que saben que otras niñas de su edad no pueden conseguir, las invitan a espacios inaccesibles, las hacen regalos, prueban productos antes que salgan al mercado, viajan a exclusivos lugares, en definitiva las hacen sentir especiales convirtiéndolas en mini influencers (Little influencers).

Santamaría de la Piedra y Meana Peón (2017) sobre el fenómeno influencer indican que: «Es la capacidad que tiene una persona de influir en un determinado colectivo para modificar sus opiniones; esta audiencia sigue sus pasos de manera incondicional y admiran y comparten su estilo de vida» (Pérez y Campillo, 2016).

Las marcas encuentran en niñas y preadolescentes una imagen renovada que necesitaban: naturalidad, autenticidad, cercanía, veracidad, credibilidad, un perfil alejado de un modelo que se estaba quedando saturado. Aunque la finalidad es la misma el envoltorio se ha renovado. Y con la llegada de las plataformas sociales han encontrado una ventana idónea y económica para cautivar unos deseos de adquisición.

«Las princesas se comen la libertad de tus hijas... silenciosamente» es un grafiti anónimo que lleva a que la sociedad reflexione sobre la influencia negativa que pueden tener determinados modelos a seguir o imitar a pesar de las ventajas que a priori puedan presentar. Tal como indican Yubero, Larrañaga y Sánchez (2013): «Creerse una princesa no es malo si en ello no se esconden estereotipos de género que discriminan a la mujer, debido a roles y rasgos que no les permitan decidir por sí mismas».

La etapa de la niñez se establece entre los 6 y 10 años en ella el cerebro alcanza casi un 80% de su tamaño con respecto a una persona adulta y predomina vulnerabilidad y autoestima frágil. La preadolescencia comprende edades entre 11 y 15 años cubre la etapa que va desde la niñez hasta la adolescencia y prevalece lo que se denomina labilidad emocional debido a respuestas emocionales desproporcionadas, cambios de humor, risas inapropiadas, inseguridades relacionadas con la imagen corporal o destacar de alguna forma para el reconocimiento de esa aceptación social.

#### 4. Objetivos y metodología

Se presentan varios cortometrajes: entre ellos algunos de animación sobre la imagen corporal, en el que no se sienten bien y quieren cambiar el aspecto físico para poder gustar a los demás. Es un material audiovisual pensado para trabajarlo en entornos educativos, dirigido a estudiantes preadolescentes y adolescentes que se encuentran en una etapa en la que se comienza a tener más inseguridad con respecto al aspecto físico. El objetivo de esta propuesta es que adquieran un mayor conocimiento y sentido crítico sobre las consecuencias negativas que pueden tener determinadas imágenes proyectadas por los medios en relación a una idealizando extrema e ilusoria de la belleza.

Mediante una metodología cualitativa se establece un análisis de contenido sobre la imagen corporal de la mujer utilizando los cortometrajes como recurso didáctico y con el fin de des-

componer secuencias mediante lectura de textos audiovisuales. Se trabaja a través del *backstage* de sus mensajes y por medio de una observación directa como método de recolección de datos. A través de la educomunicación se desarrollan las capacidades necesarias para poder desenvolverse en un sentir más crítico con respecto a la representación que trasladan los medios y su influencia en las percepciones cognitivas (Carbonell y Tort, 2006). Los visionados irán acompañados de actividades para reforzar el contenido y, mediante un aprendizaje dialógico, ampliar la información a través de una interacción grupal. Como afirmó Masterman (1993): «El análisis de los medios debe ir siempre más allá de la consideración de los significados connotativos y adentrarse en el análisis ideológico».

También se presenta una recopilación de diferentes estudios realizados durante los años (2011-2017) para evaluar cómo los medios, a través de un canon de belleza concreto, influyen en las actitudes, percepciones y comportamientos de un público femenino cada vez más joven.

## 5. Insatisfacción corporal

La obsesión por el cuerpo puede llevar a una persona a no sentirse bien, afectando negativamente en su autoestima. Una preocupación muchas veces derivada de pequeños detalles que logran masificarse en las percepciones internas de la persona; es el conocido como trastorno dismórfico corporal, poco estudiado y es necesario exponerlo en el ámbito educativo para trabajarlo desde edades tempranas.

Las imágenes que se presentan a través de estos cortometrajes, debido a su capacidad de persuasión, acceden a enriquecer el capital cognitivo del receptor o receptora. «Los mensajes educativos basados en valores que contienen los dibujos animados organizan mejor los pensamientos de una forma lúdica» (Grande-López y Pérez García, 2016).

El cortometraje estadounidense *Likeness* (Semejanza, 2013) sirve como recurso didáctico para trabajar esas influencias que tienen determinadas imágenes en las percepciones. La cámara mediante un plano secuencia va recorriendo diferentes habitaciones donde se muestran cuerpos estipulados socialmente como 'perfectos'. Chicas y chicos jóvenes excesivamente delgados que parecen maniqués de escaparates. La cámara recoge una belleza exterior idealizada en un canon comercial pero interiormente aparecen abatidos y la luz que se proyecta en ellos transmite soledad. Su director Rodrigo Prieto recoge con este cortometraje su propia experiencia personal debido a que su hija sufrió bulimia cuando era adolescente.

Actividades que se pueden trabajar en el aula tras el visionado son:

- Analizar los cuerpos de los/las modelos que aparecen en el cortometraje y evaluar el tipo de imagen que proyectan.
- Conocer qué es la bulimia y cómo prevenirla (debatir a través de un aprendizaje dialógico). La bulimia es un trastorno de la conducta alimentaria que se puede prevenir mediante: comunicación con la familia o educadores ante cualquier síntoma que la persona detecte, no realizar dietas sin consultar a un profesional, potenciar atributos diferenciadores que una persona desconozca de su cuerpo pero que se puedan realzar para mejorar la autoestima, no compararse con nadie, debido a que las comparaciones son odiosas en todo los sentidos y no favorecen; explotar habilidades internas al margen de la belleza exterior como efecto diferenciador positivo; sacar un mayor rendimiento al vestuario; no ser tan vulnera-

ble ni ingenuo/a ante mensajes esperanzadores que emiten los medios de comunicación; hacer una vida saludable (ejercicio, alimentación equilibrada...), entre otras.

Los medios promueven, a través de sus estrategias de marca, cuerpos catalogados como bellos y generalizados con retoques que determinan inexistencias. Modelos a seguir que llevan a comparaciones y no conseguir lo estipulado puede desencadenar frustraciones e impotencia. *Plastic* (2016) es un cortometraje que muestra esa dura realidad de una joven que no se siente bien con su cuerpo y su prioridad es poder cambiar el aspecto físico para poder gustar a los demás.

Actividades que se pueden tener en cuenta en el aula tras el visionado son:

- Atender a la propia autoimagen (self-image).
- Elaborar una lista con anotaciones sobre cómo una persona se ve así mismo/a y otra lista sobre cómo cree que otras personas le/a ven.
- Gestionar la autoimagen (self-image) vigilando los pensamientos negativos, inseguridades y complejos, para conseguir transformarlos en pensamientos positivos.

Un cortometraje de animación sobre las inseguridades que se producen en la mirada hacia el propio cuerpo es *Reflection* (2012). Louise tiene una cita con un chico y no se siente bien cuando se mira en el espejo. Se destacan primeros planos pintándose los labios e imitando a una modelo que aparece en una revista de moda. No le gusta lo que refleja el espejo y comienzan aparecer miedos, inseguridades, una baja autoestima que le lleva a enfadarse y enfrentarse a su propio reflejo como a su peor enemiga. De ahí que es necesario trasladar el mensaje de que no es el cuerpo sino la mente la que está actuando, siendo necesario modificar la forma de pensar y sentir.

Actividades que se pueden observar en el aula tras el visionado son:

- Conocer qué es la autoestima y los tipos de autoestima.
- Consejos para mejorar la autoestima.

*El cuerpo perfecto* (2017) también tiene un espejo como protagonista y es un cortometraje de animación en el que una persona con sobrepeso tiene miedo de enfrentarse a lo que el espejo refleja. Su vida cambia cuando uno de los espejos consigue transformarla en lo que siempre ha soñado tener una figura esbelta. Un cambio físico que la lleva a que comiencen a cambiar sus prioridades y actuar de una manera distinta ante la vida. La protagonista se convierte en una persona más superficial, egoísta, y comienzan a surgirle problemas que nunca había tenido antes. Eso le hace reflexionar y la lleva a querer volver a ser la persona que era antes. El cortometraje enseña la importancia de aprender a valorarse, a no compararse con nadie y a que, quien de verdad te quiere, te va a elegir como eres.

Actividades que se pueden trabajar en el aula tras el visionado son:

- Conocer qué es la inseguridad corporal.
- Elaborar una lista con las partes del cuerpo de la propia persona que desagrada o que le gustaría poder cambiar.
- Analizar la presión que hace el entorno y los medios de comunicación pudiendo provocar inseguridades a una persona sobre su aspecto y llevarla a comportarse de una manera distinta a la que realmente se es.

- Comparar si aspectos de la lista de la propia persona se corresponden con influencias a través de los medios.

Otro cortometraje de animación que se propone sobre la imagen corporal para analizar en el ámbito educativo es *What is Beauty?* (2018) un recorrido histórico de los cambios del cuerpo de la mujer. Una reflexión sobre cómo han ido cambiando los cánones de la belleza femenina para mostrar que no existe un modelo de belleza único y que en esa diversidad corporal se encuentra la riqueza.

Actividades que se pueden tener en cuenta en el aula tras el visionado son:

- Breve repaso del cuerpo de la mujer a través de la historia. Hacer ver cómo la belleza ha ido cambiando y seguirá cambiando por lo que no merece la pena obsesionarse. En la etapa romana la belleza de la mujer se caracterizaba por un rostro pálido, las arrugas las disimulaban con harina y sobre el culto al cuerpo ya los romanos en aquella época eran considerados metrosexuales. En la etapa griega la mujer atractiva era considerada como un problema, y a los griegos el canon de belleza que les gustaba eran caderas anchas y brazos blancos que blanqueaban con maquillaje de polvos. Para finalizar estos ejemplos en la Edad Media predominaban como belleza las caderas estrechas, senos pequeños y las mujeres pelirrojas eran despreciadas y consideradas brujas.

Cuando las personas evalúan su imagen les lleva a un juicio de valor pudiendo producirse una alteración (Muñoz López, 2014):

- o Alteración cognitivo-afectiva hacia el cuerpo: insatisfacción y sentimientos negativos que se suscitan a nivel personal.
- o Alteración perceptual: estímulos del exterior, causas emocionales vinculadas a falsas expectativas que se proyectan.

En los casos donde existen alteraciones los síntomas se presentan en cuatro niveles de respuestas:

- o Nivel psicofisiológico: respuesta de activación del Sistema Nervioso Autónomo (sudoración, temblor, dificultad respiratoria, etc.).
- o Nivel conductual: conductas de evitación, rituales de comprobación y tranquilización (realización de dietas, ejercicios físicos, etc.).
- o Nivel emocional: sentimientos que generan descontento por el cuerpo (vergüenza, pudor, retraimiento).
- o Nivel de insatisfacción: las personas pueden desarrollar trastornos referentes a la preocupación por su cuerpo.
  - Trastornos de la imagen corporal: exceso en preocupación por el aspecto físico.
  - Trastorno dismórfico corporal: debido a defectos leves o imaginarios que se convierten en excesivos e imprescindibles.
  - Trastornos de la conducta alimentaria: bulimia o anorexia.

## 6. Estudios sobre la influencia que pueden tener los medios en la imagen corporal de la mujer

Según una encuesta extraída del documental estadounidense *Miss representation* (2011): al 53% de las adolescentes de 13 años no les gusta su cuerpo y a los 17 años ese porcentaje

aumenta hasta un 78%, un 65% de adolescentes y mujeres adultas han tenido algún trastorno alimenticio debido a su aspecto físico durante algún momento de su vida y un 17% han vivido algún episodio de cortes o autolesiones (Siebel, 2011).

La revista *Pretty as a picture* ha presentado una encuesta realizada en 2011 por el comité de expertos Credos en Reino Unido. Para ello contó con 1000 chicas de edades comprendidas entre los 10 y 21 años. Les preguntaron qué les parecía que los medios retocaran fotografías para resaltar la belleza de los cuerpos femeninos: un 40% (Natural image) preferían una imagen natural sin retocar nada, un 36% (light cosmetic changes) que la modelo estuviera maquillada levemente, un 20% (altered body shape) que el cuerpo estuviera algo modificado y un 5% (ultrathin) que el cuerpo estuviera mucho más retocado realzando la delgadez. Con respecto a la pregunta: ¿Ver anuncios con modelos delgadas incita a perder peso? un 61% de preadolescentes estaban de acuerdo y un 55% de adolescentes también (Fraser, 2011).

Nemours Children's Health System realizó una encuesta en 2014 con 100 niñas de Estados Unidos sobre la presión que existe con respecto a la belleza y se obtuvieron los siguientes datos: un 19% no se sentían bellas, un 40% no se sentían seguras con su aspecto físico y un 50% no se gustaban en las fotos. La mitad de las niñas reconocían en la encuesta que estaban preocupadas por su peso (Children's of Alabama, 2014).

Muñoz López (2014) destaca, en sus estudios de la imagen corporal en la sociedad del siglo XXI, la implicación de los medios de comunicación en los hábitos dietéticos de la población y su influencia negativa en la propia percepción corporal, y expone que: un 69% de las preadolescentes y adolescentes reconocen que las fotografías de revistas de moda les influye en su concepto de la figura corporal ideal y a un 47% a perder peso debido a la influencia de esas imágenes. Subraya la autora que existe una semiología de la felicidad y del éxito canalizado en lo estético.

Según *Psychology today* revista de divulgación psicológica de Estados Unidos, publicó un estudio *Ads everywhere: The race to grab your brain* (2016) en el que destacaron los siguientes titulares: «Los jóvenes están expuestos a 5000 mensajes publicitarios al día por medio de la televisión, revistas, internet etc.» e indicaron que: «Una exposición de un mínimo de 60 minutos viendo imágenes en revistas de moda reduce la autoestima de una niña hasta un 80%». Otro estudio llevado por *Global beauty and confidence report* determinó que: 7 de cada 10 mujeres (69%) y 6 de cada 10 niñas (65%) creen que la belleza que se proyecta a través de los medios es poco realista (Dove, 2016).

La organización británica *Girlguiding* que realiza actividades en campamentos y eventos internacionales solo para chicas, realizó en 2016 una encuesta denominada *Girls' attitudes survey* (*Girlguiding*, 2016) a 1600 jóvenes de entre 7 y 21 años destacando que:

- Niñas con tan solo 7 años sienten vergüenza debido a su apariencia física.
- Una de cada cuatro jóvenes entre 7 y 10 años se sienten presionadas por tener un cuerpo 'perfecto'.
- Más de la mitad de niñas entre 7 y 10 años consideran que la apariencia es lo más importante y un 38% no se sienten lo suficientemente bellas.
- Un 61% se sienten bien con su aspecto físico ante un 39% que no se sienten bien con su aspecto físico.

Y otra encuesta realizada en 2017 a 1000 chicas entre 11 y 21 años también por la organización británica Girlguiding destacaron que: un tercio consideraba que la presión por construir una imagen perfecta en las redes sociales les estaba afectado a nivel emocional, 1 de cada 3 sufría la presión de parecer perfectas en internet y un 35% señalaban que su mayor preocupación en el entorno online se basaba en comparar sus vidas con la de los demás (Orozco, 2017).

Para finalizar este apartado se destaca el informe académico Dove Global Girls (2017) que examina el impacto que las niñas padecen en todo el mundo debido a las presiones que sienten por tener una determinada imagen corporal. Los estudios indicaron que casi la mitad de las niñas no tienen alta su autoestima con respecto a su aspecto físico y al no sentirse bien con su imagen 7 de 10 reconocían modificar sus hábitos alimenticios (Dove, 2017).

## 7. Resultado

Una imposición permanente de imágenes proyectadas en los medios de comunicación sobre la imagen corporal termina afectando directamente las percepciones que las niñas tienen de su cuerpo. Mediante los cortometrajes presentados y sus actividades de refuerzo se adquiere una mayor empatía cognitiva y habilidades de pensamiento analítico dando los siguientes resultados:

- La información presentada en el cortometraje mediante las imágenes perdura más en la mente que a través de palabras.
- Las debilidades que se muestran en el contenido ayudan para activar fortalezas.
- Se adquiere un mayor grado en conocimientos a través de la alfabetización mediática desarrollando capacidades críticas con respecto a los medios.
- Activan la autoestima como estrategia de estimulación consiguiendo una mayor motivación.
- Se obtiene un mayor aprendizaje en habilidades interpersonales (mejoras en toma de decisión, iniciativa y mayor seguridad).
- Transmiten valores educativos (rechazando formas de discriminación, señalando comportamientos perjudiciales para la sociedad, promoviendo hábitos saludables, etc.)
- Se alcanza un mayor compromiso sobre una realidad social debido a que se atraviesan filtros psicológicos por medio de las emociones.

Los resultados que se recogen de las investigaciones presentadas (2011-2017) destacan:

- o Insatisfacción corporal
  - A un 39% de niñas de 7 y 10 años no les gusta su cuerpo.
  - A un 40% de preadolescentes no les gusta su cuerpo.
  - A un 53% de las adolescentes de 13 años no les gusta su cuerpo.
  - A un 78% de las adolescentes de 17 años no les gusta su cuerpo.
  - Un 50% de niñas de 7 y 10 años consideran que la apariencia física es lo más importante.
- o Trastornos alimenticios por preocupaciones de peso
  - Un 65% de adolescentes y mujeres adultas reconocen haber padecido o padecer algún trastorno alimenticio.
  - Un 70% de preadolescentes reconocen modificar sus hábitos alimenticios por no sentirse bien con su físico.

- o Influencia de los medios en la idealización de la belleza
  - Un 35% de niñas entre 11 y 21 años sufren presión por querer parecer perfectas en internet.
  - Un 50% de preadolescentes no se gustan cuando se ven en fotos.
  - Un 25% de niñas de 7 a 10 años se sienten presionadas por deber tener un cuerpo 'perfecto'.
  - Un 69% de preadolescentes y adolescentes reconocen que las revistas de moda las influyen.
  - Un 47% de preadolescentes y adolescente reconocen que los medios las influyen para perder peso.
  - Un 40% de preadolescentes y adolescentes prefieren una imagen natural sin retocar.
  - Un 69% de mujeres y un 65% de niñas creen que la belleza que se proyecta a través de los medios no es auténtica.

## 8. Conclusiones

Antes se dedicaba tiempo a aprender a leer (lecto-escritura) de forma comprensiva y capacidad interpretativa, pero actualmente con las nuevas tecnologías es necesario, además saber ver y leer los códigos y su significado (lecto-audiovisual), para adquirir una mayor conciencia y sentido crítico de lo que se ve y oye, debido a que lo que se proyecta no es neutral. Aplicaciones como Air brush, FaceTune, Selfie editor, YouCam Perfect o Perfect 365, permiten realizar al usuario una especie de cirugía estética virtual en el que se retoca tono de piel, brillo, color de ojos, blanqueamiento de dientes, color de pelo, cambiar gestos de la cara como una sonrisa, retocar cuerpos, etc. Obsesionarse comparándose con las imágenes que proyectan los medios cada vez más imposibles de alcanzar hace que lo único que se consiga sea reforzar conductas competitivas o sistemas de evaluación, pudiendo llevar a la frustración o como se demostró en el cortometraje de animación *El cuerpo perfecto* (2017).

La etapa infantil y juvenil destaca por ser más ingenua, vulnerable y un público que pasa mucho tiempo transitando por la red social, motivo que hace que las marcas presenten un mayor interés por ese target y se acerquen hablándoles su mismo lenguaje. Según los resultados extraídos a medida que las niñas van haciéndose adolescentes surge una mayor preocupación por su imagen de un 39% a un 78%. Y los medios no solo influyen sino que un 25% de niñas de 7 a 10 años se siente presionadas por ellos.

Una situación que debe llevar a una reflexión individual desde las propias familias, los educadores y los medios de comunicación, ya que sus actuaciones llevan a consecuencias que derivan en problemas de salud tanto físicos como psicológicos. Los resultados han indicado que tanto preadolescentes, adolescentes como mujeres durante alguna etapa de sus vidas han modificado sus hábitos alimenticios por razón no de peso sino de imagen. Y la mitad de las preadolescentes y adolescentes reconocen que la imagen que se proyecta influye en sus decisiones de perder peso.

Las modas son pasajeras y ante cualquier influencia negativa que los medios puedan ejercer, es necesario sacar la personalidad como el mejor accesorio. Alice Walker ya lo decía con respecto a cómo los medios captan a su público: «La forma más común de que la gente te entregue su poder, es que crea que no lo tiene».

## 9. Referencias bibliográficas

- Carbonell J. y Tort A. (2006). La educación y su representación en los medios. Madrid: Morata.
- Children´s of Alabama (2014). Lo que dicen las niñas sobre: la presión que existe para ser bonita. Recuperado de: [https://kidshealth.org/ChildrensAlabama/es/kids\\_ctg](https://kidshealth.org/ChildrensAlabama/es/kids_ctg)
- Cobo, R. (2015). El cuerpo de las mujeres y la sobrecarga de Sexualidad. Investigaciones Feministas 17, 7-19.
- De Miguel, A. (2015). Neoliberalismo sexual. El mito de la libre elección. Madrid: Cátedra.
- Dove (2016). ¿Crees que su percepción de belleza está distorsionada por la influencia de los medios? Recuperado de: <https://www.dove.com/us/es/dove-self-esteem-project/help-for-parents/media-and-celebrities/beauty-distorted-by-media.html>
- Dove (2017). Girls and beauty confidence: The Global report. Recuperado de: [https://www.unilever.com/Images/dove-girls-beauty-confidence-report1240\\_en.pdf](https://www.unilever.com/Images/dove-girls-beauty-confidence-report1240_en.pdf)
- Fernández, M. (2015). No es el deseo de ser bella lo que está mal, sino la obligación de serlo. Cultura colectiva. Recuperado de: <https://culturacolectiva.com/estilo-de-vida/no-es-el-deseo-de-ser-bella-lo-que-esta-mal-sino-la-obligacion-de-serlo>
- Fraser, K. (2011). More diversity in advertising. Pretty as a picture. Recuperado de: <https://www.adassoc.org.uk/wp-content/uploads/2019/01/Pretty-as-a-picture.pdf>
- Ginsburg, A. (directora). (2018). What is beauty? [cinta cinematográfica]. Estados Unidos: CNN
- Girlguiding (2016). Girls´attitudes survey. Recuperado de: <https://www.girlguiding.org.uk/globalassets/docs-and-resources/attitudes-survey-2016.pdf>
- Grande-López, V. y Pérez García, A. (2016). Personajes de animación con discapacidad a través de una perspectiva educativa. Creatividad y Sociedad (25) 259-283.
- Jhang, J. (director). (2017). El cuerpo perfecto [cinta cinematográfica]. China: Beauty maker.
- Lorente, M. (2009). Los nuevos hombres nuevos. Los miedos de siempre en tiempos de igualdad. Barcelona: Destino.
- Masterman, L. (1993). La enseñanza de los medios de comunicación. Madrid: De la Torre.
- Mernissi, F. (2001). El harén en Occidente. Madrid: Espasa
- Mulvey, L. (1988). Placer visual y cine narrativo. Fundación Instituto Shakespeare, University of Minnesota.
- Muñoz López, A. M. (2014). La imagen corporal en la sociedad del siglo XXI. [Trabajo de Fin de

Grado]. Grado en enfermería. Facultad de Medicina y Ciencias de la Salud. Universidad Internacional de Cataluña

Orozco, D. (2017). Dos de cada tres chicas siente presión por parecer 'perfectas' en redes sociales. Tecnoexplora. Recuperado de: <https://www.lasexta.com/tecnologia-dos-cada-tres-chicas-siente-presion-parecer-%E2%80%98perfectas%563f.html>

Prieto, R. (guionista y director). (2013). Likeness [cinta cinematográfica]. Estados Unidos: Candescend Films.

Santamaría de la Piedra, E. y Meana Peón, R. (2017). Redes sociales y «fenómeno influencer». Reflexiones desde una perspectiva psicológica. Miscelánea comillas, 147, 443-469.

Schilder, P. (1935): The image and appearance of the human body. London : K. Paul Trench Trubner & Co.

Serrano, B. (2013). Hipersexualización de la infancia: cuando los niños crecen antes de tiempo. Bebes y más. Recuperado de: <https://www.bebesymas.com/educacion-infantil/hipersexualizacion-de-la-infancia-cuando-los-ninos-crecen-antes-de-tiempo>

Siebel J. (productora y directora). (2011). Miss Representation [cinta documental]. Estados Unidos: Girls Club Entertainment

Tamura, Y. (director). (2012). Reflection [cinta cinematográfica]. Francia: Planktoon.

Verdú Delgado, A. D. (2018). El sufrimiento de la mujer objeto. Consecuencias de la cosificación sexual de las mujeres en los medios de comunicación. Feminismo, 31, 167-186.

Walter, N. (2010). Muñecas vivientes. El regreso del sexismo. Madrid: Turner Publicaciones.

Widyanata, S. (directora). (2008). Plastic [cinta cinematográfica]. Australia: Australian Film Television and Radio School.

Yubero, S., Larrañaga, E. y Sánchez, S. (2013). ¿Somos princesas? Mujeres en la literatura infantil y juvenil. Centro de Estudios de Promoción de la Lectura y Literatura Infantil (CEPLI), Facultad de Educación y Humanidades, Cuenca.

### **CURRICULUM VITAE. Víctor Grande-López**

Diplomado en Turismo y Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Cádiz, profesor y actualmente doctorando en comunicación también por la Universidad de Cádiz e investigador en el grupo de investigación Sej 590 Neurociencia, comunicación estratégica y marketing. Sus investigaciones se centran en la neurociencia y educomunicación. Comprometido en proyectos universitarios ha estado colaborando en la Radio Educom, vinculada al Grupo de Investigación HUM 818 Educación y Comunicación de la Universidad de Cádiz.

## La presencia de las mujeres deportistas en la prensa regional en España. Un análisis de la fotografía de portada

### The presence of sportswomen in regional press in Spain. A study of front-page main images

#### AUTORES:

José Luis Rojas Torrijos. Doctor en Periodismo.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7390-9843>

Departamento de Periodismo II. Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla  
[jlrojas@us.es](mailto:jlrojas@us.es) Twitter: @rojastorrijos

Miguel Ángel Jimeno López. Doctor en Comunicación.

Departamento de Proyectos Periodísticos. Facultad de Comunicación.  
Universidad de Navarra  
[majimeno@unav.es](mailto:majimeno@unav.es) Twitter: @majimeno

#### Resumen

Investigaciones académicas han señalado en reiteradas ocasiones que la información deportiva se comporta como un ámbito excluyente con la mujer profesional del deporte, cuya poca visibilidad mediática no se corresponde ni con la creciente participación ni con los éxitos conseguidos por el deporte femenino en los últimos años. En este estudio se analiza la presencia de la mujer deportista en las imágenes de portada en la prensa regional española durante todo el año 2018. La fotografía de portada se constituye como el principal reclamo de la primera página, en la que a su vez se reflejan cuáles son los criterios editoriales seguidos por cada medio. La muestra de análisis la forman nueve diarios de proximidad que cuentan con destacadas secciones de Deportes: *El Correo*, *El Diario Vasco*, *El Periódico*, *Diario de Navarra*, *Ideal de Granada*, *Heraldo de Aragón*, *La Vanguardia*, *La Verdad* y *La Voz de Galicia*. Además, a modo comparativo, se incluyen dos periódicos de difusión nacional (*El Mundo* y *El País*) y uno puramente deportivo (*Marca*). Los resultados

#### Abstract

Research on sports journalism has stressed repeatedly an underrepresentation of sportswomen in the news agenda. This does not correspond to the increasing female participation and success in sports these last years. This study analyses the presence of sportswomen in the front-page main images from regional newspapers in Spain during 2018, a complete year-period. The main photograph turns out to be the first attraction to readers in the front page, which also indicates editorial decision-making at each media outlet. The sample for this analysis is comprised of nine local and regional dailies with outstanding sports desks: *El Correo*, *El Diario Vasco*, *El Periódico*, *Diario de Navarra*, *Ideal de Granada*, *Heraldo de Aragón*, *La Vanguardia*, *La Verdad* and *La Voz de Galicia*. Besides, to come to comparative results, two national (*El Mundo* and *El País*) and one sports newspaper (*Marca*) are included in this study. Results show sportswomen are more visible in regional daily newspapers rather than in national ones and always appear in relation to

del estudio señalan que la prensa diaria regional da más visibilidad a las mujeres deportistas que medios con alcance nacional y que las muestran siempre en relación con su deporte y sin connotaciones peyorativas en el tratamiento textual y visual de la información.

**Palabras clave:** Periodismo deportivo, periodismo local, prensa diaria, deporte femenino, género, fotoperiodismo

sports and without any pejorative connotation in texts or images.

**Key words:** Sports journalism, local journalism, daily press, women sports, gender

## 1. Introducción

La mayor parte de las investigaciones académicas sobre medios deportivos de los últimos décadas muestran que estos generalmente se centran mucho más en cubrir el deporte masculino que el femenino, independientemente de la modalidad, el nivel de competición, la edad de los deportistas, el tipo de medio o el país de procedencia (Bernstein y Kian, 2013). Algunos de estos estudios se refieren al ámbito del deporte como “una hegemonía cultural masculina” (Whiteside y Hardin: 2013, 149) que tiene su reflejo en la todavía escasa visibilidad mediática del deporte practicado por mujeres.

En el análisis de la prensa deportiva en España (Sainz de Baranda, 2013) los datos hablan por sí solos: la mujer es sujeto noticioso en el 5,11% de los casos, unas veces sola (2,18%) y otras acompañada por hombres (2,93%), mientras que el hombre protagoniza el 92,2% de las noticias. Asimismo, se indica que en los titulares solo aparecen nombres femeninos en el 2% de los casos, únicamente en un 0,81% de las referencias se incluyen citas de mujeres y en casi el 50% los logros de las mujeres deportistas quedan reducidos a un breve.

Si atendemos a lo que ocurre en el medio televisivo, la situación es similar. Así, según el Consejo Audiovisual de Andalucía (2016), el deporte practicado por mujeres ocupa un promedio del 2,2% del tiempo de las noticias, mientras que el deporte masculino (fútbol, en su gran mayoría) domina abrumadoramente las noticias deportivas de los informativos, con un promedio del 94,8% del tiempo. La desproporción entre ellos y ellas también tiene en cuenta los tiempos de palabra de los protagonistas: ellos intervienen un 97,8% del tiempo, mientras que ellas lo hacen solo en un 2,2%.

No se trata de una situación nueva ni mucho menos, si bien es cierto que el paso del tiempo hace aún más evidente este desequilibrio. Diversos autores indican que sigue faltando una apuesta editorial más decidida por parte de las empresas periodísticas para informar con regularidad de mujeres deportistas sin necesidad de esperar a la consecución de un éxito extraordinario en un campeonato importante, una medalla en Juegos Olímpicos o en un Mundial de la disciplina, para que estas profesionales aparezcan (Sanz et al.: 2015, 28).

Tampoco se trata de una realidad circunscrita a un territorio determinado, sino que por el contrario es global. De hecho, los estudios sobre periodismo deportivo con perspectiva de género tienen más de dos décadas de tradición, desde que en 1995 Miller y Miller reivindicasen en EE.UU. una mayor visibilidad no solo de las mujeres deportistas en los medios, sino también una mejor consideración para las reporteras que trabajan en unas redacciones de Deportes muy

masculinizadas y que, por tanto, adolecen de falta de diversidad (Hardin y Shain: 2006b, 153).

Precisamente a este respecto responde el informe que realiza el Women's City Center sobre la realidad de los medios estadounidenses. En el estudio correspondiente a 2017, se afirma que las mujeres solo representan el 9,8% de los redactores y editores deportivos en medios y apenas ocupan lugares visibles ni como locutores o conductores de programas ni en puestos de responsabilidad en las redacciones de los periódicos.

Varias investigaciones subrayan la existencia de una relación causal directa entre la poca presencia de firmas de periodistas mujeres y la escasa representación del deporte femenino en los medios (Hardin y Shain, 2006). De esta forma, una estructura organizativa en las empresas periodísticas que sigue siendo hegemoníamente masculina en deportes también hace que esa jerarquía informativa prevalezca (Bersntein y Kian: 2013, 319).

Así lo recoge, por ejemplo, el estudio *Play the Game, The International Sports Press Survey*, que explora y compara las noticias deportivas publicadas en 80 periódicos de 22 países diferentes. Aquí se concluye que el 92% de las informaciones están firmadas por hombres y que el 85% de la cobertura se refiere al deporte masculino, mientras que el femenino apenas copa el 9% de las noticias (Horky y Nieland, 2013).

De todos estos estudios se extraen varias lecturas. La primera incide en que la invisibilidad mediática de la mujeres deportistas no solo es cuantitativa, sino que vas más allá de las estadísticas y se manifiesta también en el tratamiento que reciben: dónde y cómo aparecen, y cuál es el lenguaje, textual y visual, que se emplea para referirse a ellas.

De esta forma, se evidencia que el ámbito de la información deportiva sigue siendo excluyente con la mujer profesional del deporte y sigue construyendo un discurso desde un prisma androcéntrico (Rojas Torrijos, 2010), como si solo fueran hombres quienes hacen deporte, lo siguen y consumen deporte o escriben sobre ello. La aparición de la mujer en el deporte y en el periodismo deportivo se sigue viendo, a día de hoy, como algo extraordinario, lo que acaba reforzando viejos estereotipos culturales y mediáticos (Ramon, 2016).

Por otra parte, la tendencia de ciertos contenidos hacia el infoentretenimiento tampoco ayuda a corregir esta desigualdad. La creciente banalización y la espectacularización de ciertos espacios y programas deportivos en todo tipo de plataformas (Rojas Torrijos, 2015), especialmente las audiovisuales y digitales, ha reforzado los argumentos de quienes consideran esta área informativa como un "departamento de juguete" (Rowe, 2007). Se trata de una forma de minusvalorar lo que ahí se hace, tanto desde fuera como desde incluso dentro de la profesión, muy especialmente cuando desde los periodistas deportivos de medios tradicionales se trata de marcar una línea divisoria respecto a lo que hacen compañeros de los nuevos medios digitales (McEnnis, 2018).

Asimismo, la prevalencia del fútbol por exceso ha permitido que en una época en la que los deportes ocupan más espacio que nunca en televisión, se dé la paradoja de que "ahora la información deportiva parece estar ausente" (Díaz Arias: 2017, 155). Esa mayor vocación de los espacios deportivos hacia el infoentretenimiento se ha traducido en la propagación de

contenidos pseudonoticiosos, alejados de la competición y más próximos a la vida íntima de los futbolistas, que arrinconan aún más los logros profesionales de las mujeres deportistas y transmiten la sensación de que los medios deportivos ni quieren ni buscan a la aficionada.

Además, muchos estudios sobre el discurso del periodismo deportivo desde una perspectiva de género se centran en el uso del lenguaje. Aquí se pone de relieve la continua cosificación de la mujer deportista, que en ocasiones se convierte en un reclamo físico. El discurso periodístico se plaga así de una adjetivación superflua, referida a atributos que nada tienen que ver con la profesionalidad o el desarrollo de la actividad de la mujer deportista, sino más bien a aspectos de su físico o vida personal (Lledó, 2009; Bengoechea et al., 2010). Incluso otras mujeres que no compiten, novias o familiares de futbolistas, llegan a copar más protagonismo que las propias deportistas. Es el fenómeno que Sáinz de Baranda denomina en su tesis doctoral (2013) "las invitadas" de la prensa deportiva.

Entre los rasgos discursivos del periodismo deportivo que hacen evidente que el tratamiento que reciben las mujeres deportistas es desigual respecto a los atletas hombres, Guerrero (2017, 113-110) destaca tres: la constante comparación a la que se ven sometidas cuando sus actuaciones se valoran en relación con el deporte masculino; la información sobre aspectos que nada tienen que ver con la información del mundo del deporte; y la abundancia de referencias constantes a la belleza y apariencia física.

Esto último está de nuevo ligado a un uso sexista del lenguaje, "desproporcionadamente" dirigido hacia características no deportivas en el caso de las mujeres, mientras que de ellos se destaca más lo profesional o meramente competitivo. Así lo pone de manifiesto el estudio *Language, Gender and Sport*, publicado en 2016 por la Universidad de Cambridge sobre coberturas de medios británicos durante los Juegos Olímpicos de Río. Dentro de estos modelos lingüísticos, se han observado incluso preguntas y formas de dirigirse a los protagonistas en ruedas de prensa que varían en función del sexo del deportista (Liye et al. 2016).

Esta visión sobre el periodismo deportivo como un ámbito informativo donde existe un sesgo de género ha trascendido al propio ámbito del deporte y se ha consolidado incluso en estudios académicos sobre periodismo. Así Harcup en su *Oxford Dictionary of Journalism* (2014, p. 286), señala lo siguiente en la entrada referida al reportero deportivo:

"La cobertura que realizan los medios deportivos convencionales suele ser señalada como sexista por prestar mucha mayor atención a los deportistas masculinos que a las féminas y porque el tratamiento informativo que reciben las mujeres (tanto las deportistas como las esposas, novias o compañeras de deportistas famosos) a veces tiene que ver más con su apariencia física que con sus proezas"

Se trata pues de un periodismo deportivo que, lejos de su naturaleza, parece informar poco, o menos de lo que debiera, sobre deporte.

Queda por ver si toda esta situación discriminatoria hacia la mujer deportista se produce también en las secciones de Deportes de la prensa diaria de difusión regional. Hasta ahora la mayor parte de los estudios académicos que versan sobre periodismo deportivo se han centrado en la particularidad de los medios impresos especializados (Alcoba, 2005), en la emergencia

de nuevos géneros en el ámbito digital (Paniagua, 2002), o bien en el tratamiento particular y diferenciado que suelen recibir los contenidos deportivos en programas y espacios de radio (Pérez, 2014) o televisión (Blanco, 2000).

En la literatura académica sobre esta área de especialización tradicionalmente se ha dejado de lado a la información deportiva que suele hacerse en la prensa regional, pese a ser de largo la más numerosa en cuanto a número de cabeceras y pese al papel clave que estos contenidos desempeñan en el periodismo de proximidad a la hora de hacer comunidad (López y Maciá, 2006). Dentro de esta estrategia, el deporte, y muy especialmente el fútbol, se convierte en una temática clave que de manera habitual aparece en las portadas del día con el fin de atraer la atención del lector y reforzar los vínculos de pertenencia de los ciudadanos a una ciudad o un territorio determinado (Jimeno y Rojas, 2017).

Si bien la mayor parte de los estudios sobre prensa local, regional o de proximidad han pasado por alto la realidad particular de las secciones de deportes, sí se apunta en esos trabajos los rasgos definitorios de este tipo de periodismo y que también son aplicables por extensión a la información especializada en deportes que se hace en esos diarios, sobre todo en lo relativo a la cercanía con las fuentes que conviven a diario con los periodistas, la profundización temática y el carácter de servicio público tan importante que presta a la ciudadanía (Esteve, 2002). Tampoco se ha abordado desde el ámbito académico la información sobre deporte femenino que se publica en las páginas de las secciones de Deportes en los diarios locales y regionales. Por ello resulta especialmente novedoso y de interés conocer, en primer lugar, el tratamiento informativo que recibe la mujer deportista en las cabeceras de proximidad, de su ciudad o comunidad autónoma, y, además, comprobar en qué medida esa presencia es mayor que la que suele lograr en medios de comunicación de alcance nacional, incluso los puramente deportivos a tenor de los estudios antes mencionados.

## 2. Objetivos y metodología

Por todo ello, el presente estudio trata de responder a esa carencia de investigaciones desarrolladas desde la Universidad sobre la materia y tiene como principal objetivo analizar la presencia de la mujer deportista en la prensa regional española a través de su aparición en las portadas. Este análisis es relevante porque en las primeras páginas se plasman los criterios de selección y jerarquización de los temas del día en cada medio; son definitorios, por tanto, de sus políticas editoriales.

### 2.1. Objetivos e hipótesis

De esta forma, nos planteamos como principales objetivos de la investigación:

1. Analizar si la prensa regional y local da una visibilidad suficiente a la mujer deportista.
2. Analizar si la presencia de la mujer deportista en este tipo de prensa se corresponde con una creciente participación o con un mayor número de éxitos conseguidos en los últimos años.
3. Analizar si esa visibilidad de la mujer deportista es mayor que en medios nacionales y puramente deportivos dado que existe un vínculo de proximidad entre el medio y la atleta.

4. Y, por último y con carácter contextualizador, evaluar la importancia de los contenidos deportivos en la prensa diaria regional a la hora de hacer comunidad y atraer así la atención de la ciudadanía.

Nuestra hipótesis de punto de partida es que la creciente participación de mujeres deportistas y el mayor número de éxitos conseguidos por ellas en importantes competiciones en los últimos años, así como su posible mayor presencia en las secciones de los diarios regionales, no se corresponden con su presencia en las portadas, aún menor, a pesar de que pueda tratarse de atletas nacidas o afincadas en las ciudades y comunidades autónomas donde se publican esos diarios.

No obstante, trazamos, a modo de comparación con otro tipo de medios, la siguientes subhipótesis de trabajo:

1. La prensa diaria regional da más visibilidad y es menos discriminatoria con la mujer deportista que la prensa puramente deportiva y otros espacios deportivos de medios generalistas en radio y televisión.
2. No solo da más visibilidad sino que, además, lo hace en un variado número de deportes. Esto es, va mucho más allá del fútbol, tónica dominante en la prensa deportiva en España, como señalan los estudios antes mencionados.
3. El atractivo y el poder visual del deporte de competición hacen que este cope de forma habitual la fotografía principal de la portada de los diarios.
4. Pese a la diversificación temática por la imagen deportiva, el fútbol sigue siendo la modalidad a la que se dedican los mayores espacios y, dentro de este, principalmente el equipo de la ciudad.

## 2.2. Metodología

Con el fin de cumplir los objetivos de la investigación y validar la hipótesis y las subhipótesis formuladas, se ha desarrollado un estudio en dos fases diferenciadas que analiza la presencia de la mujer deportista en la prensa regional española a través de la imagen principal de portada.

En primer lugar, se han tomado como muestra todas las primeras páginas publicadas en sus ediciones en papel por un total de doce diarios a lo largo de todo el año 2018.

Los diarios elegidos cuentan con destacadas secciones de Deportes dentro del conjunto de la prensa española. Estos son: *El Correo*, *El Diario Vasco*, *Diario de Navarra*, *Ideal de Granada*, *Heraldo de Aragón*, *La Verdad* y *La Voz de Galicia*.

A estos hemos agregado las secciones de Deportes de *La Vanguardia* y *El Periódico*, dos diarios que, si bien son de difusión nacional, tienen una marcada raigambre regional, como lo demuestran precisamente los contenidos de sus secciones deportivas.

Por último, y con el fin de comparar y extraer más resultados, añadimos a este estudio tres periódicos más: por un lado, dos generalistas nacionales de referencia (*El Mundo* y *El País*); y, por otro, el diario deportivo con mayor difusión (*Marca*).

Es importante puntualizar que en esta investigación se analiza solo la gran imagen de portada. En esta primera página puede haber noticias deportivas que también puedan ser protagonizadas por mujeres.

El análisis de todas las portadas se realizará en tres fases con el fin de ir cribando los datos desde lo más general hacia lo más particular y, de esta forma, ir obteniendo resultados válidos que respondan a los objetivos de la investigación:

1. El número y el porcentaje de portadas respecto al total dedicadas a la información deportiva.
2. De esas portadas cuya imagen principal es deportiva, el número y el porcentaje de las que destacan el equipo de fútbol local.
3. Por último, el número y porcentaje de portadas protagonizadas por una mujer deportista.

Por consiguiente, el análisis de cada portada se centrará, en primer término, en la identificación de la temática deportiva o no de la fotografía principal que suele ocupar a diario esa primera página; y, en segundo término, qué modalidades, qué equipos y qué deportistas son quienes ocupan mayor protagonismo y por qué.

Asimismo, el estudio se contextualiza a través de una comparación de la presencia de la mujer deportista en las primeras páginas de *El País*, *El Mundo* y *Marca*, con el objetivo de establecer el grado de importancia que cada tipo de diario otorga a las atletas como reclamo informativo en portada.

En suma, el análisis del tratamiento informativo de la mujer en las portadas medios impresos regionales será tanto cuantitativo como cualitativo. Por una parte, se trata de evaluar el grado de invisibilidad o infrarrepresentación de las profesionales del mundo del deporte en España y, por otro lado, de cualificar la manera en la que el periodismo deportivo local informa sobre ellas en cuanto a la aplicación de criterios de selección temática, de jerarquización informativa dentro de las primeras páginas de sus ediciones, y también del tratamiento fotográfico que recibe.

### 3. Resultados

Del total de portadas publicadas por los medios impresos seleccionados a lo largo de 2018, fueron 680 las primeras páginas publicadas con una fotografía de apertura de temática deportiva<sup>(1)</sup>. Esto supone que la información deportiva protagonizó ese espacio preferente en un 17,2% del total de las ediciones de ese año en la suma de periódicos analizados.

La relevancia de los contenidos deportivos en la prensa regional española es aún más manifiesta si atendemos a las diferencias numéricas y porcentuales entre algunos diarios (Ver TABLA 1). Así, *El Diario Vasco* sobresale entre los periódicos locales y regionales como el que más número de portadas dedicó al deporte, con una suma de 127, lo que representa un 35% del total. A continuación, y por este orden, aparecen: *El Correo*, con 100 portadas (27,6%); *La Voz de Galicia*, con 88 (24,3%); *Diario de Navarra*, con 87 (24%); *La Verdad de Murcia* y *Heraldo de Aragón*, ambos con 81 (22,3%); e *Ideal de Granada*, con 62 (17,1%).

**TABLA 1: Portadas deportivas**

Diario	Portadas deportivas	% del total
El Diario Vasco	127	35%
El Correo	100	27,6
La Voz de Galicia	88	24,3
Diario Navarra	87	24
La Verdad	81	22,3
Heraldo	81	22,3
Ideal	62	17,1
El Periódico	34	9,3
La Vanguardia	32	8,8
El Mundo	26	7,1
El País	18	4,9

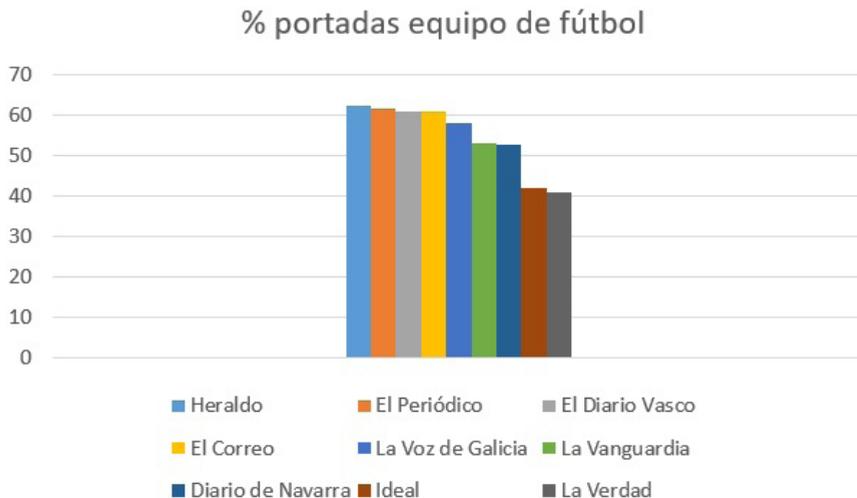
Fuente: elaboración propia.

En comparación, los diarios catalanes con difusión nacional pero con secciones de Deportes de marcado cariz territorial son los que menos veces abrieron con una foto deportiva en portada: *El Periódico* lo hizo en 34 ocasiones (9,3% del total) mientras que en *La Vanguardia* las primeras deportivas fueron 32 (8,8%). Por su parte, los diarios generalistas nacionales analizados le concedieron menos importancia a la fotografía deportiva de portada que los diarios regionales. Así, el deporte fue protagonista en solo 26 primeras de *El Mundo* (7,1%) frente a las 18 de *El País* (4,9%).

Una vez cuantificado el número de portadas dedicadas a la temática deportiva, la segunda segmentación del análisis incide en conocer qué porcentaje de esas portadas de la prensa regional tienen en su fotografía principal al equipo de fútbol (masculino) de la ciudad o la comunidad autónoma correspondiente. De esta forma, se trata de observar el grado de futbolización existente también en la información deportiva que se hace en este tipo de prensa.

A este respecto, de los nueve diarios con vocación regional que conforman la muestra, cabe destacar en primer lugar (Ver GRÁFICO 1) cómo el *Heraldo de Aragón* es el periódico que más protagonismo le da al equipo de su ciudad, el Real Zaragoza. Lo hace en 50 ocasiones, lo que significa el 62,5% del total de las portadas con apertura deportiva.

### GRÁFICO 1: %Portadas equipo de fútbol

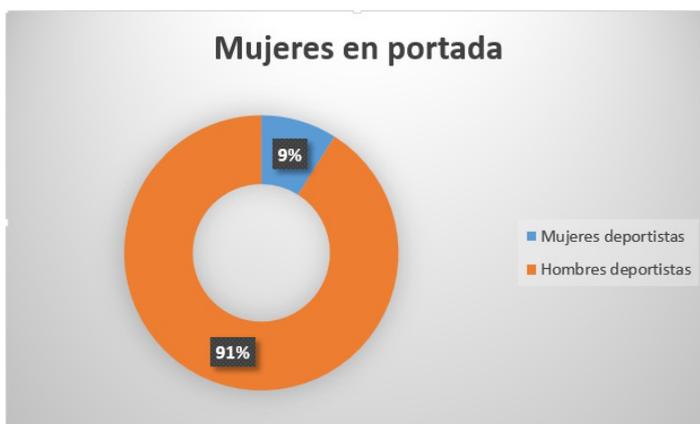


Fuente: elaboración propia.

Tras él, figuran *El Periódico de Catalunya* sobre el F.C. Barcelona (61,7%, 21 portadas), *El Diario Vasco* sobre la Real Sociedad (61%, 78), *El Correo* sobre el Athletic de Bilbao (61%, 61), *La Voz de Galicia* sobre el Deportivo de La Coruña (57,9%, 51), *La Vanguardia* sobre el F.C. Barcelona (53,1%, 17) y *Diario de Navarra* sobre Osasuna (52,8%, 46). Con porcentajes inferiores al 50% aparecen *Ideal* sobre el Granada (41,9%, 26) y *La Verdad* sobre el Real Murcia (40,7%, 33).

Un tercer estadio de ese análisis pone el foco en la presencia de la mujer deportista en relación con el conjunto de las portadas dedicadas al mundo del deporte. Así, durante 2018 los doce diarios analizados publicaron un total de 61 portadas con una fotografía protagonizada por una mujer deportista. Esto representa casi el 9% de las 680 portadas publicadas sobre deporte. Por tanto, el 91% del total de primeras versaron sobre deporte masculino (Ver GRÁFICO 2).

### GRÁFICO 2: Mujeres en portada



Fuente: elaboración propia.

Por diarios, la clasificación por número de portadas dedicadas a la mujer está encabezada por tres diarios regionales: *La Verdad*, con un total de 12 portadas, lo que representa un 15% de la suma de primeras sobre deporte; *La Voz de Galicia*, con 11 (12,6% del total); y *El Diario Vasco*, con 9 (7%).

El único diario deportivo que forma parte de la muestra en esta investigación, *Marca*, aparece a continuación con 8 portadas, lo que significa apenas un 2,2% de total de las primeras publicadas a lo largo de todo un año.

Otros rotativos regionales como *Diario de Navarra*, con 6 portadas (6,8%); *Ideal*, con 5 (8%); y *El Correo*, con 4 (4%) dedicaron en términos absolutos más espacio a la imagen de la mujer en primeras páginas que el generalista nacional *El País* (3 portadas), que, sin embargo, cosecha el porcentaje más elevado de todos los diarios de la muestra, con un 16,6% del total de las portadas sobre deporte.

Por último, *Heraldo de Aragón* otorgó protagonismo a la mujer en dos ocasiones (2,5% del total), frente *El Mundo* (una sola portada, 3,8%) y los diarios catalanes *La Vanguardia* y *El Periódico*, que a lo largo de todo el ejercicio no publicaron ni una sola portada con protagonismo gráfico de mujeres deportistas.

### 3.1. Una medición cualitativa

Desde un punto de vista cualitativo, la presencia de deportistas en la gran imagen de portada en la prensa regional española analizada a lo largo de 2018 arroja también unos resultados significativos.

En un año marcado deportivamente por la celebración del Mundial de fútbol masculino en Rusia, y, en menor medida por la poca tradición que hay en España, por los Juegos Olímpicos de Invierno en Pyeongchang (Corea del Sur), la atención de los diarios regionales y locales se centró en los logros de "los suyos", sobre todo si "los suyos" aúnan sentimientos identitarios de pertenencia a un territorio y hacen comunidad.

Así, por ejemplo, sucedió con el golfista vasco Jon Rahm, que fue la gran apuesta de *El Correo*, al protagonizar hasta seis portadas del diario. La presencia de Rahm estuvo justificada por sus excelentes resultados, como su aportación al triunfo de Europa en la Ryder Cup venciendo a Tiger Woods, el cuarto puesto en el PGA Championship o el triunfo en el Campeonato de España, entre otros.

Y entre las mujeres deportistas, ocurrió algo similar. Al margen de dos casos paradigmáticos que no quedan recogidos en este estudio, como Carolina Marín (elegida por la agencia EFE la mejor deportista del año, que se convirtió en tricampeona mundial de bádminton y copó numerosas portadas en el diario de su ciudad, *el Huelva Información*) y Lydia Valentín (campeona de Europa y del mundo de halterofilia, que lució sobremanera en el *Diario de León*), las cabeceras locales hicieron un especial seguimiento de deportistas y equipos femeninos en función de sus resultados en competiciones nacionales e internacionales.

IMAGEN 1: Izquierda: Ana Carrasco, portada de *La Verdad*. Derecha: María Pérez en *Ideal*.



De esta forma, en las portadas de la prensa regional en 2018 que tuvieron como protagonista en la imagen principal al deporte femenino, sobresalieron figuras como la piloto murciana Ana Carrasco, primera mujer campeona del mundo de motociclismo, con cinco portadas en *La Verdad* (un par de ellas compartidas con el ciclista Alejandro Valverde); o la atleta granadina María Pérez, cuya imagen copó tres primeras páginas de *Ideal* tras proclamarse campeona de Europa de 20 kilómetros marcha (Ver IMAGEN 1).

IMAGEN 2 Portadas de *El Diario Vasco*: izquierda, el Bera Bera; derecha, la Real de hockey.



Los éxitos locales más celebrados también fueron de los equipos femeninos más representativos de cada ciudad. Así aparecieron en portada los triunfos en campeonatos de Liga del Bera Bera en balonmano o de la Real Sociedad de hockey hierba, ambos en *El Diario Vasco* (IMAGEN 2), el rotativo regional que más veces concedió la foto principal al deporte.

Aunque en el conjunto de las portadas sobre deporte femenino aparece una gran diversidad de modalidades, muchas de ellas menos habituales en los medios y secciones de Deportes nacionales (balonmano, gimnasia artística, hockey patines, remo, piragüismo, sófbol o halterofilia), aquí también cobra especial protagonismo el fútbol.

La prensa regional se hace eco no solo de los éxitos de los equipos de la Superliga femenina de cada ciudad (como el caso del Athletic en *El Correo* o el Depor en *La Voz de Galicia*). También reseña los éxitos internacionales de las selecciones españolas de fútbol femenino en diversas categorías de edad (al igual que hizo *Marca* en cuatro ocasiones). En este último caso, los diarios regionales llevan a portada las imágenes de las jugadoras de la provincia o de la comunidad que han sido artífices de ese triunfo colectivo (IMAGEN 3).

IMAGEN 3 *Diario de Navarra* (izda.) y *La Voz de Galicia* (dcha.) destacan a "sus" futbolistas.



Teniendo en cuenta la tendencia antes señalada del tratamiento a veces discriminatorio que recibe la mujer deportista en los medios, es preciso señalar que en casi todas las fotografías de portada con presencia femenina analizadas en la presente investigación, se muestra a las mujeres en relación con alguna actividad deportiva, no hay ningún tipo de connotación sexual en el uso de texto o imágenes y, además, todas las mujeres que aparecen son deportistas.

Otro aspecto relevante en cuanto a las temáticas deportivas que se llevan a portada en estos

diarios es su cariz social, el lado humano del deportista y la integración del deporte en la tradición. De esta forma, aparecen historias desligadas del deporte de alto nivel, de superación personal, de deporte en edad escolar o de equipos y deportistas que se involucran en iniciativas de la ciudad. Una corredora de 79 años que acaba el circuito de fondo en Murcia (*La Verdad*), los miedos de mujeres a hacer running solas (*El Correo*), la vida de una peña de mujeres de la Real Sociedad (*El Diario Vasco*) son algunos de los reportajes que se llevaron a portada con fotografías no siempre motivadas por un resultado deportivo.

#### 4. Discusión

Los resultados expuestos dan respuesta a los principales objetivos propuestos para la presente investigación, de forma que han permitido analizar el grado de visibilidad de la mujer deportista a través de la imagen principal en portada, la importancia otorgada por este tipo de prensa al deporte como reclamo y vínculo para hacer comunidad, y, al mismo tiempo, establecer comparaciones con el tratamiento informativo realizado en primeras páginas de medios de difusión nacional, tanto generalistas como de índole puramente deportiva.

Igualmente, ha quedado validada la hipótesis de punto de partida: la participación y éxitos crecientes de mujeres deportistas en los últimos años todavía no se ve suficientemente correspondida con su presencia en las portadas. En este estudio solo aparecieron en 49 ocasiones a lo largo de todo un año en la suma de las ediciones impresas de los diarios regionales analizados.

No obstante, y a pesar de la representatividad de los datos obtenidos al tratarse de medios relevantes en el panorama periodístico nacional, se trata de un estudio que tiene dos limitaciones: la primera, que es un análisis solo de las portadas y que, por tanto, exige una continuación de la investigación sobre los contenidos de todas las páginas publicadas por cada uno de los medios; la segunda, que la muestra abarca solo un año de análisis, por lo que será pertinente repetir el estudio en futuros ejercicios para realizar comparaciones y ver la evolución del tratamiento informativo de esta temática en estos periódicos.

#### 5. Conclusiones

Asimismo, las conclusiones obtenidas confirman, total o parcialmente, las subhipótesis de trabajo formuladas en un principio.

Por un lado, la prensa diaria regional da más visibilidad a la mujer deportista que medios con alcance nacional. El periódico que dedicó más portadas a una mujer fue *La Verdad* con 12 y un 14,8% del total de sus primeras deportivas, frente a los nacionales *El Mundo*, con una, *El País*, con 3. A este respecto, llama la atención que otros regionales con difusión nacional como *El Periódico* o *La Vanguardia* no dedicaron ni una sola fotografía de portada al deporte femenino. Además, en casi todas las portadas los diarios locales y regionales mostraron a mujeres en relación con su deporte -no hubo "invitadas"- y sin connotaciones peyorativas en el tratamiento textual y visual de la información. Por tanto, se comporta de forma menos discriminatoria con la mujer deportista, una acusación que se vierte en ocasiones contra la prensa puramente deportiva y espacios deportivos en televisión.

De igual manera, los diarios regionales, cuando dan visibilidad a la mujer, lo hacen en relación

a un variado número de modalidades. Sin embargo, también aquí el fútbol, como en el resto de los medios en España según los diversos estudios antes mencionados, ocupa un lugar preferente. Esto es especialmente evidente cuando se destacan los resultados del equipo de la ciudad o la participación de jugadoras nacidas en la localidad o en la región en la consecución de un éxito de la selección nacional en alguna de sus categorías.

Por último, el tratamiento que hace la prensa regional de la información deportiva ofrece lecturas nuevas sobre los protagonistas del mundo del deporte. Por un lado, la imagen de la mujer deportista se vincula no solo al deporte de alto nivel, sino también al recreativo o al escolar o de base; por otro, proyecta la vertiente más humana y social del deporte, con historias sobre actrices que son ante todo parte integrante de la comunidad a la que se dirige y pertenece también este tipo de periódicos.

## 6. Bibliografía

Alcoba, A. (2005). *Periodismo deportivo*. Madrid: Síntesis

Bengoechea, M., Alfaro, E., y Vázquez, B. (2010). *Hablamos de deporte. En femenino y en masculino*. Madrid: Instituto de la Mujer

Blanco, J.M. (2000). *Las retransmisiones deportivas televisadas como género periodístico, espectacular y dramático*. Barcelona: UAB

Consejo Audiovisual de Andalucía (2016). *Informe sobre pluralismo e igualdad en la programación deportiva*. Sevilla: Consejo Audiovisual de Andalucía. Disponible en: [http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/informe/pdf/1612/informe\\_igualdad\\_pluralismo\\_deportivo\\_2016.pdf](http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/informe/pdf/1612/informe_igualdad_pluralismo_deportivo_2016.pdf) [Consultado: 27 de enero de 2019]

Díaz Arias, R. (2017). *La información periodística en televisión*. Madrid: Síntesis

Esteve, F. (2002). "La información local como área de especialización periodística" en López, Rafael; Fernández Beltrán, Francisco, y Durán, Ángeles (eds.). *La prensa local y la prensa gratuita*. p. 481-491

Guerrero, S. (2017). *La prensa deportiva española: sexismo lingüístico y discursivo*. Córdoba: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba

Harcup, T. (2014). *Oxford Dictionary of Journalism*. Oxford: Oxford University Press

Hardin, M., y Shain, S. (2006). "Strength in numbers? The experiences and attitudes of women in sports media careers". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82, 804-819

Hardin, M., y Shain, S. (2006b). "Feeling much smaller than you know you are": The fragmented professional identity of female sports journalists. *Critical Studies in Media Communication*, 23 (4), 322-338

Horky, T.; y Nieland, J.U. (2013). *The International Sports Press Survey 2011*. Norderstedt: GmbH

Jimeno, M.A.; y Rojas Torrijos, J.L. (2017). "La apuesta por el deporte en la prensa local española como elemento clave para hacer comunidad. Un análisis de las fotografías de portada." *Estudios del Mensaje Periodístico*, Vol, 23, n. 2, págs. 1179-1197

Liye F., Danescu, C., y Lee, L. (2016) "Tie-breaker: Using language models to quantify gender bias in sports journalism". *Computation and Language*, Cornell University. Disponible en: <https://arxiv.org/abs/1607.03895> [Consultado: 27 de enero de 2019]

Lledó, E. (2009). *Guía de lenguaje para el ámbito del deporte*. Vitoria: Instituto de la Mujer del Gobierno del País Vasco.

López, X. y Maciá Mercadé, J. (2006). *Periodismo de proximidad*. Madrid: Síntesis

McEnnis, S. (2018). "Toy department within the toy department? Online sports journalists and professional legitimacy". *Journalism*, Vol. 20, 11

Miller, P., y Miller, R. (1995). "The invisible woman: Female sports journalists in the workplace". *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 72, 883-889

Paniagua, P. (2002). *Información deportiva. Especialización, géneros y entorno digital*. Madrid: Fragua

Pérez, A. (2014). *La retransmisión del fútbol en la radio*. Barcelona: Fundación CIDIDA

Ramon Vegas, X. (2016): "Challenging gender inequalities or reinforcing old stereotypes? The coverage of sportswomen in the British, American and Spanish quality press during the London 2012 Olympics from the lens of journalism ethics". *Textual & Visual Media*, 9, 73-94.

Rojas Torrijos, J.L. (2010): "La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica. De la invisibilidad a los estereotipos de la deportista". *Vivat Academia* (113), 1-15.

Rojas Torrijos, J.L. (2015). "La creciente banalización de los contenidos deportivos". *Cuadernos de Periodistas*, 31, pp. 48-56

Rowe, David (2007). "Sports journalism. Still the 'toy department' of the news media?". *Journalism*, Vol. 8, 4: pp. 385-405

Sáinz De Baranda, C. (2013): *Mujeres y deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva española (1979-2010)*. Tesis doctoral. Universidad Carlos III de Madrid.

Sanz, B., Berasategi, M., Korkostegi, M. y Recalde, A, (2015). *Las mujeres deportistas en la prensa. Juegos Olímpicos de Londres 2012*. Barcelona: UOC

VV.AA. (2016) *Language, Gender and Sport*. Cambridge: Cambridge university Press. Disponible en: [http://www.cambridge.org/elt/blog/wp-content/uploads/2016/08/Cambridge\\_Papers\\_in\\_ELT\\_Language\\_Gender\\_and\\_Sport.pdf](http://www.cambridge.org/elt/blog/wp-content/uploads/2016/08/Cambridge_Papers_in_ELT_Language_Gender_and_Sport.pdf) [Consultado: 27 de enero de 2019]

Whiteside, E., y Hardin, M. (2013): "The glass ceiling and beyond. Tracing the explanations for women's lack of power in sports journalism". En Pedersen, Paul M. (Ed.): *Routledge handbook of sport communication*. Abingdon, Oxon, Routledge, pp. 146–54

Women's Media Center (2017). *The Status of Women in the U.S. Media 2017*. Washington: Women's Media Center. Disponible en: <https://www.womensmediacenter.com/reports/the-status-of-women-in-u.s.-media-2017> [Consultado: 28 de enero de 2019]

## NOTAS

(1) En este primer recuento sobre el porcentaje de portadas de temática deportiva no se contabilizan, lógicamente, las publicadas por el diario *Marca*.

## Currículum vitae

### José Luis Rojas Torrijos

Profesor de Periodismo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Doctor en Periodismo y miembro del grupo de investigación 'Communication & Social Sciences' (COM&SOC) del Departamento de Periodismo II de Universidad de Sevilla. Su línea de docencia e investigación está centrada en el periodismo deportivo, temáticas sobre la que ha escrito cuatro monografías y decenas de artículos y comunicaciones en congresos. Asimismo, ha coordinado el libro colectivo *Periodismo deportivo de manual* (Tirant, 2017). Ha sido asesor de innovación de *Marca* y coautor del libro de estilo de la Cadena SER. Autor del blog académico *Periodismo Deportivo de Calidad*

### Miguel Ángel Jimeno López

Licenciado en Ciencias de la Información y Doctor en Comunicación por la Universidad de Navarra, donde actualmente imparte las asignaturas de Edición de diarios y Proyectos periodísticos. Autor de numerosos artículos en revistas españolas y extranjeras, ha trabajado como consultor en los procesos de remodelación o lanzamiento de una veintena de diarios en España, Portugal, Argentina, Chile, Venezuela, República Dominicana o Emiratos Árabes. Fue director de la revista *Nuestro Tiempo* (1999-2008). Miembro del jurado de los premios ÑH, lo mejor del diseño periodístico de España, Portugal y América Latina, es también presidente del jurado del Premio Letras Enredadas (iRedes). Editor del blog *La Buena Prensa* y organizador de los Premios *La Buena Prensa*.

## La reproducció de la sentència de “la manada” en el telenotícies i el telediario. Una anàlisi comparada guiada per la teoria del framing

### La reproducción de la sentencia de “la manada” en el telenotícies i el telediario. un análisis comparado guiado por la teoría del framing

### The reproduction of the judicial sentence «la manada» in the telenotícies and telediario. A comparative analysis guided by framing theory

#### Autor:

Frederic Pahisa Fontanals.

Doctorand del Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura. UAB  
fpahisa@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2796-0020>

#### Resum

La publicació de la sentència de “La Manada”, el 26 d’abril del 2018, esdevé una oportunitat per analitzar si la segona edició del Telediario de TVE i el Telenotícies Vespre de TV3 d’aquell dia van reproduir o no – i en quins termes- una cosmovisió heteropatriarcal<sup>(1)</sup> en la re-creació d’aquest esdeveniment. A partir d’un estudi de marcs -visuals, orals i textuals- se’n fa una anàlisi comparada. Les dades i la informació obtinguda es confronta amb els codis deontològics i amb el document *Recomanacions sobre el tractament de la violència de gènere en els mitjans de comunicació*<sup>(2)</sup>. Els resultats obtinguts conviden a una millora en la praxi periodística.

**Paraules clau:** “La Manada”, “Framing”, “Agenda-setting”, “violència de gènere”, “heteropatriarcal”

#### Resumen

La publicación de la sentencia de ‘La Manada’, el 26 de abril de 2018, supone una oportunidad para analizar si la segunda edición del Telediario de TVE i el Telenotícies de TV3 reprodujeron o no- y en qué términos- una cosmovisión heteropatriarcal en la recreación de este acontecimiento. A partir de un estudio de encuadre –visual, oral y textual- se realiza un análisis comparado. Los datos e información obtenida es cotejada con los códigos deontológicos y con el documento *Recomanaciones sobre el tratamiento de la violencia de género en los medios de comunicación*. Los resultados obtenidos invitan a una mejora en la praxis periodística.

**Palabras clave:** “La Manada”, “Framing”, “Agenda-setting”, violencia de género, heteropatriarcal

## Abstract

The judicial sentence of Navarra's Court of Justice known as «La Manada», becomes an opportunity to analyze whether the second edition of Telediario and Telenotícies Vespre, the two most representative TV news programmes in Catalonia, reproduce -or not- and in what terms, a heteropatriarchal worldview in the recreation of this event. Based on a study of visual, oral and textual framing, a comparative analysis is carried out. The data and information obtained are both confronted with the code of ethics and the document *Recommendations on the treatment of gender violence in the media* made by several catalan institutions. The results obtained invite to improve the journalistic praxis.

**Keywords:** «La Manada», «Framing», «Agenda-setting», «gender», «violence», «heteropatriarchal»

## 1.Introducció

El 1981, la UNESCO publicava una revisió d'articles en la qual s'analitzava el paper de la dona als mitjans de comunicació. En les seves conclusions exposava que els informatius ignoraven i invisibilitzaven a bastament el seu paper en la societat. Al mateix temps denunciava el tractament discriminatori i en reduïa la seva funció a objecte decoratiu i passiu, orientat bàsicament a les tasques de la llar i el matrimoni, subordinada i dependent del paper protector de l'home, tan a nivell econòmic com afectiu.

El document alertava de l'absència d'altres imatges simbòliques no estereotipades que proporcionessin una visió diferent de la dona i n'exigia la igualtat que li correspon.

L'estudi reflectia la manera de pensar i actuar d'una època, quan la violència contra les dones es veia com un 'fet puntual' i no pas com un problema greu d'abast social.

A Espanya, no serà fins a partir de la dècada dels 80 quan la cobertura de la violència de gènere deixarà de tractar-se com a episodis esporàdics per convertir-se en una problemàtica quotidiana (Berganza, 2003) molt més àmplia i complexa.

La dècada dels 80 serà un punt d'inflexió també en matèria legislativa. A partir del 1983, a l'estat espanyol, la relació entre cònjuges deixarà de ser un atenuant en la violència masclista. La llei orgànica 3/189 de reforma del Codi Penal, sis anys més tard, establirà que la violació deixa de ser un delictes contra l'honestedat per considerar-se un atemptat contra la llibertat personal. Una dècada més tard, la legislació internacional considerarà la violència contra les dones una qüestió de drets fonamentals. El 1993, la Declaració de Viena de Nacions Unides establirà que l'eliminació de la violència de gènere en l'esfera pública y privada serà una obligació en matèria de Drets Humans<sup>(3)</sup>. I també el mateix any, l'Assemblea General d'aquest organisme aprovarà la *Declaració sobre l'eliminació de la violència sobre la dona*, un document en el qual s'afirma que "la violència contra la dona constitueix una violació dels Drets Humans i les llibertats fonamentals."<sup>(4)</sup>

El 1993 va suposar un punt d'inflexió en matèria de legislació internacional. I Berganza (2003) situa el 1997 com a fita clau en el canvi de cobertura de la violència masclista per part dels mitjans de comunicació espanyols.

L'esdeveniment que ho va canviar tot va ser l'assassinat d'Ana Orantes. Orantes va denunciar en un programa de televisió els maltractaments que havia patit durant anys per part del seu exmarit. Poc després moria assassinada per qui havia estat el seu cònjuge.

Ja no es tractava d'una xifra, un cas 'anònim' i 'puntual'. Ara hi havia una cara i una història al darrera que havia aparegut en directe en un programa de màxima audiència. El cas va introduir, segons l'autora, una nova narrativa als mitjans. La cobertura posava èmfasi en la violència com un problema social i no pas 'passional'. Aquests tipus d'esdeveniments ja no apareixeran exclusivament en programes d'alt contingut emocional i d'"interès humà", sinó que s'emetràn a les notícies i constituiran un tema de debat en la vida pública (Berganza, 2003:11-12).

Vint-i-cinc anys més tard, el 26 d'abril del 2018, es produeix un esdeveniment que impacta a l'opinió pública. Milers de persones surten al carrer en senyal de protesta. És la reacció popular, espontània, a la sentència que dona resposta als fets que es van produir durant les festes de San Fermín, el 7 de juliol del 2016.

Aquell dia, 5 homes, entre ells un guàrdia civil i un militar de la UME van violar una noia de 18 anys, a Pamplona. La resolució judicial va provar els fets però la polèmica al carrer va esclatar perquè la violació múltiple no va tenir les conseqüències jurídiques que li corresponien. Dos dels magistrats van veure abús sexual i no agressió, que hagués significat penes més dures<sup>(5)</sup>. Un tercer magistrat, en l'emissió del seu vot particular, ho va considerar una relació consentida. Si el cas Orantes va suposar una fita en la cobertura mediàtica de la violència de gènere, el cas de "La Manada", pel seu abast i repercussió, esdevé una nova oportunitat per sondejar, 25 anys més tard, com ha estat la cobertura d'aquest esdeveniment. Ras i curt. Com aquesta realitat ha estat recreada.

Per descobrir-ho es realitza un estudi prospectiu, guiat per la teoria del Framing. Es tracta d'un sondeig a dues televisions públiques, en el seu relat sobre la recreació d'un fet que s'inscriu en el territori de la violència masculista.

### 1.1.Fonaments teòrics

El pas d'una societat de masses a una altra d'informacional, basada en la informació i el coneixement com a fonts de productivitat (Castells, 1997), ha suposat el pas d'un ecosistema comunicatiu unidireccional, lineal, emès en un temps programat i amb escassa o gairebé nul·la interactivitat, a un altre on els subjectes poden crear la seva pròpia xarxa comunicativa i d'interacció (Castells, 2011) i, a la vegada, esdevenir editors dels seus propis continguts.

Semblaria que aquests dos ecosistemes fossin excloents però, en realitat, es complementen. Acadèmics com Emili Prado (2017) descriuen un context de convivència on un mateix missatge televisiu es pot visionar a través de diverses pantalles (telèfon mòbil, tablet, ordinador, televisor) i en moments i circumstàncies diverses segons uns nous hàbits de consum adquirits. La gran diferència però, és que aquests continguts esdevenen interactius i un 49% dels usuaris els prefereixen vinculats a les xarxes socials, sobretot quan s'emeten esdeveniments en directe; és a dir aquells que són únics i irrepetibles.

Per tot plegat i malgrat aquests canvis significatius, els mitjans de comunicació continuen realitzant el seu paper de mediadors entre la realitat inabastable i els mateixos individus. Ras i curt: no han modificat, parafrasejant Gaye Tuchman (1983), la seva funció d'obrir una *finestra al món* per oferir-nos la porció d'un espai que defineix el territori de l'experiència. Per tant, el que mostren els mitjans de comunicació depèn dels *marcs* de les seves *finestres* i de si la visió

a través d'elles "es gran o petita, si té molts o pocs vidres, si el vidre és opac o transparent, de si la finestra dona al carrer o a un pati" (Tuchman, 1983:13).

### 1.1.1. Antecedents

L'estudi d'*emmarcat de la realitat* o *framing*, té els seus orígens per a la majoria d'acadèmics amb Walter Lippmann i la seva idea d'*imatge mental*, que posteriorment les ciències socials desenvoluparien. Per a Lippmann (1922), aquestes finestres serien uns *mapes mentals* o *marcs d'interpretació de la realitat* que servien de brúixola perquè els individus s'orientessin en aquest món incommensurable que no es pot abastir en la seva globalitat.

Bateson (1955) va utilitzar la metàfora del marc d'un quadre, que delimita l'obra del que hi ha fora d'ella<sup>(6)</sup> però el salt més significatiu pel què fa a la teorització del *framing* no arribaria fins l'aportació d'Erving Goffman. Aquest acadèmic recupera el concepte que Bateson introdueix en la psicologia i el trasllada a la sociologia per ampliar-ne el seu ús. Per a Goffman, els marcs, o esquemes, o estructures mentals seran el mateix: recursos que serveixen als individus per interpretar la realitat.

### 1.1.2. La teoria del framing des del paradigma construccionista. Els paquets interpretatius de Gamson i Modigliani

Un dels estudis més rellevants sobre *framing* va ser el realitzat per Gamson i Modigliani (1989) sobre l'energia nuclear. L'objectiu de la seva anàlisi va ser precisament establir relacions de causa-efecte entre el discurs dels mitjans com a creadors de significat i l'opinió pública. Van explicar com el canvi de discurs sobre l'energia nuclear proporcionava un context essencial per interpretar una gran diversitat de resultats en enquestes sobre aquesta qüestió. Per a Gamson i Modigliani, el discurs dels mitjans i l'opinió pública són dos sistemes que interaccionen entre si.

Segons aquests acadèmics, els *marcs* dels mitjans s'acompanyen amb el que anomenen *paquets interpretatius*. Aquests *paquets* contenen metàfores, eslògans, imatges, crides morals i d'altres dispositius simbòlics que s'organitzen al seu entorn per donar-los consistència. No són únics, estan interrelacionats, evolucionen en el temps i incorporen elements que els aporten més solidesa. Addicionalment servien per emmarcar un tema concret. Segons aquests autors, un *paquet* té una estructura interna, conté una idea central que organitza i dona sentit a fets rellevants.

### 1.1.3. El framing com a extensió de l'Agenda-setting

Hi ha autors que consideren la teoria de l'Establiment d'Agenda una manera de fer operatiu el procés d'emmarcat.

Segons Entman (1993) el *frame* seria un inductor dels diversos graus de rellevància, irrellevància o absència, procés que defineix l'Agenda-setting (McCombs, Shaw, 1972). Seria una manera de convertir un tema en rellevant, donant prioritat a uns elements sobre uns altres i, d'aquesta manera, aconseguir que es recordin fàcilment. El posicionament d'una notícia i la seva repetició en serien tècniques d'aquest procés però també l'associació de temes a símbols que són culturalment compartits (Entman, 1993).

Hi ha d'altres acadèmics que exploren aquesta relació entre *framing* i el procés de tematització

dels mitjans, que recull la teoria de l'Agenda-setting. Consideren que qui controla la presentació de la informació es qui determinarà la reacció del públic (Tversky, Kahneman, 1990 a: Amadeo 2002). Per aquests autors, el llenguatge, la disposició dels continguts, el format, són elements a partir dels quals s'acosten els esdeveniments al públic. Els *frames* més bàsics serien la grandària i la ubicació d'una notícia en el conjunt del discurs d'un mitjà.

De Vreese, Peter i Semetko (2001:108) també conceptualitzen la seva anàlisi en un territori proper a la teoria de l'Establiment d'Agenda. Recullen les definicions de diversos autors per dir que les dimensions centrals dels *marcs* són la organització, la selecció, l'èmfasi i l'exclusió. També asseguren que són un tema o idea organitzada i que defineixen problemes.

### Els dos nivells de l'Agenda-setting

La teoria de l'Establiment d'Agenda s'estructura en dos nivells. El primer estableix la fixació d'un ordre temàtic de fets, imatges, i la seva prominència, que són producte d'una elecció. És, en definitiva, el fluxe de la rellevància dels temes més importants del moment des dels continguts dels mitjans cap a l'agenda pública (McCombs, Shaw, Weaver, 2014:788) i a més redundància d'un tema en la opinió pública, més percepció d'importància. Les pistes per trobar la rellevància d'aquest ordre temàtic als mitjans, segons McCombs (2004:24) seria per exemple, la portada i l'espai que es dedica a determinats esdeveniments (en el cas de la premsa) o els titulars, l'ordre en l'escaleta i el temps dedicat, en el cas dels informatius audiovisuals. Amb tot, un fet rellevant per als mitjans no té una mateixa equivalència amb el grau d'importància que li dona el públic. I a l'inrevés.

Per mesurar la influència i el temps que els temes, objectes o afers són vigents en l'esfera pública, cal fer una anàlisi de prospecció a través d'enquestes d'opinió. Els resultats d'aquestes enquestes es comparen amb els temes que han destacat els mitjans de comunicació amb l'objectiu d'establir-ne una concordança.

Una altra característica de la fixació d'agenda és que la seva capacitat és reduïda. Inclou, normalment, de cinc a set temes que competeixen entre ells per l'hegemonia. Alguns són més resistents que d'altres en la seva pervivència al llarg del temps.

El segon nivell fa referència als aspectes, perspectives i/o característiques o atributs dels objectes. Per alguns autors, aquest segon nivell és una manera de fer operatiu el *framing*. Al posar èmfasi en certs aspectes en detriment d'altres, i al suggerir certes solucions o respostes enlloc d'altres, els missatges dels mitjans influeixen en alguna cosa més que en els temes, és a dir; estableixen la manera en què la gent pensa sobre aquestes qüestions.

Així doncs, els mitjans de comunicació *indiquen, il·luminen* (Park, R, 1940 a McCombs i Evatt, 1995) certes porcions de la realitat i, a la vegada, *tradueixen* (Newman, Just i Criger, 1992 a McCombs, i Evatt, 1995) el llenguatge del discurs públic és a dir; li atorguen *significat*. Per tant, *indicar* i *traduir* són rols importants dels mitjans, que explica l'Agenda-setting.(McCombs i Evatt, 1995)

Per a McCombs, "l'establiment de l'agenda d'atributs fusiona de manera explícita la teoria de l'Agenda-setting amb el concepte d'enquadrament" (McCombs, 2017:171). I encara més. L'establiment d'agenda es relaciona també amb la necessitat d'orientació<sup>(7)</sup> dels individus amb el seu entorn tan físic com cognitiu (McCombs, Shaw, Weaver, 2014:783-784)

McCombs (2004:159) atorga al segon nivell de l'Agenda-setting el poder de control del debat polític i per tant, ideològic. I afirma que "establir l'agenda d'atributs per a un tema es l'encarnació del poder polític. Controlar el punt de vista del debat polític en qualsevol tema és la influència definitiva sobre la opinió pública"

## 2. Metodologia

El sondeig es realitza analitzant els dos programes informatius de les cadenes públiques per excel·lència que es veuen al territori català del dia 26 d'abril del 2018. Són el Telenotícies Vespre de TV3 i la segona edició del Telediario de TVE. S'estudia l'edició vespre perquè és la de més audiència i els programes recullen tot el que ha succeït durant la jornada. S'analitzen els informatius d'aquestes cadenes per criteris de referència de qualitat i recursos.

Es dissenya un estudi de casos guiat per la teoria del *framing*, com a extensió de l'Agenda-setting. Aquesta teoria permet definir quins són els temes més rellevants que defineixen els informatius analitzats (procés de tematització) i, a la vegada, quines són les característiques o atributs d'aquests temes (segon nivell). Per tant, aquesta teoria possibilita saber què *indiquen* o *assenyalen* tan el *Telenotícies* com el *Telediario* i com s'ha de *pensar* respecte d'aquests temes *indicats* o *assenyalats*. Aquest *com pensar* respecte d'un tema concret permet extreure'n un marc d'interpretació de la realitat i, per tant, una cosmovisió que pot reproduir –o no– relacions o esquemes de dominació.

L'anàlisi s'estructura, doncs, en dues parts, equivalents als dos nivells de l'Agenda-setting. El primer nivell, de tipus quantitatiu, extreu la tematització a partir del temps que cadascun dels informatius dedica al cas de la sentència de "La Manada" i la seva jerarquització. Es quantifica el número de *paquets interpretatius* (Gamson i Modigliani, 1989) que contenen cadascun dels *marcs* i es comparen entre els dos programes. Igualment es quantifiquen les imatges rellevants que s'ofereixen per il·lustrar els continguts.

Els resultats es comparen amb l'enquesta del Centre d'Investigacions Sociològiques (CIS) que es va fer posteriorment als fets (baròmetre de juny del 2018) i es compara amb el baròmetre anterior (el d'abril de 2018) realitzat divuit dies abans de la publicació de la sentència. L'objectiu és el de conèixer el context d'opinió pública en el qual s'inscriuen els informatius i si s'observa alguna variable significativa entre les dues enquestes realitzades abans i després de la publicació de la sentència de "La Manada". Comparar tematització i baròmetre del CIS permet considerar la transferència dels temes que reproduïxen els mitjans a les enquestes d'opinió.

El segon nivell d'anàlisi, el que fa referència als atributs, a les característiques dels objectes, es fa a partir de l'extracció dels *frames* a partir dels *paquets interpretatius* que conté el discurs oral/textual i visual. Per facilitar-ne l'anàlisi, aquests *paquets interpretatius* es resumeixen en *subframes*.

Posteriorment s'analitza tan a nivell visual com oral/textual si el contingut vulnera el contracte amb l'audiència. Específicament, es mesuren possibles incompliments de les recomanacions sobre el tractament de la violència de gènere.

A partir dels resultats s'elaboren dos marcs que són la síntesi de la interpretació de la realitat que estableixen tan el Telediario (TD) com el Telenotícies (TN).

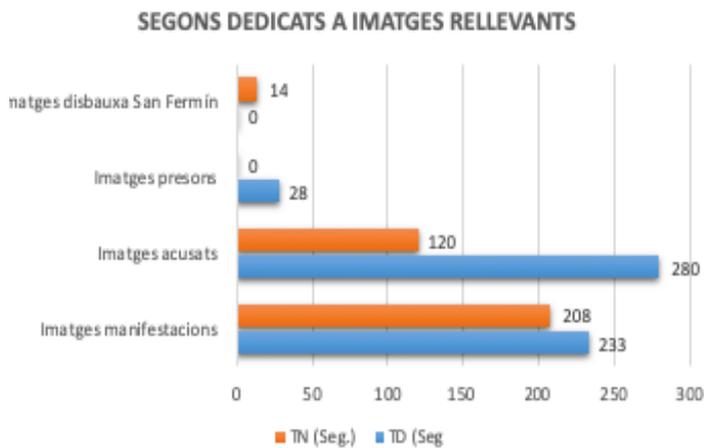
## Resultats

### 1. Primer nivell

#### 1.1. Anàlisi visual

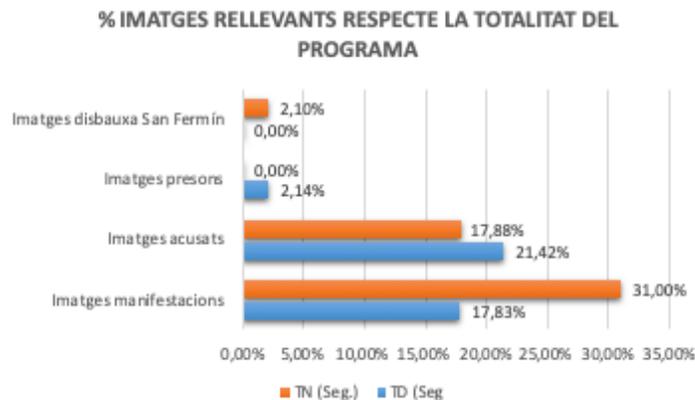
El temps dedicat a la sentència de "La Manada" i a la reacció popular és més elevat al TD que no pas al TN. Són 21 minuts i 47 segons, que suposa el 36,23% del total de minuts que ha durat aquest programa de la televisió pública espanyola. Per contra, el TN hi dedica pràcticament la meitat de temps que el Telediari: 11 minuts i 11segons, un 21,46 % de la totalitat del temps de durada del TN.

La sentència de "La Manada" és tema d'obertura en tots dos programes informatius. El gràfic comparatiu que es pot veure a continuació (Fig.1), indica els segons dedicats a imatges rellevants utilitzades per il·lustrar l'esdeveniment.



(Fig.1) Font: elaboració pròpia

El següent gràfic (Fig.2) indica el percentatge de temps que es dedica a cadascuna d'aquestes imatges rellevants, respecte al temps global de cadascun dels programes.



(Fig.2) Font: elaboració pròpia

En segons absoluts, el TD dedica més temps a mostrar imatges de les manifestacions populars (233 seg. davant els 208 del TN) però l'informatiu català el supera en percentatge: 31% versus el 17,83%, respecte a la totalitat de cadascun dels programes.

Una altra dada rellevant són els segons dedicats a mostrar les imatges dels acusats. El TD supera el TN en segons (280 vs. 120) i en percentatge (21,42% davant del 17,88%). De fet, les imatges dels acusats superen les de les manifestacions en l'informatiu de la televisió pública espanyola.

Finalment, el temps dedicat a les imatges de presons que ofereix el TD i que reforça el fet que els acusats són en presó provisional i estan condemnats és de 28 seg. (2,14% respecte del total). El TN no destaca aquest fet. Per contra, ofereix imatges de disbauxa amb presència d'alcohol a les festes de San Fermín (14 seg., 2,10% del total), que establirien una connexió de causa-efecte que podria actuar com atenuant en la interpretació del delictes comès.

La durada mitjana dels plans al TN és de 5,51 seg./pla i la del TD és de 3,72 segons/pla, per tant, el discurs visual del TD és més estimulants perquè ofereix més contingut en menys poc temps, una tècnica que s'utilitza en l'elaboració del discurs audiovisual per fixar l'atenció del públic.

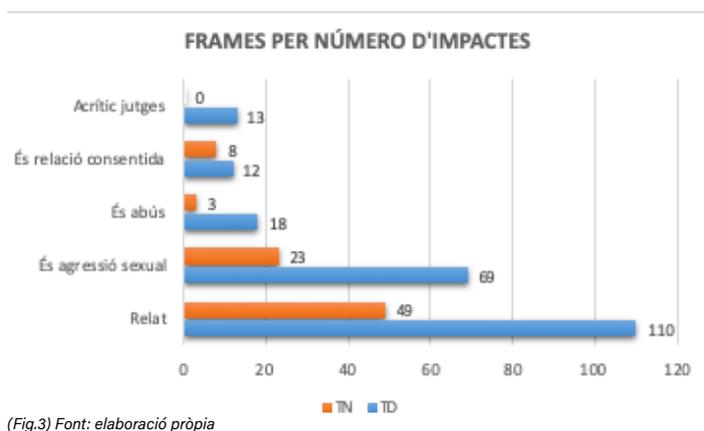
## 1.2. Anàlisi oral i textual

### 1.2.1. Primer nivell

El *macro-frame*<sup>(9)</sup> 'Sentència de la Manada' es divideix en tres *marcs* amb contingut ideològic que s'anomenen 'És una agressió', 'És un abús', 'És una relació consentida', 'Acrític amb els jutges' i un altre anomenat 'Relat', que narra les manifestacions i el background.

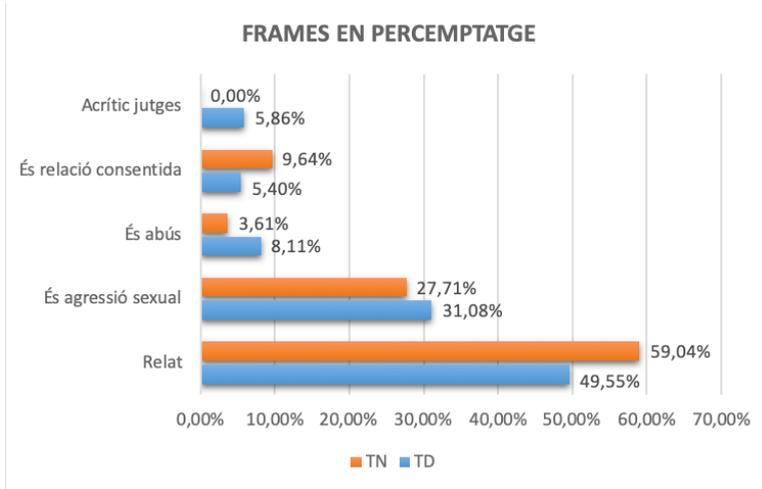
En tots dos programes, el *frame* 'Relat' és majoritari, seguit del 'És una agressió'.

Es tracta d'una classificació que no incideix en l'impacte sobre l'audiència de cadascun dels *paquets interpretatius* resumits en *subframes*



(Fig.3) Font: elaboració pròpia

En el TN el *marc* 'És relació consentida' tindria, precisament, un contingut crític amb aquesta consideració. En el cas del TD, aquest *marc* s'oposa al d'Acrític jutges'



(Fig.4) Font: elaboració pròpia

### 1.2.1.1.Comparació de resultats amb el baròmetre del CIS

Si es comparen els resultats d'aquest primer nivell d'anàlisi (tematització) amb els resultats del CIS s'evidencia que la interpretació de la llei per part d'uns magistrats *sense visió de gènere*<sup>(9)</sup> no és un tema que preocupi significativament. L'enquesta<sup>(10)</sup> realitzada entre els dies 1 i 10 de maig, és a dir sis dies posteriors a la publicació de la sentència, les respostes relacionades amb l'administració de justícia, la violència contra les dones i fins i tot els problemes relacionats amb les dones, no van donar un resultat significatiu. Tampoc fou significatiu l'enquesta del CIS realitzada abans de la publicació de la sentència entre l'1 i el 10 d'abril.<sup>(11)</sup>

### 1.2.2.Segon nivell

En el TD, el *frame* 'Relat' conté 14 *subframes*, 'És agressió sexual', 6, 'És un abús', 3, 'És una relació consentida', 2 i l'Acrític amb els jutges, 2. Es pot donar el cas que un *frame* tingui pocs *subframes* però els *paquets interpretatius* que l'afermen en siguin molts.<sup>(11)</sup>

En el cas del TN, el *frame* 'Relat' conté 10 *subframes*, 'És agressió sexual', 4, 'És abús', 1, 'Es una relació consentida', 1 i l'Acrític amb els jutges, 0.

A continuació es mostra la classificació dels distints *frames* de major a menor, d'acord al número de *paquets interpretatius* que contenen (resumits en *subframes*) i que han impactat en l'audiència en cadascun dels programes.

Telenotícies:

POSICIÓ	NºIMPACTES	CLASSIFICACIÓ SUBFRAMES
1	10	Crítiques als jutges / Justícia
2	9	Hi ha hagut protestes arreu
3	8	Gran indignació i incomprensió popular per la sentència de la manada
3	8	No hi va haver ni agressió ni abús sexual. Va ser una relació consentida
4	7	Què està passant? (Narració de fets en curs)
5	6	No es tracta d'un abús sinó d'una violació
5	6	Les conseqüències de la sentència
6	5	Diferències entre abús i agressió sexuals
6	5	Les manifestacions contra la sentència han estat multitudinàries
7	4	Solidaritat amb la víctima
7	4	Els eslògans de la indignació
8	3	No hi va haver agressió sinó abús sexual
9	2	Característiques de l'actuació grupal

(Fig.5).Font: elaboració pròpia

El subframe "no hi va haver ni agressió ni abús sexual. Va ser una relació consentida", del TN, apel·la a la crítica al vot particular d'un dels magistrats en la sentència.

Telediario:

POSICIÓ	NºIMPACTES	CLASSIFICACIÓ SUBFRAMES
1	25	"La Manada", condemnada
2	18	Crítiques als jutges / Justícia
3	17	Qui és qui dels condemnats
4	14	No hi va haver agressió sinó abús sexual
4	14	Hi ha hagut protestes arreu
5	13	Els eslògans de la indignació
6	12	Solidaritat amb la víctima
7	10	No es tracta d'un abús sinó d'una violació
7	10	La sentència no ha agradat recorrent uns i altres

POSICIÓ	NºIMPACTES	CLASSIFICACIÓ SUBFRAMES
8	9	La sentència està mal feta
8	9	Característiques de la sentència: condemnats a 9 anys de presó per abusos sexuals però no per agressió sexual.
9	8	Les manifestacions contra la sentència han estat multitudinàries
10	7	Les mostres d'indignació
10	7	Els acusats han de ser posats en llibertat
10	7	Acatament de la sentència a ulls clucs. Encara que no agradi
11	6	La culpa és de la llei. Cal una reforma per deixar les coses clares i que no hi hagi equívocs
11	6	Què està passant? (Narració de fets en curs)
12	5	Les conseqüències de la sentència / El background
12	5	No hi va haver ni agressió ni abús sexual. Va ser una relació consentida
13	3	Relat del que va passar / Qui ha elaborat la informació
13	3	No hi ha elements provatoris suficients per considerar que hi va haver violació
14	2	Diferències entre abús i agressió sexuals / Què els espera als condemnats
14	1	Hi ha hagut un moment de gran violència a l'ajuntament de Pamplona
16	1	No hi ha elements provatoris suficients per considerar que hi va haver violació però se'ls imposa la pena més dura.

(Fig.6) Font: elaboració pròpia

Arribats a aquest punt ja es poden establir els marcs interpretatius de cadascun dels programes informatiu, tenint en compte que, com s'ha vist en l'apartat teòric, la capacitat de fixació és reduïda ( de 5 a 7 elements):

**MARC INTERPRETATIU TN:**

Els jutges han fet malament la seva feina i per tant és criticable la seva actuació i la de la justícia en general perquè consideren que no hi va haver agressió sexual sinó un abús. De fet hi ha un magistrat que considera que la relació va ser consentida. La indignació ha estat tant gran que hi ha hagut protestes arreu del país perquè es tracta d'una violació i no d'un abús. Les persones que s'han manifestat s'han solidaritzat amb la víctima.

### MARC INTERPRETATIU TD

Els integrants de 'La Manada' han estat condemnats. I et mostrem qui són cadascun dels seus integrants. S'ha criticat l'actuació de la justícia i dels jutges. Per això hi ha hagut protestes arreu a causa de la indignació i en solidaritat amb la víctima. Però no hi va haver agressió sexual sinó abús.

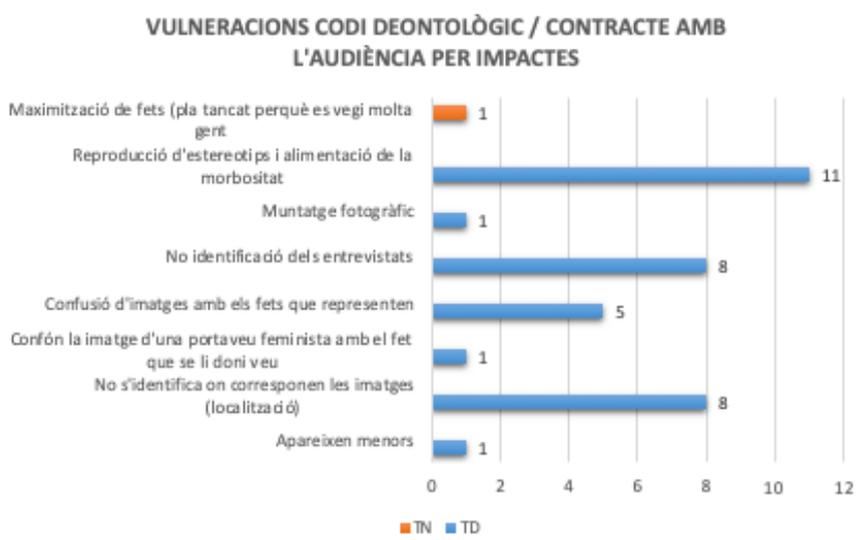
Per tant, mentre el TN critica la visió heteropatriarcal de la justícia, el TD la reproduïx sense qüestionar-la, tot i que mostra la indignació popular i la crítica als jutges. I indica a bastament que els culpables han estat condemnats.

### Tercer nivell

#### Anàlisi visual

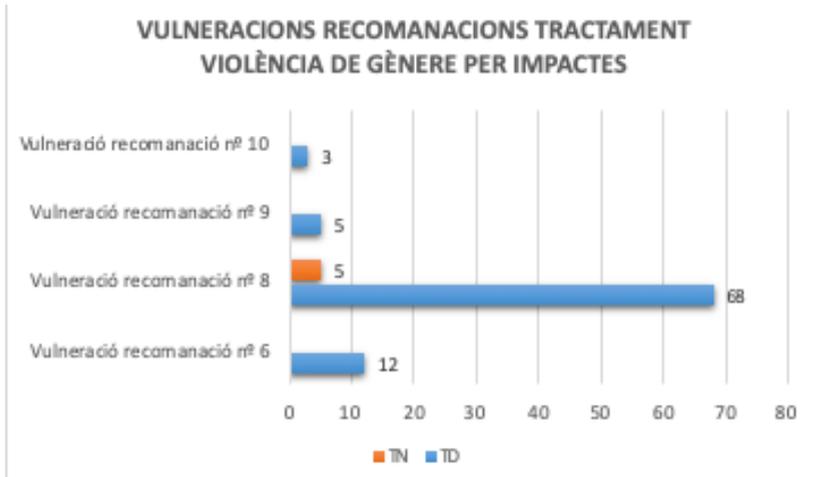
El següent quadre mostra les vulneracions, mesurades per impactes, del codi deontològic (contracte amb l'audiència) que s'han detectat tan al TD (un total de 35) com al TN (un total d'1).

Com es pot observar, la reproducció d'estereotips, sobretot la identificació de tatuatges amb delinqüència, i l'alimentació de la morbositat com ara mostrar la roba d'una noia presumptament violada en un altre cas, suma el major nombre d'impactes (11) en el TD. També és de destacar en l'informatiu de la televisió pública espanyola la invisibilització de les persones que s'entrevisten en les manifestacions siguin homes o dones (8) i que apareixen en pantalla sense identificar-los amb el seu nom. Pel què fa al TN és destacable la voluntat de maximitzar la manifestació de Lleida, que se suposa no va ser multitudinària.



(Fig.7) Font: elaboració pròpia

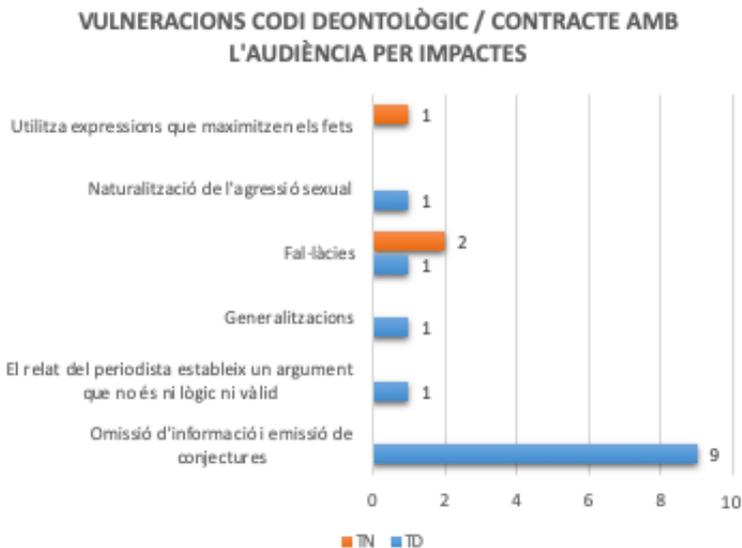
En el següent quadre es comparen les vulneracions de les recomanacions sobre el tractament de la violència de gènere en els mitjans. El TD vulnera 12 vegades la recomanació número 6<sup>(13)</sup>, 68 vegades la número 8<sup>(14)</sup>, 5 vegades la 9<sup>(15)</sup> i 3 la número 10<sup>(16)</sup>. Contràriament, el TN vulnera 5 vegades la recomanació n° 8.



(Fig.8) Font: elaboració pròpia

### Anàlisi oral / textual

En el següent gràfic es veuen quantificades per impactes, les recomanacions que es vulneren del codi deontològic. El TD en vulnera 13 i el TN, 3. L'omissió d'informació i l'emissió de conjectures és la vulneració més freqüent (9 impactes) del Telediari, i les fal·làcies, al TN.<sup>(17)</sup>



(Fig.9) Font: elaboració pròpia

## Discussió

Si la mort d'Ana Orantes va significar un abans i un després en la cobertura mediàtica de la violència masclista, 25 anys més tard, amb la sentència de "La Manada", s'evidencia que s'ha consolidat la percepció d'aquest tipus de violència com un problema social. Prova d'això és l'abast de la reacció popular. I la cobertura mediàtica, que es realitza sota aquest paràmetre. Ara bé, no succeeix el mateix quan cal aprofundir sobre les causes del problema i les seves possibles solucions.

Entendre el per què dels fets i les seves causes forma part de la tasca dels mitjans. I en aquest objectiu per descabdellar la realitat complexa, creen marcs que serveixen per poder-la interpretar i entendre. La teoria del Framing com a extensió de l'Agenda-setting esdevé una eina eficaç per analitzar com ho fan. És a dir, sota quins arguments creen aquests marcs d'interpretació de la realitat.

Els resultats obtinguts en aquest estudi evidencien que tan el TN com el TD ofereixen cosmovisions i interpretacions de la realitat diferents pel què fa al cas de la sentència de "La Manada". El TD no obvia ni la crítica judicial ni la reacció popular en forma de manifestacions arreu de l'estat, però és obediència a l'estatus quo i per tant, a una cosmovisió heteropatriarcal, que és la traducció que se'n pot fer de la sentència. Destaca que els acusats han estat condemnats amb la qual cosa es pot deduir que s'ha fet justícia. I per aquest motiu, les imatges dels membres de "La Manada" superen les de les manifestacions. És més. Un total de 28 segons d'imatges de presons reforcen aquesta tesi. Sense obviar les mostres d'indignació popular, el focus d'atenció es desplaça cap als violadors i no pas cap a la sentència en sí mateixa.

Tot i les crítiques, estableix que els jutges han complert amb la llei. Ras i curt. Es tracta d'un abús i no pas d'una agressió, malgrat que la sentència provi uns fets que no tenen una traducció jurídica adequada. La construcció d'aquest relat s'aconsegueix bàsicament obviant informació rellevant, evitant-ne el context i fins i tot formulant conjectures, opcions que van en contra del codi deontològic.

Les declaracions del ministre de Justícia, Rafael Catalá, al final del desenvolupament de tot el relat del Telediario i en el final dels titulars de portada, exposen que potser el que cal és reformar la llei. Per tant, tot comença i acaba amb la llei. I aquesta, agradi o no, s'ha de complir. És així.

En resum, el TD, fixa l'atenció en els acusats, tot i que mostra la reacció popular i qüestiona la resolució dels magistrats, especialment la del vot particular d'un d'ells, que és inassumible. Però és precisament aquesta crítica a allò que és injustificable el que tenyeix amb una pàtina de legitimitat la resolució dels altres dos magistrats, que han complert amb el que diu la norma. I així s'evidencia.

Per contra, el TN, exposa la indignació popular a una interpretació de la llei sense visió de gènere. Critica els jutges per la sentència que han emès i explica que la mateixa normativa permetia una sentència diferent. I deixa molt clar que la resolució judicial és errònia i indignant i que el que va succeir va ser, en termes jurídics, una agressió sexual.

Tant el TD com el TN no fan cas d'una de les recomanacions més importants en el tractament de la violència de gènere als mitjans: la número 8, que demana no establir una relació de causa-efecte entre la violència de gènere i les circumstàncies de les persones implicades, com ara el consum d'alcohol. En tots dos programes informatius la imatge de festa i alcohol és reiterada. Molt més però en el TD (69 impactes) que en el TN (5).

Un altre dels elements destacables pel què fa al TD, és la reproducció d'un estereotip que vincula els tatuatges amb elements d'identificació de malfactors. I es fa d'una manera que sadolla la morbositat.

## Conclusions

Mentre que al TN no atén certes recomanacions pel què fa a la violència masclista, en cas del TD l'anàlisi evidencia un error estructural pel què fa a la visió de gènere en la seva praxi de producció audiovisual.

El TD accepta la sentència quan afirma que "La Manada" ha estat condemnada. No qüestiona la visió heteropatriarcal de la resolució judicial, tot i que mostra les imatges d'indignació popular.

La prevalença d'aquesta visió heteropatriarcal succeeix quan es dota del mateix pes a dos marcs antagònics, especialment quan un d'ells no respecta la visió de gènere, sota l'argument que cal contrastar les fonts, enlloc de maldar per contrastar la veritat. Comparar versions en detriment dels fets, o d'una part de la veritat inabastable, pot tenir efectes devastadors.

En la societat informacional, davant la certesa d'un relat, sovint es creen una gran quantitat de narratives que el contradiuen. I quan s'activa la *producció de la ignorància* a partir de relats que ho emboliquen tot, s'imposa la percepció que no es pot arribar a la veritat o a part d'ella. I és aleshores quan els individus tendeixen a creure allò que consideren o senten que és veritat o que els agradaria que ho fos. Ras i curt. Alineen els continguts amb els seus prejudicis o creences, siguin certes o no. D'aquesta manera, la veritat té diversos angles i està sotmesa al biaix de qui la diu (Andrejevic, 2009). És justament el cas de la interpretació de la llei, que depèn de la subjectivitat dels jutges.

Per sortir d'aquest atzucac, el/la periodista hauria de fiscalitzar els fets de qualsevol història a partir del mètode científic, el raonament lògic vàlid, i l'observació empírica. Qualsevol argument valoratiu que efectuiï les fonts ha de passar pel sedàs dels drets fonamentals. Només així els/les periodistes podran acostar-se a part d'aquesta veritat inabastable i discriminar-la de qualsevol relat tòxic.

## NOTES

(1) No és objecte d'aquest estudi aprofundir ni realitzar una taxonomia respecte el concepte d'heteropatriarcat. Ens hi referirem a ell com un sistema de relacions de dominació on la dona està subordinada a l'home i on aquesta dominació s'exerceix, sobretot, a través del control de la seva sexualitat i força de treball (Hartmann, 1985)

(2) COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA, AJUNTAMENT DE BARCELONA, GENERALITAT DE CATALUNYA. Recomanacions sobre el Tractament de la Violència als Mitjans. Barce-

lona Impressió: Gráficas Sierra, S.L. 2004 D.L. B-14333-2004

(3) NACIONES UNIDAS Los derechos de la mujer son derechos humanos [En línia] Publicación de las Naciones Unidas. 2014 [file:///C:/Users/DELL/Downloads/HR-PUB-14-2\\_SP.pdf](file:///C:/Users/DELL/Downloads/HR-PUB-14-2_SP.pdf) [Consulta: 29/01/2019]

(4) Vegeu: <https://www.ohchr.org/sp/professionalinterest/pages/violenceagainstwomen.aspx> [Consulta: 29/01/2019]

(5) Pàgs. 16-17 de la sentència 000038/2018) Vegeu: <https://cdn.20m.es/adj/2018/04/26/3934.pdf> [Consulta: 02/02/2019]

(6) El concepte de frame apareix a l'assaig BATESON, G. "Theory of play and fantasy. A report of theoretical aspects of the project of the study of the role of the paradoxes of abstraction in communication" Psychiatric Research Reports Vol 2 (1955) 39-51 ISSN: 05555434

(7) A major incertesa sobre un afer i més rellevància d'aquest tema, hi haurà més necessitat d'orientació. Per tant, és de suposar, més atenció als mitjans. De la mateixa manera, els usuaris passius dels mitjans tindrien menys necessitat d'orientació. Vegeu: McCombs, M., Stroud, N.J. (2014b) Psychology of Agenda-setting Effects: Mapping the Paths of Information Processing. Review of communication Research, 2 (1) 68-88.

(8) Per facilitar l'anàlisi s'estableix una gradació de marcs, que indistintament també se'ls designa per la seva denominació en anglès: frames. Els marcs se'ls classifica en una gradació que va del macro-marc passant pels frames i els continguts d'aquests frames es divideixen en subframes, mesurats per impactes, que són un resum dels paquets interpretatius.

(9) Parlem de visió o perspectiva de gènere d'acord a la definició que li atorga l'acadèmica Juana Gallego (2003:63) a: GALLEGO, J. "Producción informativa y transmisión de estereotipos de género en la prensa diaria". Comunicación y Sociedad. Vol.16 (2003) Núm 2.49-66. Gallego diu que la perspectiva de gènere "posa de relleu la diferent i desigual posició social ocupada per homes i dones". És a dir que assumeix apriorísticament la posició d'inferioritat i discriminació social que pateix la dona vers l'home.

(10) Vegeu estudi 3213 del CIS (baròmetre de maig del 2018): [http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3200\\_3219/3213/es3213mar.pdf](http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3200_3219/3213/es3213mar.pdf) [Consulta: 27/01/2019]

(11) Vegeu estudi 3210 del Cis (baròmetre d'abril 2018): [http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3200\\_3219/3210/es3210mar.pdf](http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3200_3219/3210/es3210mar.pdf) [Consulta 24/04/2019]

(12) I encara més. A més paquets interpretatius, més impacte tindrà un subframe. Per tant, un marc és més eficaç quan té pocs subframes i molts paquets interpretatius en cadascun d'ells. I a l'inrevés. Es crea soroll quan hi ha molts subframes i pocs paquets interpretatius que els donin suport.

(13) El punt 6 de les Recomanacions sobre el tractament de la violència de gènere als mitjans estableix que "convé defugir la victimització de la persona agredida per evitar situar-la en una posició d'inferioritat que perjudiqui la seva dignitat i el procés de recuperació."

(14) El punt número 8 de les Recomanacions sobre el tractament de la violència de gènere als mitjans estableix que "Cal evitar establir una relació de causa-efecte entre els casos de maltractament i les circumstàncies de les persones implicades (alcoholisme, drogoaddicció, vinculació personal, gelosia). Fer aquesta associació pot induir a la justificació de la violència. Aquestes circumstàncies s'han de citar només quan siguin rellevants en el marc del procés judicial, però fora de la descripció dels fets."

(15) La recomanació número 9 estableix que "s'han d'ometre descripcions morboses, imatges truculentes, titulars amb tòpics i no s'han d'utilitzar mai reconstruccions amb imatges"

(16) La recomanació número 10 afirma que "és convenient ampliar i contextualitzar la informació sobre la violència de gènere amb aportacions que ajudin a visibilitzar el problema en el seu conjunt, (...)"

(17) El presentador del TN confon la lectura de la sentència amb el judici en dues ocasions.

## BIBLIOGRAFIA

AMADEO, B. "La teoría del framing. Los medios de comunicación y la transmisión de significados". Revista de Comunicación. Vol.1 (2002) 6-32

ANDREJEVICK, M. "Critical Media Studies 2.0: an interactive upgrade. Interactions: Studies in Communication and Culture. Vol 1 (2009) Núm.1. 35-51 doi: 10.1386/iscc.1.1.35/1

BENESCH, H. I SCHAMANDT, W (1982) Manual de autodefensa comunicativa. La manipulación y cómo burlarla. Barcelona. Espanya. Gustavo Gili. Primera edició en alemany del 1979.

BERGANZA, M.R. "La construcción mediática de la violencia contra las mujeres desde la Teoría del Enfoque". Vol XVI (2003) núm.2. Comunicación y Sociedad .9-32

CEULEMANS, M. et al. Imagen, papel y condición de la mujer en los medios de comunicación social. Compilación y análisis de los documentos de investigación. París. Francia. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. 1981 ISBN-92-3-301648-X

D'ANGELO, P. "News Framing as a Multiparadigmatic Research Program. A Response to Entman". Journal of Communication. Vol 52 (2002) Núm.4 870-888.

DE VREESE, C.J., SEMETKO, H. "Framing Politics at the Launch of Euro: A Cross National Comparative Study of Frames in the News." Political Communication Vol 18 (2001) 107-122

ENTMAN, R.E. "Framing: Toward a Clarification of a Fractured Paradigm". Journal of Communication. Vol.36 (1993) Núm.2. 176-182.

GAMSON W.A., MODIGLIANI, A. "A Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power. A Constructionist Approach" American Journal of Sociology Vol 95 (1989) Núm.1. 1-37 ISSN:000296021537530

MCCOMBS, M.E., SHAW, D.L. "The Agenda-setting Function of Mass Media." Public Opinion Quarterly. Vol 36 (1972) Núm.4. 6-27

MCCOMBS, M. Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Barcelona. Editorial Paidós. 2004. Núm.170 (Paidós Comunicación) ISBN: 8449318696

MCCOMBS, M.E., SHAW, D.L., WEAVER D. "New Directions in Agenda-setting Theory and Research". Mass Communication Society. Vol.17 (2014) 781-802

MCCOMBS, M.E., EVATT, D. "Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la Agenda-setting". Comunicación y Sociedad. Vol.8 (1995) Núm.1 7-32

NELSON, T. et al. "Media Framing of a Civil Liberties Conflict and its Effect on Tolerance". American Political Science Review. Vol.91 (1997) Núm.3, 567-583.

RACHLIN, A. News as Hegemonic Reality. American Political Culture and the Framing of News Accounts. New York, Wesport (Conn.) London. 1988. Praeger Publishers. ISBN: 027592534X

REESE, S. "Frames in a web of Culture: The Case of the War on Terror." A: D'ANGELO, P. Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives. Edició. New York. 2010 Roudledge (Roudledge communication series) ISBN 9780415992350

TUCHMAN, G. La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona, Gustavo Gili. GG Mass Media. 1983. ISBN-9686085734 Edició original: TUCHMAN, G. Making News, A Study in the Construction of Reality. New York. USA. The Free Press A division of Macmillan Publishing Co., Inc. 1980. ISSN: 07308884

VAN DIJK, T. "Opiniones e ideologías en la prensa". Voces y culturas" Vol 10 (1996) Núm.2. 9-50.

## NOTA FINAL

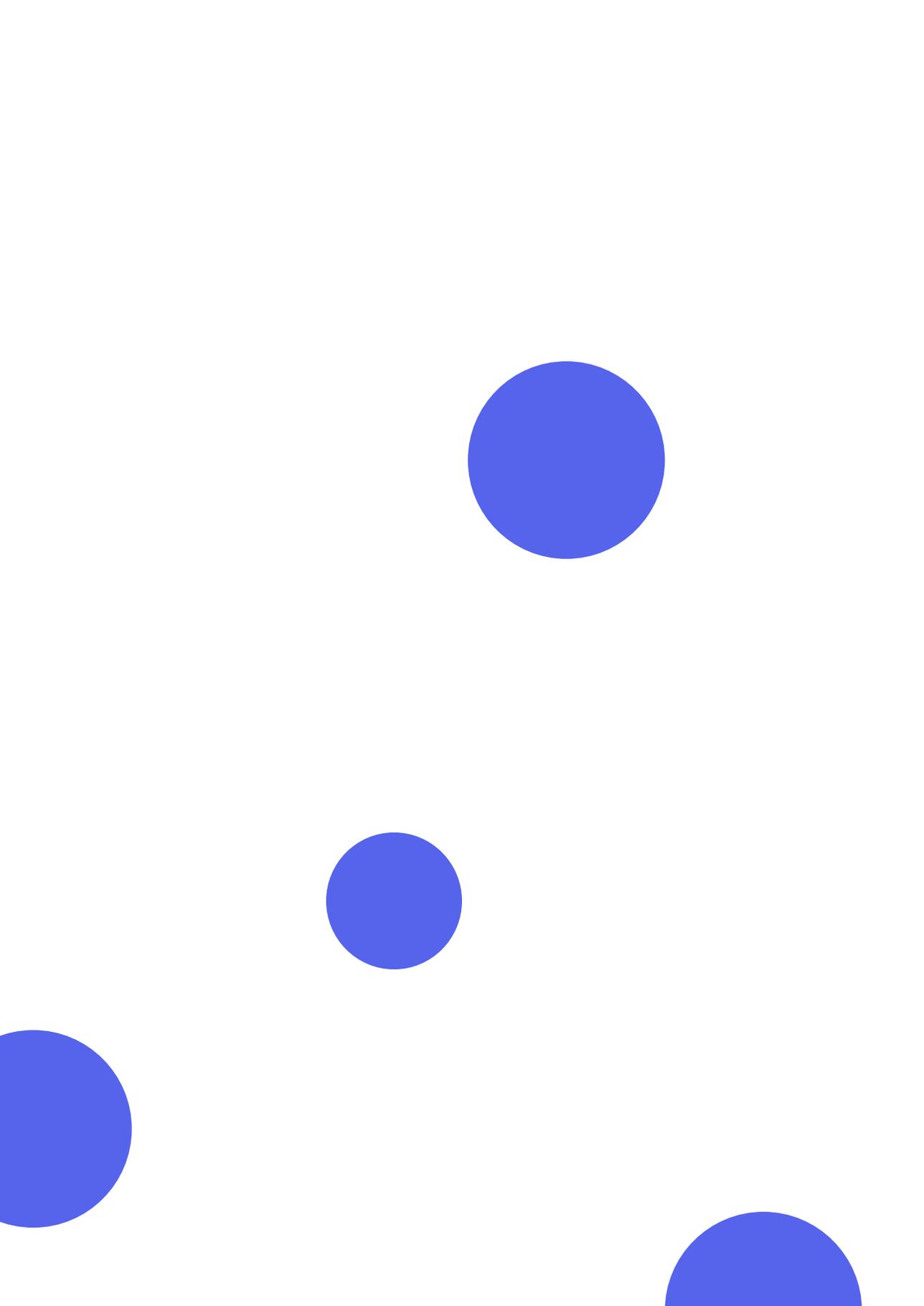
L'anàlisi del Telenotícies i del Telediari de l'article que acaba de llegir es va realitzar posteriorment a la publicació, el 26 d'abril del 2018, de la sentència de 'La Manada' per l'Audiència de Navarra, i de la seva confirmació per part del Tribunal Superior de Justícia d'aquesta comunitat, el 5 de desembre del 2018, però és anterior a la sentència del Tribunal Suprem del 21 de juny del 2019, relativa al cas.

EITS va modificar les sentències prèvies al considerar els fets com un delictes continuat de violació amb l'agreujant de tracte vexatori. L'alt tribunal va veure fins a 10 agressions sexuals. Per aquest motiu va ampliar-ne la pena fins a 15 anys de presó, tret d'un dels acusats, que se li sumaven 2 anys més per intimidació i robatori del telèfon mòbil de la víctima –anteriorment només s'havia considerat com a furt-. Igualment s'incrementava la indemnització a la víctima fins a 100.000€. Als acusats també se'ls inhabilitava i prohibia acostar-se a la noia durant un període de 20 anys.

La sentència del Suprem, que ja és ferma després de la resolució del recurs de cassació el passat 5 de juliol del 2019, és important perquè estableix doctrina sobre conceptes jurídics clau com ara la intimidació o què es considera violència i quina és la definició del seu abast.

## CURRICULUM VITAE

**Frederic Pahisa i Fontanals** és doctorand en el programa de Mitjans, Comunicació i Cultura de la Universitat Autònoma de Barcelona, on ha exercit de professor associat. És membre de la junta de la Societat Catalana de Comunicació, societat filial de l'Institut d'Estudis Catalans i de Sicom (Solidaritat i Comunicació). Com a periodista ha treballat per a diverses productores i mitjans de comunicació com ara TV3, TVE, Mediapro i ComRàdio, entre d'altres. Actualment exerceix de responsable de programa a betevé, la televisió pública de Barcelona. També és màster en direcció i gestió de la informació i el coneixement en les organitzacions per la UOC.



## La insuficiencia informativa en la cobertura occidental de las noticias africanas

### The insufficiency of information in the western coverage of african news

**Autora:**

Doctoranda: NOURA EL FASSI EL HALFAOUI

Directora de tesis: La Dra. Karima Hajjaj

Grupo de investigación:

El Norte de Marruecos y su Relación con los Países de la Cuenca del Mediterráneo

FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS

UNIVERSIDAD ABDELMALEK ESSAADI. B.P: 26-MARTIL-TETUAN-Marruecos

Email: [norafassi@hotmail.fr](mailto:norafassi@hotmail.fr)

**Resumen:**

La mala representación de África en los medios occidentales es un asunto clásico que empezó a producirse desde hace muchos siglos y que perdura hasta hoy en día. En el siguiente trabajo, se busca realizar un estudio crítico de la forma en la que se informa sobre el continente africano en la actualidad. Nos basamos en el modelo de la agenda-setting. Este último persigue analizar cómo se informa sobre África en los medios occidentales, qué margen de cobertura tiene, qué tipo de información predomina, qué léxico se utiliza a la hora de informar y qué tipo de fuentes se le hace uso a la hora de cubrir estas noticias. Para ello se ha utilizado un método inductivo partiéndose de varios trabajos de investigación de diferentes autores.

Los dos principales estudios elegidos sobre los que se ha basado este trabajo son: el del grupo de investigadores británico, Glasgow Media Group, sobre la comprensión y el interés del público por la cobertura mediática de los países en desarrollo, y el del investiga-

**Abstract:**

The misrepresentation of Africa in the Western media is not new to our ears, it is a matter that dates back centuries and lasts until today. In the following work, we seek to critique the way in which the continent is currently informed based on the agenda-setting model; that is, what is sought is to know how to inform about Africa in the western media, what margin of coverage it has, what type of information predominates, what lexicons are used when it comes to reporting and what type of sources are used to the time to cover this news. For this, an inductive method has been used starting from several research works of different authors. The two main studies chosen on which this work has been based are: that of the British research group, Glasgow Media Group, on the understanding and interest of the public for media coverage of developing countries and that of the US researcher Toussaint Nothias about how Western journalists really write about Africa. The results obtained reveal that Africa's coverage

dor estadounidense Toussaint Nothias sobre cómo los periodistas occidentales escriben realmente sobre África. Los resultados obtenidos revelan que la cobertura de África en los medios occidentales se puede considerar sesgada, insuficiente y sujeta al desinterés. A partir de estas consideraciones se explica cómo perduran los estereotipos sobre África y los africanos.

**Palabras clave:** "Agenda-setting"; "África"; "fuentes"; "medios de comunicación occidentales"; "noticias"; "representación".

in Western media can be considered biased, insufficient and subject to disinterest. From these considerations it is explained how the stereotypes about Africa and Africans last.

**Key words:** "Agenda-setting"; "Africa"; "sources"; "Western media"; "news"; "representation".

## Introducción.

La mala representación de África en los medios occidentales no es algo nuevo ni excepcional. El siguiente artículo tiene por objeto tratar los criterios a los que está sujeta la selección o la construcción de las noticias que cubren el continente africano en los medios occidentales. Para ello, intentaremos explicar la cobertura de la actualidad africana a través del modelo de la agenda-setting. En primer lugar, y de manera resumida, vamos a ver el concepto del modelo de la agenda-setting. A continuación, intentaremos ver algunas causas e impactos en el tratamiento mediático sobre África a través de los medios occidentales. También se averiguará la manera en la que los medios occidentales cubren las noticias africanas. En todo caso, nos hemos apoyado en varios trabajos realizados por diferentes investigadores o grupos de investigación. Así pues gracias a los resultados obtenidos, procederemos a extraer nuestras conclusiones.

### 1. El modelo de la Agenda-Setting.

El modelo de la agenda-setting fue desarrollado a principios de la década de 1970 por McCombs y Shaw (1972). Según estos investigadores estadounidenses, los medios de comunicación tienen un efecto significativo en la formación de la opinión pública al atraer la atención de sus audiencias a ciertos eventos y descuidar otros. Para ello, McCombs y Shaw parten de dos constataciones contradictorias:

- Es incorrecto decir que los medios de comunicación influyen directamente en el público.
- Es incorrecto decir que los medios de comunicación no influyen en el público.

Dado el limitado espacio y tiempo disponible, los medios no pueden dedicar la misma atención a todo lo que sucede en el mundo, por lo que se ven obligados a tomar decisiones. Al hacerlo, definen el calendario de eventos y la jerarquía de temas (Lazar, 1992). La función de los medios masivos se enfoca en sus efectos cognitivos: le enseñan a la gente aquello que es importante sobre lo cual discutir y formarse una opinión (Aruguete, 2015).

De esta manera, según estos investigadores, la función de los medios de comunicación no es decirle a la gente qué pensar, sino en qué deben pensar. Estos autores han encontrado una correspondencia entre el orden jerárquico de los eventos presentados por los medios y la jerarquía de significado asociada a estos mismos problemas por el público. Dicho de otra manera, cuando los medios de comunicación definen el calendario de eventos y la jerarquía

de temas de su agenda, esto conduce inevitablemente a que los receptores de noticias lo memoricen. De acuerdo al modelo de la agenda-setting, la percepción del público de un evento se desarrolla en función de su lugar en los medios. Además de esto, hay que tener en cuenta que el mediador influirá también en su público por sus comentarios verbales o gestuales, por la edición, por las ilustraciones visuales y sonoras que se eligen. El receptor está así sometido a una doble influencia: la de la elección del tema y la del comentario sobre el tema.

Así pues, los medios masivos de comunicación construyen la visión de la realidad. Tienen el poder de generarla, o mejor dicho, hacen creer a las audiencias lo que muestran. Por lo tanto, "lo que no existe en los medios, no existe en las mentes de las personas" (Sendin, 2009).

## 2. Causas e impactos en el tratamiento mediático sobre África

Un estudio llevado a cabo por el grupo de investigación Glasgow Media Group titulado: *Media Coverage of the Developing World: Audience Understanding and Interest* (la cobertura mediática de los países en desarrollo: comprensión del público e interés) ha revelado varios datos sobre la relación de influencia medios-audiencia. El estudio destaca que las decisiones tomadas por los difusores se basan en criterios comerciales para responder solo a las preferencias del público. Pero, ¿qué lugar ocupa África dentro de estas preferencias? El pasado 30 de noviembre de 2018, Casa África ha celebrado en Madrid (España) el *II encuentro de periodistas España-África. Otras formas de comunicar África*; un encuentro que ha reunido a varios profesionales de comunicación de ambas partes. En esta reunión se ha abordado los diferentes problemas que encuentran los profesionales a la hora de informar sobre este continente. La poca cobertura que hay es debida principalmente al desinterés por parte del público. Los periodistas que informan sobre África se enfrentan pues a un desinterés generalizado en las poblaciones occidentales.

Además, la información internacional en general, y africana en particular, es cara (corresponsales in-situ, viajes, desplazamientos...). Esto añade un extra negativo al objetivo comercial de las empresas de medios de comunicación y deja claro que estas noticias no acarrear beneficios económicos a priori, sobre todo en una época en que los medios de comunicación se han convertido en empresas cuyo objetivo principal es, por encima de todo, maximizar beneficios. A parte, sabemos que para la mayoría de los medios de comunicación, un evento tiene un valor de interés periodístico solo cuando cae en una de las categorías que interesaría al público: el espectáculo, el conflicto, la violencia... (Charron, 1991). Así lo señala Kenneth Dowler: "If it bleeds, it leads"; es decir, si sangra, lidera; aunque en realidad no compartimos siempre esta idea, porque pensamos que la difusión de una información de este tipo depende mucho de quien sangra. De esta manera, los periodistas occidentales van a África principalmente para informar o ver lo que va mal.

Otro dato revelado por el Glasgow Media Group es que los espectadores están desinformados debido a la información parcial e incompleta que se difunde sobre los países del Sur. Si las audiencias occidentales están mal informadas sobre los problemas de los países en desarrollo es porque las explicaciones y la contextualización de la información son insuficientes. Efectivamente, este es el caso de África. Las noticias africanas rara vez se analizan de manera completa, a menudo carecen de análisis históricos, políticos, económicos, culturales u otros. La realidad de este continente se presenta fuera de su contexto para entenderla y en la mayoría

de los casos con cierta comparación con los países occidentales, sobre todo europeos. La idea es que las noticias se limitan simplemente a la búsqueda de la verdad en los eventos y que el periodista no puede preocuparse por el estudio de los problemas. De esta manera, los medios de comunicación se involucran en la producción masiva de ignorancia social (Schechter, 1997).

### 3. La visión de África entre oscuridad, homogeneidad y ausencia de voces

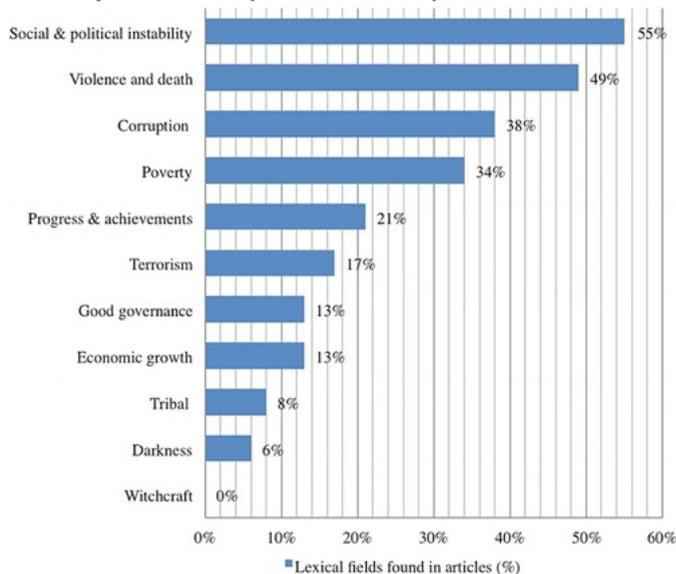
Otro trabajo que, a nuestro juicio, revela otros datos de interés sobre la cobertura que recibe África por parte de los medios de comunicación occidentales-que nos ayudaría a averiguar qué tipo de noticias se dan sobre África- es el de Toussaint Nothias, del centro de estudios africanos de la Universidad de Stanford. Este investigador llevó a cabo un estudio cuyo objetivo era averiguar si las críticas que se hacen a menudo a la prensa occidental a la hora de informar sobre África son adecuadas o exageradas. Toussaint recuerda las tres razones por las que se señala a los medios occidentales por la cobertura que dan a África: primero, porque asocian el continente con la "oscuridad"; segundo, porque representan a África como entidad homogénea, mientras que se compone de 54 países; y tercero, porque utilizan casi exclusivamente fuentes occidentales. Para ello, analizó el contenido de 282 artículos de diferentes periódicos franceses y británicos publicados entre 2009 y 2012. Los textos analizados estaban relacionados con el 50º aniversario de la independencia de 24 países africanos. Toussaint eligió este tema para evitar artículos relacionados con guerras, crisis y conflictos. Para completar su investigación, también realizó entrevistas a varios periodistas corresponsales en África.

Al analizar los artículos, Nothias investigó si estas críticas tenían una base empírica. Para ello, observó los campos léxicos que aparecen con mayor frecuencia en los artículos.

#### 3.1. África: el continente oscuro

En la siguiente tabla, analiza los términos relacionados con su primera observación: el continente oscuro.

**Porcentaje de artículos que contienen campos léxicos seleccionados. (Toussaint Nothias, 2018)**



Como resultado, podemos apreciar que más de la mitad (55%) de los textos contienen palabras relacionadas con “inestabilidad política y social”, seguidos por los temas sobre “violencia y muerte” (49%), “corrupción” (38%) y “pobreza” (34%). La prevalencia de estos campos léxicos indica una cobertura principalmente negativa, centrada en los problemas. La categoría “progreso y éxito” solo llega en quinto lugar, con el 21% de los artículos.

### 3.2. La homogeneidad de África como un solo bloque.

En lo que concierne su segunda observación, la homogeneidad de África, Nothias reveló a través de su análisis que el 72% de los artículos contenían generalizaciones. En varios casos, dijo, se ve que la celebración de la independencia de un país en particular tiende a verse como la “independencia de África”.

### 3.3. Las voces africanas.

En el caso de la tercera crítica, Nothias concluye que África se discute a menudo desde afuera. Sus análisis confirman que la proporción de fuentes occidentales sigue siendo alta y, con respecto a las voces africanas, predominan las de las autoridades. Hablando de las voces africanas, Nothias también examinó los verbos utilizados a la hora de introducirlas en las noticias. A menudo se hace uso de verbos emocionales, como por ejemplo: reclamar, quejarse... Por lo tanto, estos resultados muestran que los actores africanos tienen menos probabilidad que los occidentales de expresarse en los medios de comunicación a la hora de informar sobre África.

Otro estudio realizado, esta vez sobre noticias televisivas y plasmado en el artículo titulado: “The geography of foreign news on television: A comparative study of 17 countries” (La geografía de las noticias extranjeras en televisión: un estudio comparativo de 17 países), los autores, Wilke, Heiprecht y Cohen, analizaron la transmisión de noticias extranjeras en el noticiero de seis días. Entre todos los países (europeos), encontraron que solo el 3% de la cobertura internacional estaba relacionada con África. Otros estudios, como los de Graham y Sabbata: “The Geographic Focus of World Media” (El enfoque geográfico de los medios mundiales), conducen a resultados similares. Por lo tanto, a pesar de representar casi el 15% de la población mundial, el continente africano tiende a ser descuidado a la hora de su representación o su inserción en el sistema internacional.

## Conclusión

Vistos estos resultados, podemos proceder a sacar ciertas conclusiones. Tal y como entendemos, la agenda-setting de África tiene sus propios criterios. África, para ser cubierta, debe encajar en el espacio que se le otorga a priori. En este caso, llama la atención la poca cobertura que se le da a este continente. Nos da la impresión de que a África le ha tocado estar marginada, es decir, ubicarse fuera del sistema global. Sin embargo nos resulta contradictorio, ya que la realidad es otra. A nivel económico, el mundo le debe mucho a África. Entonces, en ningún modo África esta marginada del mundo. Esta cobertura además está sometida a un sesgo. En la mayoría de los casos, las noticias venidas de África son de tipo negativo. Las buenas noticias son escasas y ocupan menos espacio. Así, los medios occidentales dictan a las audiencias (consumidores pasivos de lo africano) en qué deben centrar su atención de acuerdo con sus intereses. Esto supone que los medios tienen la omnipotencia en la elección de las noticias y el ángulo en el que se tratan.

Otro punto que llama la atención es el desinterés por parte de la audiencia mencionado anteriormente. Esto podría ser por varias razones (económicas, históricas, políticas, sociales...). En general, a cualquier individuo hoy en día le preocuparía más lo que sucede en su país antes de lo que ocurre en otro; y si es además otro continente y otras culturas pues el desinterés llegaría a convertirse incluso en la indiferencia. Hay que decir que, cuando se trata de África, los medios de comunicación occidentales informan casi por unanimidad el mismo tipo de hechos y de la misma manera. Esto podría ser porque informar sobre África resulta para muchos medios difícil y caro. Por ejemplo, "las televisiones utilizan generalmente las imágenes que llegan de dos agencias internacionales de información (Associated Press-fundada en EE.UU.- y Reuters-en Gran Bretaña); lo cual implica no solo la importante centralización de las imágenes, sino también la uniformidad visual de las noticias internacionales de los informativos de la mayoría de televisiones..." (Navarro, 2008). De esta manera, el modelo de la agenda-setting de África funciona siguiendo un efecto domino. Esto es, un medio impulsa a otro a la hora de cubrir una noticia sobre África. De esta manera no se garantiza una diversidad de información. Además, esta información que cubre poco espacio, que generalmente es negativa, descontextualizada y no explicada en su conjunto para ser entendida y encima es repetida es obvio que va a inducir al aburrimiento y por lo tanto al desinterés.

Finalmente, las fuentes de noticias africanas a veces pueden contribuir a la recopilación de información pero el formato y la clasificación de las noticias que resultan obedecerán a los criterios de cobertura. Los medios occidentales definen libremente su agenda y a menudo se contentan con las prácticas periodísticas rutinarias y eso no representa de ninguna manera la diversa realidad de África. Los medios occidentales deberían esforzarse más en no marginar estas fuentes africanas. A su vez, éstas deberían colaborar más con los corresponsales extranjeros, porque cuanto más actúen estos de manera unilateral, a partir de sus propios patrones de referencia, más información negativa será divulgada en la mayoría de los casos.

A partir de estas consideraciones se explica cómo perduran los estereotipos sobre África y los africanos.

Nos gustaría acabar este texto con una cita de Luis Padrón que mencionó en la inauguración del II encuentro de periodistas España-África, la cual nos invitaría a reflexionar sobre la actualidad africana según la agenda de los medios occidentales. Para Padrón "la información sobre África sigue sin tener el espacio que se merece"

## Bibliografía

ARUGUETE, Natalia. EL PODER DE LA AGENDA. POLITICA, MEDIOS Y PÚBLICO. Editorial Biblos, Buenos Aires. 2016.

CHARRON, Jean. LEMIEUX, Jacques. SAVAGEAU, Florian. Les journalistes, les medias et leurs sources. Gaétan Morin. 1991.

GLASGOW MEDIA GROUP. Media Coverage of the Developing World: Audience Understanding and Interest. University of Glasgow. 2001.

LAZAR, Judith. La ciencia de la comunicación.(1992).Retrieved from: <https://books.google.co>.

[ma/books?id=WNEQIQAYLJEC&printsec=frontcover&hl=ar&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://www.amazon.com/books?id=WNEQIQAYLJEC&printsec=frontcover&hl=ar&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

McCOMBS, Maxwell. SHAW, Donald L. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36. 1972.

NAVARRO, Laura. *Contra el Islam. La visión deformada del mundo árabe en Occidente*. ALMUZARA. 2008.

SCHECHTER, Danny. *The More You Watch The Less You Know*. 1997.

SENDIN, José Carlos. La construcción imaginaria del otro africano por los medios de comunicación, en *Revista Pueblos*, No 4, 2002.

TOUSSAINT, Nothias. How Western Journalist Actually Write About Africa. (2016). Retrieved from: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2016.1262748>

WILK, Jurgen, HEIMPRECHT, Christine y COHEN, Akiba. The geography of foreign news on television: A comparative study of 17 countries. *International Communication Gazette* 74 (4). 2012.



## Los personajes femeninos en *Entre visillos* (TVE 1, 1974) The female characters in *Entre visillos* (TVE 1, 1974)

### AUTORAS:

#### Celia Gómez Villán

Graduada en Comunicación audiovisual. Universidad de Salamanca, España  
Departamento de Sociología y Comunicación. Universidad de Salamanca, USAL  
Facultad de Ciencias Sociales. Campus Miguel de Unamuno, Edificio F.E.S.  
Avd. Francisco Tomás y Valiente, s/n, 37007, Salamanca (España)  
Teléfono: 648031869 E-mail: celiagomezvillan@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0001-9097-6303>

#### Dra. Beatriz GONZÁLEZ DE GARAY DOMÍNGUEZ

Profesora Ayudante Doctor. Universidad de Salamanca, España  
Departamento de Sociología y Comunicación. Universidad de Salamanca, USAL  
Facultad de Ciencias Sociales. Campus Miguel de Unamuno, Edificio F.E.S.  
Avd. Francisco Tomás y Valiente, s/n, 37007, Salamanca (España)  
Teléfono: +34 923 294 500, ext. 3156 E-mail: bgonzalezgaray@usal.es  
<https://orcid.org/0000-0002-0382-0640>

#### Dra. María MARCOS RAMOS

Profesora Asociada. Universidad de Salamanca, España.  
Departamento de Sociología y Comunicación. Universidad de Salamanca, USAL  
Facultad de Ciencias Sociales. Campus Miguel de Unamuno, Edificio F.E.S.  
Avd. Francisco Tomás y Valiente, s/n, 37007, Salamanca (España)  
Teléfono: 666590392 (ext. 3121) E-mail: mariamarcos@usal.es  
<https://orcid.org/0000-0003-3764-7177>

### Resumen

El análisis de la evolución de la representación de género en la ficción televisiva resulta fundamental para entender los antecedentes históricos de la sociedad patriarcal. El objetivo de este artículo es estudiar el papel de los personajes femeninos en la serie de televisión *Entre visillos* (TVE1, 1974), adaptación de la novela de 1957 de Carmen Martín Gaité. Para lo cual, se realizó un análisis textual de los 15 capítulos que conforman la ficción en el que se trataba de dibujar el perfil de los protagonistas, averiguar si conseguían sus metas narrativas y analizar sus temas de conversación. Además, se aplica la clasificación de Jurado Morales (2003) sobre los tipos de realización a la que aspiran los personajes de las novelas de Gaité a los personajes de la adaptación televisiva. Se concluye que la mayoría de los protagonistas son mujeres de clase social alta que, a pesar de dedicar mucho tiempo a

### Abstract

The analysis of the evolution of gender representation in television fiction is essential to understand the historical background of patriarchal society. The objective of this article is to study the role of female characters in the television series *Entre Visillos* (TVE1, 1974), adapted from the 1957 novel by Carmen Martín Gaité. A textual analysis was carried out on the 15 episodes of the TV show. The main aims were to draw the profile of the protagonists, to find out if they achieved their narrative goals, and to analyze their conversation topics. In addition, the classification of Jurado Morales (2003) about the types of realization of the characters in Gaité's novels was applied to the television adaptation. It is concluded that most of the protagonists are women of high social class who, despite spending a lot of time talking about sentimental relationships, do not change their marital

conversar sobre las relaciones sentimentales, no cambian de estado civil a lo largo de la narración ni consiguen sus objetivos, lo que redundará en una sensación de estancamiento y frustración vital que funciona como crítica a la represiva sociedad franquista en las postrimerías del régimen dictatorial.

**Palabras clave:** Carmen Martín Gaité, *Entre Visillos*, Mujeres, Personajes, Televisión.

status throughout the narrative or achieve their plot objective, which results in a feeling of stagnation and vital frustration that works as a critic of the repressive Francoist society in the last years of the dictatorial regime.

**Keywords:** Carmen Martín Gaité, *Entre Visillos*, Women, Characters, TV.

## 1. Introducción

Al igual que el ámbito educativo, la televisión puede ser un medio idóneo para promover el cambio de las actitudes y el posicionamiento ideológico de la sociedad. En los últimos años de la dictadura y durante la transición surgieron (aunque a veces de forma muy sutil) varios productos de ficción que buscaban romper con la ideología franquista y católica. Analizar la adaptación televisiva de la novela de Carmen Martín Gaité *Entre visillos* podría ser de gran interés a la hora de comprender la situación de la mujer en el final del Franquismo e inicios de la denominada Transición democrática.

### 1.1. Marco histórico de *Entre visillos* (1957), la novela

El acontecimiento histórico que sin duda marca la vida, y como consecuencia las primeras obras literarias de Carmen Martín Gaité, es la posguerra. En 1939 se produjo un retroceso en todos los campos: político, económico, social y cultural (Štibrániová, 2011). España quedó excluida del conjunto de progresos y avances que se sucedieron en el resto de países colindantes. La sociedad por consiguiente, y en mayor medida la de las provincias y pequeños pueblos, quedó aislada en un escenario marcado por la ideología franquista y católica (Jurado Morales, 2003).

La primera novela de la autora salmantina narra la vida de un grupo de jóvenes adolescentes, centrándose especialmente en las mujeres, que viven en una ciudad de provincias en la España de los años 50. Las mujeres están sometidas a los ideales franquistas y católicos, a una vida rutinaria y tediosa marcada por la reclusión en el hogar, y con escaso acceso a lugares públicos, como el cine, la iglesia y el casino. La conversación gira en torno a la búsqueda de novio o marido, y a temas relacionados con la familia. En este entorno se nos muestra a cuatro personajes, aunque destacan dos: Natalia (Inma de Santis) y Pablo (Fernando Hilbeck), ambos nos muestran un punto de vista más crítico e íntimo sobre la vida provinciana. Pablo es un hombre sofisticado e intelectual que se ha criado fuera de España, que muestra curiosidad ante la vida en la ciudad y sus gentes, mientras que Natalia es una joven que lleva viviendo allí toda su vida y en su diario narra la sensación de ahogo que le produce. Según Collins (1997), Pablo es un observador externo hacia el interior, por su parte, Natalia es todo lo contrario: es un observador interno mirando hacia el exterior.

La novela se adscribe a la novela social en la que destaca un predominio del diálogo sobre las descripciones, aunque las dos tienen un peso muy importante en la historia, pues muestran la sensación de opresión de los personajes priorizando el aspecto social y colectivo sobre el individual al centrarse la narración en un grupo de jóvenes provincianos (Carbayo-Abegonzar, 1998).

## 1.2. La adaptación televisiva de *Entre visillos* (1974)

La adaptación televisiva de la novela de Martín Gaité se emitió en TVE entre el 25 de Febrero y el 15 de Marzo de 1974, en el final de la Dictadura y el comienzo de la transición. Además, el ámbito cinematográfico está marcado por el crecimiento del movimiento de las mujeres, que tiene como objetivo una lucha contra las estructuras sociales dominadas por los hombres buscando terminar con la situación de marginalidad a la que está sometida la mujer, ganando nuevos espacios y cometidos (Casetti, 1993).

A principios de la década de los 70 se empezó a emitir relatos de actualidad "con derivas de lectura política" (Rueda y Coronado, 2009). Destacan series como *Crónicas de un pueblo* (1971-1974), *El señor Negro* (1975) o *Tres eran tres* (1972-1973). Esta última está protagonizada por tres hermanas que dan un vuelco a la imagen de mujer tradicional y sumisa que se conocía en aquel entonces en la televisión. Además, en esta década cabe hablar de series de género: terror, investigación policial o road movie, y ficciones de ambientación histórica (Rueda y Coronado, 2009).

En este contexto, se emite la adaptación de *Entre visillos*, dirigida por Miguel Picazo, que se incluyó dentro del programa "Novela", espacio dramático donde se emitían novelas dramatizadas de media hora que fue emitido por TVE entre los años 1962 y 1979. La emisión de *Entre visillos* supuso una de las cuotas más altas de audiencia dentro de este espacio (ABC, 1974: 84).

A pesar de que la novela fue escrita en 1957, no fue hasta 1974 cuando su adaptación llegó a la pequeña pantalla. Este retraso puede haberse debido a las características de la misma como la figura que la mujer adquiere en esta historia al romper con la imagen de mujer católica, tradicional y sumisa, algo que iba en contra de las bases de la Dictadura. Manuel Palacio (2012) apunta que esta adaptación supone una de las ficciones españolas grabadas en video en plató y blanco y negro más destacadas, a pesar de sus limitados medios de producción. Según él, novelas como *Entre visillos* "establecen nuevas maneras de representar la igualdad entre los sexos, y esto, obvio es decirlo, es una de las bases ontológicas de la democracia". Incluso llega a afirmar que la adaptación es "sin duda es una de las mejores radiografías de los personajes femeninos de la posguerra". El periódico ABC (17 de marzo de 1974) publicaba en una de sus columnas que el programa está construido como un producto de calidad y no de una televisión "rutinaria, plana, periférica y acomodaticia". Es más, puntualizó que *Entre visillos* suponía una de las creaciones más relevantes de la cadena pública.

Para la propia autora, la adaptación de su novela fue un acierto ya que, como indicó, «cuando se emitió por primera vez me gustó mucho, a pesar de que no había demasiados medios para realizarla y todo tuvo que hacerse en interiores (...) "lo hizo con mucha sensibilidad"» (El País, 1983: 46).

## 2. Metodología

Para la elaboración de esta investigación, se analizó un conjunto de 15 capítulos (de entre 20 y 30 minutos cada uno) pertenecientes a una única temporada de la serie. Se realizó un análisis textual o discursivo a la serie objeto de estudio con el fin de estudiar los elementos simbólicos presentes en el lenguaje audiovisual de *Entre visillos*. El análisis textual tiene como finalidad poner de relieve cómo funcionan los programas y cómo se basan en el lenguaje a la hora de transmitir una idea (Casetti y di Chio, 1999).

En aras de poder realizar un correcto estudio de las características de *Entre visillos* se creó una ficha de análisis con la que poder categorizar y analizar los rasgos estudiados. Para conocer a fondo las cualidades específicas de cada personaje femenino se crearon dos categorías en las que se analizan varios aspectos. En la primera se incluye: el estado civil, el nivel de estudios, la clase social, el personaje consigue su objetivo o no y cualidad de “chica rara” o no en el personaje. En la segunda categoría se analizaron las conversaciones de los personajes y los temas principales de los que se hablaba en cada una de ellas. Se puede ver con más detalle la ficha de análisis en el Anexo I.

### 2.1. Objeto de estudio y preguntas de investigación

El presente trabajo pretende analizar el papel de los personajes femeninos en la serie *Entre visillos* (TVE 1, 1974). Las preguntas de investigación son:

- PI1. ¿Cuál es el perfil de los personajes principales en cuanto a género, estado civil, nivel de estudios u ocupación y clase social?
- PI2. ¿Logran los personajes femeninos evolucionar y/o conseguir sus objetivos?
- PI3. ¿En torno a qué temas giran mayoritariamente los diálogos que mantienen los personajes femeninos?

En función del perfil de los personajes femeninos descrito en las preguntas de investigación se discutirá, dialogando con la literatura previa, el papel de las denominadas “chicas raras” en la adaptación televisiva.

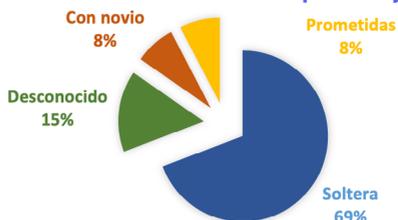
## Resultados

Los resultados del presente estudio permitieron observar que las escenas protagonizadas por mujeres en la serie *Entre visillos* son más abundantes (31,8%) que en las que los hombres son los personajes principales (12,5%). Aun así, las escenas más habituales fueron las mixtas (55,7%). Estos datos no son sorprendentes ya que la ficción televisiva está basada en una obra en la que sus personajes principales son femeninos.

### 3.1. Caracterización de los personajes femeninos

Los personajes femeninos son (PI1) principalmente solteros (69,23%), seguidos por aquellos cuyo estado civil es desconocido (15,38%) y las mujeres con novio y prometidas (con un 7,69%, respectivamente). El hecho de que la mayor parte de las protagonistas de la serie sean jóvenes explica estos resultados (Ilustración 1). Aunque gran parte de ellas están buscando un novio o marido, aún no tienen edad para formalizar una relación (salvo excepciones como el caso de Gertru). Por otra parte, nos encontramos con personajes como Tía Concha y Mercedes, que corresponden al estereotipo de mujer refunfuñona y soltera.

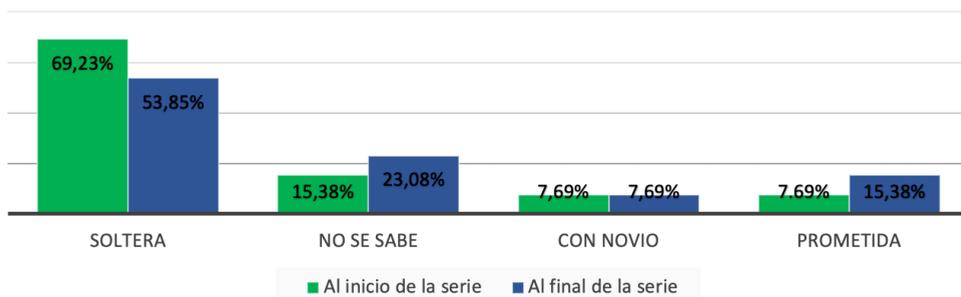
#### Ilustración 1. Estado civil de los personajes femeninos



Fuente: creación propia

La evolución del estado civil durante la narración es casi inexistente (Ilustración 2). El único personaje que cambia su situación es Elvira, que pasa de estar soltera a comprometerse con su novio: Emilio del Yerro. Este estancamiento que hace que no se produzca ningún cambio en la vida de las mujeres obedece a la sensación de un espacio inalterable y que no evoluciona, presente en las novelas de la escritora. Además, aquellos personajes que cambian su vida, salvo el caso de Julia, lo hacen hacia algo peor (como es el futuro matrimonio de Elvira con Emilio). Se nos muestra así un ambiente de estancamiento que imposibilita cualquier tipo de aspiración a la felicidad.

## Ilustración 2. Evolución del estado civil de los personajes



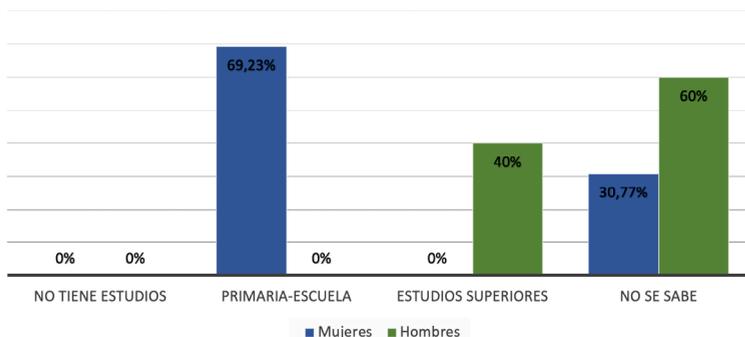
Fuente: creación propia

En cuanto al nivel de estudios, el 69,23% de las mujeres tiene estudios básicos y ningún personaje femenino ha realizado o está realizando estudios universitarios (Ilustración 3). Estos datos son totalmente diferentes entre los hombres, donde 4 de los 10 personajes masculinos que aparecen en la novela tienen estudios superiores (del resto de los personajes masculinos se desconocen sus estudios). En varias escenas se puede ver a Emilio y Teo (Rafael Guerrero), hermano de Elvira, estudiando porque se están preparando para unas oposiciones de notario. Sin embargo, ningún personaje femenino salvo Natalia muestra algún tipo de interés hacia el ámbito académico. Aquí se puede observar la gran separación que existe entre los dos sexos y la imposibilidad de las mujeres para avanzar académicamente.

El tema de los estudios supone un elemento clave a la hora de entender la diferenciación entre hombres y mujeres en la serie. Dentro de la historia, nos encontramos con dos parejas prometidas y con intención de casarse que resumen la situación de las mujeres frente a la de los hombres en el ámbito de los estudios: Gertru (Victoria Vera) y Ángel (Ángel Armada) y Elvira y Emilio (José María Resel). En el primer caso, Ángel pide a Gertru, mejor amiga de Natalia, que deje el instituto. Argumenta que ahora él se encargará de mantenerla y ella solo tendrá que preocuparse por cuidar la casa o aprender a cocinar. Ya desde el primer episodio de la serie queda representado esto en una conversación que mantienen Natalia y Gertru acerca del matrimonio de esta última: "Yo este año, no me matriculo ¿sabes? (...) A Ángel no le gusta, dice que para qué voy a perder el tiempo en el instituto, total que para casarnos que mejor aprenda a cocinar". En cuanto a la otra pareja, es Emilio el que decide acabar con sus estudios y presentarse a una oposición de notario para después casarse con Elvira. En el episodio 13, en una conversación que ambos mantienen Emilio comenta: "Yo necesito saber que me quieres,

estar seguro. Si no ¿de dónde voy a sacar las fuerzas para estudiar? Estudio solo por ti Elvira". Estos dos ejemplos muestran cómo el tema de los estudios supone un elemento diferenciador entre los dos sexos.

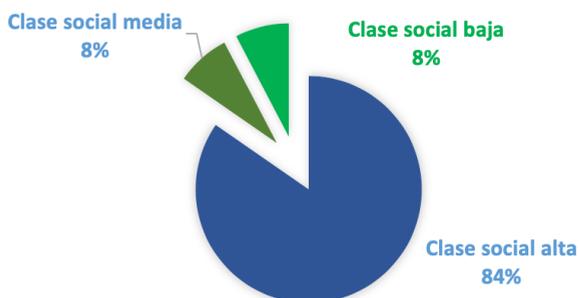
### Ilustración 3. Nivel de estudios de los personajes



Fuente: creación propia

La clase social es un elemento bastante homogeneizado dentro de la historia. El 84,62% de las mujeres pertenece a una clase social alta, siendo similares los datos en los hombres (8 de los 10 personajes masculinos son de clase adinerada) por lo que se puede afirmar que los protagonistas son económicamente acomodados (Ilustración 4).

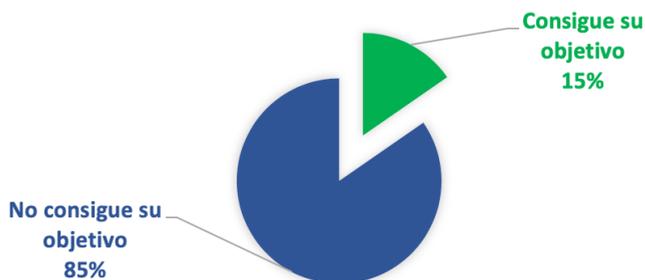
### Ilustración 4. Clase social de los personajes femeninos



Fuente: creación propia

Mayoritariamente los personajes femeninos no consiguen alcanzar su objetivo (84,62%) (PI2) tal y como puede verse en la Ilustración 5. Tan solo un 15,38%, dos personajes, logra lo que ha estado deseando durante toda la historia: Julia, que consigue huir a Madrid en contra de lo que su familia quiere, para vivir y posteriormente casarse con su novio Miguel; y Gertru, cuyo matrimonio con Ángel se consolida. Sin embargo, hay 11 personajes femeninos que no lo consiguen, lo que remarca el sentimiento de estancamiento y de no evolución que rodea a toda la historia.

### Ilustración 5. Personajes femeninos que consiguen su objetivo



Fuente: creación propia

Uno de los personajes más peculiares dentro de la historia es Rosa (Mara Laso), la cantante del casino, al ser la única que vive al margen de lo que se considera como públicamente correcto. Aunque, como ya hemos mencionado, Pablo y Natalia no se sienten parte de la sociedad, nunca llegan a ser marginados como le ocurre a Rosa. Su trabajo como animadora de fiestas está muy mal visto, sobre todo por las mujeres. Por ejemplo, en el sexto capítulo de la serie, ambientado en el casino, Pablo Klein comenta al resto del grupo (formado por mujeres y hombres) que tienen que esperar a que Rosa acabe de cantar para unirse a ellos, Goyita dice enfadada: "Oye un momento. ¿A quién vas a traer aquí? ¿A la animadora? No, esas bromas no". Nadie, aparte de Pablo Klein, parece mostrar un mínimo de simpatía hacia Rosa. La razón es que Pablo es el único que ha vivido en el extranjero y por lo tanto tiene una mente más abierta que el resto de sus amigos. En lo que respecta a su apariencia, lleva el pelo decolorado, quedando rubio muy claro casi blanco y ropa "poco adecuada" para una mujer. En definitiva, su trabajo y su forma de vestir la dejan marginada del resto de la sociedad, aunque se puede apreciar que a pesar de ello Rosa nunca abandona su forma de vida ni muestra un mínimo interés por cambiar.

### 3.2. Temas de conversación

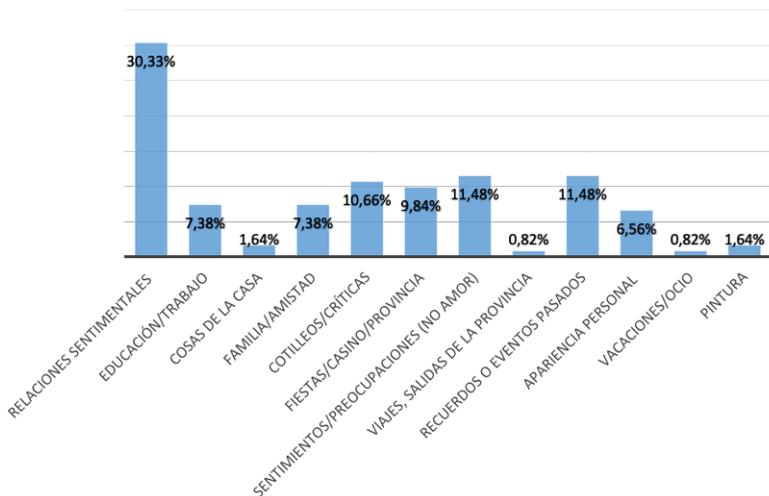
En total, se contabilizó un número de 122 conversaciones mantenidas por los personajes femeninos a lo largo de los 15 capítulos de la serie. Aunque el número de monólogos internos o voz en off de las mujeres (32,25%) no tiene tanta presencia como el diálogo entre 2 o más personajes (64,75%), cabría destacar su gran presencia en la obra. Esto se debe a que está basada en una novela literaria rica en monólogos internos y en la que algunos de los capítulos están narrados en primera persona.

En cuanto a los temas en torno a los que giraban estas conversaciones hubo una clara predominancia de los temas amorosos (30,3%) frente a otros como la expresión de sentimientos y preocupaciones no relacionadas con el amor (11,5%), los recuerdos o eventos pasados (11,5%), las críticas y cotilleos (10,7%) o las fiestas y el casino (9,8%). Estos datos permiten contestar a la PI3 (Ilustración 6) afirmando que los diálogos de los personajes femeninos giran principalmente en torno a los temas amorosos y los hombres. Aun así es necesario puntualizar que algunos de los temas que aparecen en la serie siguen teniendo alguna conexión con el tema amoroso. Por ejemplo, las fiestas, el casino, las vacaciones o la apariencia personal, aparecen en varias ocasiones estrechamente relacionadas con la búsqueda de pareja. Un dato tan ele-

vado de las críticas y los cotilleos nos demuestra que las protagonistas de la serie aparecen representadas por estereotipos de mujer que son muy comunes dentro de la ficción.

En cuanto al porcentaje de recuerdos o eventos pasados, esto supone un claro indicio de que la adaptación televisiva es fiel a la novela, ya que la principal característica de los personajes femeninos protagonistas de esta es la búsqueda de la libertad y la ruptura de la opresión y el aislamiento, cosa que consiguen por medio de los recuerdos y la evasión hacia el pasado. En definitiva, estos resultados no hacen más que confirmar nuestra pregunta de investigación puesto que las conversaciones de las mujeres giran en torno a los temas relacionados con el amor.

### Ilustración 6. Temas de conversación de los personajes femeninos



Fuente: creación propia

El tema amoroso y de relaciones sentimentales tuvo más presencia en los diálogos entre 2 o más personajes (26 conversaciones) que en los monólogos internos o la voz en off (11). Esto se debe a que la gran parte de los personajes femeninos no tienen problemas en exteriorizar sus sentimientos. Por ejemplo, en el capítulo primero de la serie nos encontramos con que Goyita conoce a Marisol en el tren y nada más conocerla le cuenta qué chico le gusta. Otro ejemplo es Julia, quien constantemente habla con todos los personajes femeninos sobre Miguel, su novio. Por otro lado, nos encontramos con personajes que son incapaces de exteriorizar sus sentimientos amorosos, como es el caso de Elvira o Natalia. Mediante el monólogo en voz alta o la escritura en un diario cuentan sus desencuentros y sentimientos relacionados con los hombres. Otro dato que llama la atención es que la expresión de sentimientos y preocupaciones no relacionadas con los temas amorosos son más frecuentes entre varios personajes (7 conversaciones) que a modo de monólogo interno (3 conversaciones). Los cotilleos y críticas, como era de esperar, están más presentes en los diálogos entre personajes (10 conversaciones) frente a los monólogos internos (3 conversaciones). Los recuerdos o eventos pasados suponen una forma de evasión de la asfixiante realidad, aunque sea un tema tabú. Por esta razón, no es ex-

traño que este tema se presente de forma más común en monólogos internos o voz en off (11 conversaciones) en lugar de diálogos con los demás personajes (3 conversaciones).

#### 4. Discusión y conclusiones

##### 4. 1. Los personajes femeninos: la "chica rara"

La obra de Carmen Martín Gaité se caracteriza porque sus personajes están insatisfechos, descontentos o frustrados y aspiran a la felicidad mediante el recuerdo, la reflexión o el diálogo y su objetivo es la búsqueda de la realización. En referencia a este tema, Jurado Morales (2003, pp. 436-444) realiza una clasificación muy interesante sobre los cuatro tipos de realización a la que aspiran los personajes de sus novelas, dando ejemplos en cada categoría. En la obra *Entre visillos* (1957) se pueden observar los siguientes aspectos. En lo que respecta a la realización social en la obra *Entre visillos* estarían todos aquellos jóvenes que acuden al casino con la finalidad de mantener una apariencia ante los demás. Un claro ejemplo de esto lo encontramos en la serie en el cuarto episodio. En una conversación que mantienen Goyita (Gloria Cámara) y Toñuca sobre ir al casino, la primera comenta: "Es que sentarse al lado de la pista es tan descarado, van a pensar que estamos locas por bailar", a lo que Toñuca responde: "Pues mucho mejor, si te quedas al fondo allí te quedas para toda la tarde". Las mujeres provincianas buscan dejarse ver en el casino para poder llamar la atención de los hombres.

Otra categoría es la realización antisocial que se puede observar en los personajes que rechazan el modo de vida de la sociedad, ya que la ven ridícula o simplemente no encajan en ella. En la realización antisocial nos encontramos claramente con dos personajes: Natalia y Pablo. Natalia se niega a ir al casino, en toda la serie solo acude en una ocasión, y en seguida desaparece intimidada por Manolo Torres (José Sancho) y el ambiente que la rodea en aquel espacio. En lo que respecta a la realización intelectual está presente en dos de los protagonistas de la novela: Natalia y Pablo. El objetivo del personaje femenino a lo largo de toda la novela es conseguir poder salir de la provincia e ir a Madrid a estudiar a la universidad, algo que está mal visto por no solo su familia, sino por toda la sociedad que la rodea. Por su parte, Pablo la anima a continuar con sus estudios.

La realización artística está presente en Elvira y Natalia, ambas catalogadas como mujeres extrañas por sus convecinos. Además, existe un personaje masculino centrado en las representaciones artísticas: Miguel, el novio de Julia, que quiere ser guionista de cine.

En *Entre visillos* encontramos la categoría realización espiritual muy asociada a un espacio concreto: el río, donde los personajes encuentran la libertad o la calma. Por ejemplo, en el capítulo 9 de la serie podemos ver a Pablo Klein caminando junto al río, donde se encuentra a Elvira sentada leyendo. Al verle, ella le dice que acude allí porque casi nunca hay nadie por aquella zona.

La última de las categorías, la realización emocional, es, según Jurado Morales (2003, pp. 436-444), la más importante de todas, pues los personajes buscan, ante todo, encontrarse a gusto consigo mismos, lo que supone el principal objetivo de los cuatro protagonistas de la novela: Pablo, Natalia, Elvira y Julia. Al final de la misma, Julia huye a Madrid para vivir con su novio a pesar de que su familia, su educación y las convicciones sociales de la provincia se lo impiden. Durante toda la obra, está buscando la realización de sus sentimientos, es decir, de su amor

por Miguel. En este aspecto, es la única protagonista que consigue al final de la novela la felicidad. Los otros tres no consiguen su objetivo o no se sabe con certeza qué les ocurrirá en el futuro.

Tanto la novela como su posterior adaptación televisiva, nos muestran una sociedad claramente dividida en dos universos: el de los hombres –asociado a términos positivos, destacando los comportamientos masculinos y viriles–; y el de las mujeres –asociado a elementos negativos, presentado por comportamientos de sumisión y de aislamiento– (Carbayo Abengoza, 2010). Según Carbayo Abengoza (2010), las mujeres de *Entre visillos*, quedan reprimidas y marginadas dentro de su propia sociedad, convertidas en meros estereotipos. En efecto, dentro de la novela podemos encontrar varios personajes femeninos cuyas características y personalidad corresponden con figuras de mujer que han sido repetidas varias veces a lo largo de la literatura. Mercedes (Amparo Pamplona), hermana de Natalia y Julia, y su tía Concha (Diana Salcedo) son dos mujeres amargadas, religiosas e intransigentes cuyo principal objetivo es el de cumplir su papel dentro de la casa. Ambas corresponden con el estereotipo de mujer soltera: Concha se dedicó a cuidar de las hijas de su hermana y Mercedes tiene 30 años y todo el mundo la considera una solterona a pesar de que la única meta de esta es conseguir casarse. Getru es la típica chica casadera cuyos comportamientos y diálogos a lo largo de toda la historia giran en torno al matrimonio y la preparación del compromiso. Por último, Marisol (María Luisa San José) se corresponde con el estereotipo de mujer liberal de Madrid que viene a la provincia durante las fiestas. Su personalidad y forma de vestir es diferente al del resto de las mujeres que han pasado toda su vida encerradas en la provincia. Se podría decir que la actitud de este personaje nos anticipa los progresos que van a ocurrir en un futuro cercano en lo que a igualdad de sexos se refiere.

En algunos productos literarios españoles existen personajes que contrastan con los estereotipos de mujer sumisa, que dedica su vida al hogar y la familia y que, por lo tanto, contrastan con el perfil que propone la moral del nacionalcatolicismo (Cajade Frías, 2010). Estos “bichos raros” son mal vistos por el resto de personajes al pensar de forma diferente al resto. En *Entre visillos* la sociedad se ha homogeneizado sometiéndose al discurso nacional-católico mostrando unos comportamientos y pensamientos uniformes en el conjunto de los ciudadanos de la provincia (Jurado Morales, 2003). A pesar de esto, existen una serie de personajes que rompen con esta homogeneidad social, dos mujeres protagonistas: Elvira y Natalia.

Elvira es un personaje que vive amargado ante las convenciones sociales que le rodean, pues se interesa por el arte y la pintura y no se siente identificada con la vida provinciana y sueña con salir de esta. Esto se puede apreciar claramente en la conversación que mantiene en el primer capítulo de la serie con Pablo Klein, cuando le conoce en el velatorio de su padre y le cuenta sus anhelos por no haberse ido al extranjero:

Y pensar que yo estuve a punto de ir a Suiza con mi padre. Anoche me desesperaba pensando que eso ya no se podría remediar, que las cosas que podría haber hecho en ese viaje, ya nunca las haría. Y que la gente que podría haber conocido, ya nunca la conocería. Un viaje puede cambiarle a uno la vida, hacérsela ver de otra manera.

A pesar de su deseo de buscar la liberación fuera de la ciudad, Elvira sabe que le es imposible abandonar su hogar y dejarlo todo atrás. Por eso, en esa misma escena, cuando Pablo Klein le

pregunta "¿Por qué no hizo usted el viaje?", Elvira contesta angustiada:

Hace poco que está usted aquí, ¿no? (...) *Sí usted no vive aquí, no puede entender ciertas cosas. (...) Solamente uno que vive aquí metido, puede resignarse con las cosas de aquí y hasta puede creer que vive y que respira, pero yo no. Yo me ahogo. Yo no me resigno. Yo me desespero.*

En estas líneas podemos entrever la ideología propia de la autora. Aunque Martín Gaité no critica de forma abierta y explícita el catolicismo, consigue dejar plasmadas las consecuencias sociológicas de este en sus personajes en elementos como: el aislamiento, el desamor, la alienación, la incompreensión etc. (Jurado Morales, 2003).

Por último, en el episodio 8 habla de nuevo sobre la idea de abandonar la provincia. Elvira fantasea sola en su cuarto sobre la vida en la ciudad, una vida donde las mujeres puedan tener un oficio, al igual que los hombres, y donde las personas no se conocieran entre sí, de forma que nadie se juzgue.

Me gustaría asomarme un día a esa ventana. Y ver una gran avenida con tranvías y anuncios luminosos a mis pies. (...) Una gran ciudad que se agita. Con gente que va al trabajo: médicos, camareros, mecanógrafas, periodistas. Personas, que no se conocieran entre sí.

Natalia es el segundo personaje femenino al que se le considera como extraño por su comportamiento, pues tiene una afición que se considera extraña dentro del grupo de las mujeres: la escritura. Utiliza su diario para expresar su descontento con la opresora sociedad de provincias. De hecho, la primera imagen de la serie es la de Natalia narrando lo frustrada que está ante el cambio de su amiga Gertru, que ahora está prometida y quiere dejar los estudios. Sus hermanas intentan que se integre y salga con ellas, pero Natalia no disfruta de este tipo de ocio, pues no se siente atraída por los temas más comunes tratados por estas: los novios, los cotilleos o el casino.

Otro elemento que hace a Natalia ser una mujer atípica en la novela es su oposición a dejar atrás la niñez y convertirse en adulta. En los primeros capítulos podemos ver cómo el personaje se muestra en contra de ponerse de largo. Según Lee (2010) la resistencia mostrada por Natalia a crecer se debe a que ella sabe que al pasar a la vida adulta tendrá que someterse a la sociedad conservadora que la rodea y la atormenta.

Estos dos personajes, debido a su comportamiento, son catalogados dentro de lo que consideramos como "la chica rara". Este término fue introducido por la propia Carmen Martín Gaité al describir a la protagonista femenina de *Nada* de Carmen Laforet (Ochoa, 2006). En su ensayo *Desde la Ventana* la autora habla sobre la importancia de esta novela para la creación del término "la chica rara": "De ahora en adelante, las nuevas protagonistas de la novela femenina, capitaneadas por el ejemplo de Andrea, se atreverán a desafinar, a instalarse en la marginación y a pensar desde ella; van a ser conscientes de su excepcionalidad, viviéndola con una mezcla de impotencia y orgullo" (Martín Gaité, 1999: 112)

"La chica rara" es utilizada por sus creadores como una forma de crítica y evaluación de España a través de las experiencias y el punto de vista de los personajes principales femeninos

(Joanne Ochoa, 2006). De esta forma, Martín Gaité se basó en el personaje de Laforet a la hora de crear a Elvira y Natalia en su primera obra literaria. De acuerdo con Lee (2010) una "chica rara" cuestiona las normas bajo las que viven las mujeres de la sociedad franquista, como la necesidad de tener un marido e hijos, ser modesta o someterse al hombre de la familia. Estas características las podemos ver en estos dos personajes femeninos de *Entre visillos*, aunque no de una forma revolucionaria. Es cierto que tanto Elvira como Natalia muestran su descontento frente a la sociedad de provincias y la ideología dominante del nacional-catolicismo, pero no suelen revelarse de forma radical, y cuando lo hacen no consiguen obtener resultados positivos.

Por ejemplo, en el último capítulo de la serie, Natalia decide contarle a su padre (Félix Dafauce) que quiere seguir estudiando e ir a la Universidad. Esto supone algo muy atípico para una mujer de aquella época. Su padre en lugar de escucharla decide zanjar la conversación y cambiar de tema.

Tienes que hablar con tía Concha. Nos quiere convertir en unas estúpidas. Solo nos educa para tener un novio rico. Quiere que seamos lo más retrasadas posibles en todo. (...) Encerradas como el buen paño que se vende en el arca. (...) En esta casa no se puede vivir papá, estamos todas amargadas.

El personaje de Natalia siempre se ha situado en contra de todo lo que la sociedad le ha impuesto. Estos valores vienen representados por la figura de su tía Concha, una mujer soltera que dedica su vida a criar a las hijas huérfanas de su hermana bajo la moralidad cristiana y conservadora. Natalia no actúa, al menos de forma radical, hasta el final. Este último capítulo nos deja abierto un rayo de esperanza hacia el futuro del personaje femenino protagonista, quien ha dejado a un lado el lamentarse en su diario y ha pasado a la acción, mostrándole a su padre cómo se siente.

Otro personaje que muestra alguna de las características de "chica rara" sería Julia, hermana mayor de Natalia. Según Lee (2010) Julia rompe con los ideales de la iglesia católica, la sociedad franquista y su familia al dejar la provincia atrás e irse a Madrid a vivir con su novio Miguel antes de casarse. La sociedad le pide que sea un ser inocente, modesta y que rechace lo sexual, pero al final de la novela Julia rompe con estos ideales y se va de la provincia para irse a la capital, asociada con la libertad.

Elvira, Natalia y Julia, todas protagonistas, son los únicos personajes junto con Pablo Klein que muestran su descontento (Jurado Morales, 2003).

#### 4.2. Conclusión

El propósito de este trabajo ha sido observar las características de los personajes de la serie de TVE *Entre visillos* (1974). Tanto el producto de audiovisual como el literario reflejan la moral del nacionalcatolicismo y de la ideología franquista que reinaba en España en la época de posguerra. Se han analizado las características de los personajes femeninos y mediante el estudio de los pensamientos y las acciones de los personajes se puede entender la situación social de los mismos, y las relaciones que existían entre las mujeres y los hombres en la época. *Entre visillos* dibuja la represión y control social al que las mujeres estaban sometidas en aquella época (Cajade Frías, 2010). Así, se comprueba que la mayoría de los protagonistas son mujeres de clase

social alta, solteras, con estudios básicos que, a pesar de dedicar mucho tiempo a conversar sobre las relaciones sentimentales, no cambian de estado civil a lo largo de la narración ni consiguen sus objetivos. También suelen hablar sobre recuerdos y preocupaciones, pero casi nunca lo hacen sobre temas como el ocio o la educación, lo cual es consonante con el prurito de Gaité por reflejar una sociedad provinciana asfixiante para las mujeres.

En una entrevista concedida a Federico Campbell y recogida en su libro *Infame Turba*, Martín Gaité declaró que cuando escribió *Entre visillos* no tenía la intención de reflejar la situación de los españoles en aquella época, pues simplemente quería reflejar la situación de los españoles en aquella época pues simplemente quería escribir sobre su experiencia en Salamanca y la sensación de liberación que le produjo el mudarse a Madrid (Campbell, 1971). A pesar de esto, la autora consiguió reflejar fielmente la situación de las mujeres en las pequeñas ciudades de provincia. Esta misma esencia se mantiene en la adaptación televisiva realizada por TVE casi veinte años después de la gestación de la obra literaria.

Analizando los personajes en función de su peso narrativo, se puede afirmar que los personajes principales tienen más preocupaciones, aspiraciones y están disconformes con la vida provinciana, mientras que los secundarios aparecen reflejados como personajes huecos, sin ninguna aspiración más que buscar un hombre con el que formar una familia. La historia se basa en los personajes femeninos principales a la hora de realizar una fuerte crítica de la situación de las mujeres en aquella época.

Los datos obtenidos mediante el análisis textual llevado a cabo muestran que la serie, ya sea de forma intencionada o no, consigue transmitir unos personajes femeninos que centran su existencia en la búsqueda de marido y los temas sentimentales y cómo los personajes masculinos tienen muchas más oportunidades.

## 5. Referencias bibliográficas

Cajade Frías, S. (2010): "Arquetipos femeninos y masculinos en la novela *Entre visillos* de Carmen Martín Gaité. Un análisis desde la etnoliteratura". En: Revista de Dialectología y Tradiciones Populares, 65(2): 489-518. Disponible en: <http://rdtp.revistas.csic.es/index.php/rdtp/article/viewArticle/237> (Consultado el 22 de noviembre de 2018).

Campbell, F. (1971): *Infame Turba*. Barcelona: Lumen.

Carbayo Abengózar, M. (1998): "A manera de subversión: Carmen Martín Gaité". En: *Espéculo*, 8. (Marzo-Junio) Disponible en: <https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/cmgaite/carbayo.htm> (Consultado el 1 de noviembre de 2018).

Casetti, F. (1993): *Teorías del Cine*. Madrid: Cátedra, 251-266.

Casetti, F. y di Chio, F. (1997): *Análisis de la televisión: Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós.

Collins, M. (1997): "Inscribing the Space of Female Identity in Carmen Martín Gaité's *Entre visillos*". En *Symposium magazine*, 51(2):66-78. Disponible en: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00397709709599917#VSVQfpSsV0w> (Consultado el 15 de octubre de 2018).

Galán Fajardo, E. (2007): La imagen social de la mujer en las series de ficción. Cáceres: Universidad de Extremadura.

Jurado Morales, J. (2003): La trayectoria narrativa de Carmen Martín Gaité (1925-2000). Madrid: Gredos.

El País (1983): La posguerra civil desde la óptica femenina, en '*Entre visillos*', de Carmen Martín Gaité. En El País.es, 04/02/1983. Internet. Disponible en: [http://elpais.com/diario/1983/02/14/radiotv/414025201\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1983/02/14/radiotv/414025201_850215.html) (Consultado el 22 de noviembre de 2018).

Lee, S. (2010): Una comparación temática de las novelas de posguerra *Entre visillos* y *Nada*. (Tesis de Doctorado). Universidad de Tennessee. Estados Unidos. Disponible en:

[http://trace.tennessee.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2360&context=utk\\_chanhonoproj](http://trace.tennessee.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2360&context=utk_chanhonoproj) (Consultado el 30 de noviembre de 2018).

Palacio, M. (2012): La televisión durante la Transición española. Madrid: Cátedra.

Martín Gaité, C. (1958): *Entre visillos*. Barcelona: Ediciones Destino.

Martín Gaité, C. (1999): Desde la ventana: Un enfoque femenino de la literatura española. Madrid: Espasa libros.

Ochoa, D. J. (2006): La chica rara: Witness to Transgression in the Fiction of Spanish Women Writers 1958-2003. (Tesis de Doctorado) Universidad de Texas en Austin. Estados Unidos. Disponible en:

<http://www.lib.utexas.edu/etd/d/2006/ochoad89443/ochoad89443.pdf> (Consultado el 10 de octubre de 2018).

Rueda Laffond, J.C. y Coronado Ruiz, C. (2009): La mirada televisiva: Ficción y Representación histórica en España. Madrid: Fragua.

Soňa Štibrániová, S. (2011): El comportamiento infrecuente de la chica rara en las novelas *Nada* de Carmen Laforet y *Entre visillos* de Carmen Martín Gaité. (Tesis de máster) Universidad Masaryk, República Checa. Disponible en: <http://theses.cz/id/khwti1/> (Consultado el 20 de octubre de 2018)

## CURRICULUM VITAE

**Celia Gómez Villán** es Graduada en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Salamanca y Máster en Montaje Cinematográfico y Edición de vídeo por la Escuela TAI (Madrid). Actualmente trabaja desempeñando las funciones de cámara, editora de vídeo y motion graphics para Hearst Magazines España, y colabora con la revista Esquire realizando 'social videos' para redes sociales. Asimismo, ha colaborado con marcas como Harper's Bazaar, Fotogramas, Biotherm o Louis Vuitton.

**Beatriz González de Garay** es Profesora Ayudante Doctor de Comunicación Audiovisual en la Universidad de Salamanca y miembro del Observatorio de los Contenidos Audiovisuales. Licenciada con Premio Extraordinario Fin de Carrera en Comunicación Audiovisual por la Universidad Carlos III de Madrid y Doctora Europea por la Universidad Complutense, donde consiguió una beca de Formación del Profesorado Universitario. Sus principales ámbitos de investigación son los Estudios de género y diversidad sexual en la ficción televisiva y el patrimonio audiovisual. También ha trabajado fuera del ámbito universitario como analista de guiones en Telecinco y como auxiliar de dirección en la serie Hospital Central.

**María Marcos Ramos** es profesora asociada en la Universidad de Salamanca y docente en la institución americana IES Abroad Salamanca. Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad del País Vasco y Doctora en Comunicación Audiovisual (Premio Extraordinario de Doctorado) por la Universidad de Salamanca. Sus principales líneas de investigación son la representación de la inmigración y las mujeres en televisión, la alfabetización mediática y el género negro en el cine y la televisión. Fuera del ámbito académico ha trabajado en diversas cadenas de televisión y ha realizado, además, diversos cortometrajes y documentales. Es miembro colaboradora del Observatorio de Contenidos Audiovisuales de la Universidad de Salamanca.

## Anexo I. Ficha de análisis

### 1. Estado civil

No se sabe (0)  
Soltera (1)  
Con novio (2)  
Prometida (3)  
Casada (4)  
Viuda (5)

#### 1.1. ¿Su situación evolucionó?

Desconocido (0)  
Evoluciona (1)  
No evolucionaba (2)

### 2. Nivel de estudios

No se sabe (0)  
Sin estudios (1)  
Estudios básicos (2)  
Estudios universitarios (3)

### 3. Clase social

No se sabe (0)  
Clase social baja (1)  
Clase social media (2)  
Clase social alta (3)

### 4. Consigue su objetivo

No se sabe (0)  
Consigue lo que se propone (1)  
No consigue lo que se propone (2)

### 5. Personaje "chica rara"

No se sabe (0)  
Chica "rara" (1)  
Chica tradicional (2)

### 6. Con quién hablan los personajes femeninos

No se sabe (0)  
Diálogo entre 2 o más personajes femeninos (1)  
Monólogo interior o voz en off del personaje femenino (2).

### 7. Temas tratados por los personajes femeninos

No se sabe (0)  
Matrimonio o relaciones sentimentales (1)  
Educación/trabajo (2)  
Casa y su mantenimiento (3)  
Familia/amistad (4)  
Cotilleos/críticas (no relacionados con el tema amoroso, ya que iría incluido en la primera categoría "matrimonio o relaciones sentimentales") (5)  
Fiestas de la provincia/casino (6)  
Sentimientos preocupaciones (7)  
Viajes o evocación a salida de la provincia (8)  
Religión (9)  
Recuerdos o eventos pasados (10)  
Apariencia personal (11)  
Capital/Madrid (12)  
Vacaciones/ocio (13)  
Pintura (14)

## La representación mediática de la creación cultural cubana: el caso de OnCuba

### The media representation of Cuban cultural creation: the case of OnCuba

**AUTORA:**

MSc. Profesora Yanelis Martínez González

<https://orcid.org/0000-0003-3843-8377>

Departamento de Periodismo-Comunicación Social. Facultad de Comunicación y Letras. Universidad de Holguín. Dirección: Ave. Celia Sánchez # 1, e/ Ave. de los Internacionalistas y Final, Rpto. Hilda Torres, CP 80 100. Holguín, Cuba.

Telf. +53 24 48 1030.

Correo: [yanelis-martinez@uho.edu.cu](mailto:yanelis-martinez@uho.edu.cu)

Redes Sociales: LinkedIn, Facebook

**Resumen:**

La presente investigación propone un acercamiento a la representación de la creación cultural cubana realizada por la publicación estadounidense OnCuba. Para ello se recurre a una metodología predominantemente cualitativa y encuentra su referente teórico en la representación mediática. El objetivo del presente estudio estriba en caracterizar la representación de la creación cultural cubana realizada desde el medio anteriormente mencionado en el periodo comprendido entre diciembre de 2014 y marzo de 2016, atendiendo a lo trascendente del hecho que marca el inicio: el restablecimiento de las relaciones diplomáticas entre Cuba y Estados Unidos y los sucesos posteriores hasta el hecho que cierra el periodo: la visita del presidente Barack Obama a Cuba. La selección de la unidad de análisis responde, entre otros motivos, a la peculiaridad de que de los medios no institucionales que tienen en el centro de sus agendas el tema Cuba es el único acreditado como tal ante la Oficina de Prensa del

**Abstract:**

This research proposes an approach to the representation of Cuban cultural creation made by the American publication OnCuba. To do this, we resort to a predominantly qualitative methodology and find its theoretical reference in media representation. The objective of this study is to characterize the representation of Cuban cultural creation made from the aforementioned medium in the period between December 2014 and March 2016, taking into account the transcendent of the event that marks the beginning: the re-establishment of relationships diplomatic meetings between Cuba and the United States and subsequent events until the end of the period: the visit of President Barack Obama to Cuba. The selection of the unit of analysis responds, among other reasons, to the peculiarity that of the non-institutional media that have the Cuba theme at the center of their agendas, it is the only one accredited as such before the Press Office of the Ministry of Foreign Affairs (Minrex). This approach constitutes an

Ministerio de Relaciones Exteriores (Minrex). Este acercamiento se constituye un estudio exploratorio, dado que en su realización no se encontraron precedentes sobre el presente tópico. Los resultados evidenciaron la existencia de una representación amplia, inclusiva y diversa de la creación cultural cubana, no habitual en los medios tradicionales.

**Palabras clave:** Representación mediática, Cuba, Nuevos Medios Sociales, TRIC, OnCuba

exploratory study, since in its realization no precedents were found on the present topic. The results showed the existence of a broad, inclusive and diverse representation of Cuban cultural creation, not usual in traditional media.

**Keywords:** Media representation, Cuba, New Social Media, TRIC, OnCuba

## 1. Introducción

La emergencia de las nuevas plataformas tecnológicas ha transformado el mapa de medios en Cuba. En la actualidad confluyen medios públicos, mayormente estatales en el interior del país, y otro sistema de medios estatales y privados, anclados fundamentalmente en Estados Unidos u otros radicados en La Habana. A partir de estas características coincidimos con lo planteado por Rosa Miriam Elizalde (2014: 17), al asegurar que en Cuba convergen los Medios de Comunicación Masiva (MCM) y los Nuevos Medios Sociales (NMS). En nuestro caso, debido a las características del medio objeto de análisis, nos centramos en algunas de las características de estos últimos.

Los NMS están interconectados con la Sociedad Informacional, a partir de su percepción como objetos culturales derivados de la interacción con las TRIC (tecnologías + relación + información + comunicación) (Marta-Lazo y Gabela, 2016: 26). La propia Elizalde plantea que son los entornos virtuales que aplican los principios activos de la digitalización, la hipermediación y la interactividad, utilizados por individuos y organizaciones para intervenir en el espacio público común con el fin de intercambiar contenidos (multimedia, noticias, opiniones, contactos, perfiles, eventos) con un enfoque colaborativo, comunicativo, y/o de entretenimiento (Elizalde, 2014:26).

Las investigaciones cubanas en torno al análisis de este tipo de medios aún son incipientes, aunque algunas, como la ya citada (Elizalde, 2014), han trazado determinadas pautas. A ello se suma el creciente interés de los investigadores más jóvenes de las diferentes universidades del país. Aún así se torna complejo encontrar trabajos de autores cubanos que sirvan de referencia y sustento teórico. Igualmente durante la investigación no se encontraron estudios que pudieran considerarse como antecedentes para el caso específico de OnCuba.

La necesidad de estudios como este radica en que es preciso dilucidar, desde una perspectiva científica, la representación que estos medios construyen de la realidad cubana. De ahí que este estudio exploratorio procure establecer un acercamiento a la forma en OnCuba representa a la sociedad cubana, específicamente su creación cultural, ante una audiencia radicada, en buena medida, fuera de Cuba.

Se delimitó como objeto de estudio la representación mediática de la creación cultural cubana

en OnCuba, creación entendida como uno de los cimientos del estado- nación, que existe y funciona más allá de los límites geográficos. Además, es un tema al que le presta gran atención la máxima dirigencia política del país, como lo reflejan los principales encuentros de intelectuales celebrados durante los últimos años: el IX Congreso de la Unión Nacional de Escritores y Artistas de Cuba (UNEAC) y el III Congreso de la Asociación Hermanos Saíz (AHS), donde se debatió cuál es la imagen que los medios transmiten de la cultura cubana.

La investigación parte del siguiente problema científico: ¿Qué características discursivas y temáticas caracterizan la representación mediática de la creación cultural cubana en la publicación digital OnCuba entre diciembre de 2014 y marzo de 2016? Se plantea como objetivo general: determinar las características discursivas y temáticas que caracterizan la representación mediática de la creación cultural cubana en la publicación digital OnCuba entre diciembre de 2014 y marzo de 2016. En consonancia se erigió como hipótesis: la representación mediática de la creación cultural cubana en la publicación digital OnCuba, entre diciembre de 2014 y marzo de 2016, se caracteriza por la diversidad de temas y la inclusión de actores sociales no habituales en los medios masivos de comunicación, al tiempo que consideran que los sucesos del 17 de diciembre impactarán de forma considerable la misma.

## 2. Metodología

La elección del tema, del objeto de estudio y de la muestra analizada no es casual. La selección del medio tiene que ver con sus características, el acercamiento a temas a veces excluidos o poco tratados en las agendas mediáticas de los medios de comunicación tradicionales. Además, al ser una publicación norteamericana con una corresponsalía permanente en La Habana, acreditada como tal ante el gobierno de la República de Cuba, su esencia editorial no es la subversión. Propone una mirada más desenfadada a la sociedad cubana. Es un discurso que conecta al cubano de la diáspora con el de acá, un puente entre la nación y su emigración, entendidas ambas como un todo único, indisoluble y complejo. Al mismo tiempo, extiende su alcance e influencia a otros lectores potenciales que no son cubanos, interesados en acercarse a la realidad de la nación caribeña.

La elección del marco temporal está condicionada por dos sucesos históricos estrechamente relacionados e interdependientes. El reinicio de las relaciones diplomáticas entre los gobiernos de Cuba y EE.UU., el 17 de diciembre de 2014 (inicio), y la visita oficial de Barack Obama a Cuba del 20 al 23 de marzo de 2016 (cierre del periodo), debido a que marcan un antes y un después en las relaciones bilaterales entre los gobiernos de Washington y La Habana. Tal suceso supuso para algunos un relanzamiento de la creación cultural cubana, debido a la visita de coleccionistas o marchantes estadounidenses a la Isla.

La población de trabajos periodísticos del periodo es de 379 textos. A los efectos de la investigación se analizaron los correspondientes a los autores menores de 35 años con más de cinco textos publicados. La muestra elaborada de manera intencional excluyó a los que aparecen bajo el crédito OnCuba, considerados editoriales. Si bien estos textos podrían ofrecer la postura institucional del medio, la exclusión se debió a que la investigación tiene especial interés en conocer la forma en que los cubanos más jóvenes, en este caso periodistas, conciben la creación cultural de su país, criterios que se evidencian desde la selección del tema, el enfoque e incluso la repercusión que le ofrecen al contexto sociopolítico que delimita la etapa de estudio.

De esta forma la muestra quedó conformada por 119 trabajos.

En el proceso investigativo se realizaron entrevistas: a José Jasán Nieves, editor jefe en el período analizado y a Mónica Rivero, editora jefa en la actualidad, para conocer la visión del medio sobre la creación cultural cubana, así como los intereses editoriales para representar dicho tópico y los criterios de selección para la publicación de un trabajo.

Para el análisis de contenido se elaboró una guía con el fin de identificar qué actores sociales, escenarios, fenómenos, sucesos y temas de la creación cultural cubana se representan en OnCuba. Primeramente las de tipo formal: género, temática, tipo de titular. Los datos cognitivos se analizaron a partir del análisis de construcciones y expresiones incluidas en los textos:

- Nombre: referido a la palabra o frase nominal con que se designa el objeto. La variedad de dichos nombres definirá, en general, los límites del campo de representación.
- Atributos: referido al conjunto de rasgos atribuidos o atribuibles al objeto y que formalmente se pueden identificar en la forma de adjetivos o frases que cumplen una función adjetiva.
- Definición: En estrecha relación con los atributos, la definición se ocupa de sintetizar en un concepto un conjunto de atributos que implican una cualificación y clasificación del objeto.
- Actitudes: Se refiere, en este estudio, a una disposición afectiva o expresión de emociones y sentimientos, positivos o no, respecto al objeto.

Otros aspectos de tipo discursivo fueron: referencias o alusión al 17 de diciembre de 2014 o al proceso iniciado ese día, impacto para la creación cultural cubana de dicho acontecimiento.

### 2.1. Breve acercamiento teórico a la representación mediática

Si bien la teoría de las representaciones sociales constituye el punto de partida para el estudio de la representación mediática, se hace necesario también el análisis de enfoques más cercanos a los medios de comunicación. Manuel Martín Serrano hace alusión en su teoría social de la comunicación a las representaciones mediáticas. Según este autor puede afirmarse que tanto la comunicación producida en la interacción privada como en la pública están estrechamente relacionadas con los cambios producidos en el entorno y la transformación de las representaciones del mundo. Por ello coincidimos con el autor en lo referido al rol de los medios en las representaciones:

Las representaciones del mundo, como las prácticas sociales de las personas, son el resultado de conflictos subjetivos y objetivos, individuales y colectivos, que se suscitan entre las necesidades y los valores, entre los deseos y las limitaciones. La comunicación institucional, con otras fuentes de información no menos influyentes, puede activar esos conflictos; también puede esforzarse en canalizar el desenlace hacia un estado de conciencia o hacia una actuación inducidos por el Relator (Martín, 1986:114).

A diferencia de los presupuestos de Serge Moscovici (1989) y sus continuadores, Martín Serrano se interesa más por la condición mediadora en que actúan las representaciones que en los aspectos cognitivos de la misma. Para analizar este fenómeno son tres las perspectivas propuestas por este estudioso de la comunicación, pero es la tercera: a nivel de los productos comunicativos, la que más se acerca al presente estudio, pues se pretende ahondar en un fenómeno social a través de la representación mediática que sobre el mismo se ha realizado.

Sary Calonge en su teoría de la representación mediática establece que es “la manera en que los medios de comunicación social transmiten ciertos contenidos de interés colectivo, contenidos que se incorporan ulteriormente al discurso social y a la memoria de los individuos” (en Tablante, 2005:148).

Calonge parte de las representaciones sociales para dar cuerpo a una teoría y método. Para caracterizar las representaciones mediáticas la autora propone dos dimensiones de análisis: la pragmática y la cognitiva. La primera agrupa los trazos relativos al actuar del individuo en vinculación con el medio de comunicación, mientras en la cognitiva se detiene en los elementos del orden socio-cognitivo de la representación (2006:78).

A su vez determina en la dimensión pragmática una serie de categorías. En este caso resulta interesante su opinión sobre el discurso mediático, cuando llega a corroborar que, una vez aludido el objeto social mediante el discurso mediático, la construcción de este primero es una tarea social. Por su parte, la dimensión cognitiva de la representación mediática se constituye por los rasgos cognitivos generales, rasgos cognitivos específicos y las formas de conocimiento social y mediática.

Los rasgos cognitivos generales son los dos procesos formadores de las representaciones sociales: la objetivación (tiende hacia la concretización del pensamiento social para volverlo vivaz y eficaz en la vida cotidiana, para facilitar la comunicación) y el anclaje (corresponde a la significación de los contenidos de la representación, ese sentido nos informa sobre las raíces del pensamiento social).

Los productos mediáticos y las representaciones que estos construyen influyen en la reconstrucción de las representaciones sociales de las audiencias. Al mismo tiempo introducen nuevos elementos que influyen en dicha transformación.

Por consiguiente se puede afirmar que determinadas representaciones mediáticas de la realidad social participan tanto en la objetivación como en el anclaje. “En el anclaje, pues los media aportarían una determinada propuesta de categorización de la realidad social; en la objetivación, porque el discurso mediático sería escenario de concretización de ciertas realidades (sobre todo aquellas más lejanas o inasibles), y de traducción de conceptos en imágenes” (Bacallao, 2010:3). Tales fenómenos se relacionan con los postulados de la Agenda-Setting.

Se suma como rasgo característico la cognición polifacética, que señala la diversidad de opiniones sobre un mismo objeto, lo mismo entre diferentes medios, al interior del propio medio e incluso dentro de un producto comunicativo. Pese a existir multiplicidad de enfoques sobre la representación que emiten los medios, la teoría de la representación mediática, de Sary Calonge, es un soporte básico de la investigación, pues a partir del análisis de contenido y otros recursos metodológicos se podrá interpretar la imagen que a través de la representación mediática se ha construido de la creación cultural cubana.

No se puede perder de vista que para el análisis de esta representación es preciso tener en cuenta que la misma se produce en el contexto de los NMS o del ciberperiodismo, como también se le denomina. Tal es así que llega a considerarse como “una herramienta prometedora

capaz de fomentar la comunicación interactiva transnacional y el empoderamiento de actores e incipientes movimientos locales de base" (Schulz, 2014: 172). La comunicación se internacionaliza, lo que "afecta en la actualidad a los límites culturales del mundo" (Fernández, 2002: s/p).

Se produce un flujo de comunicación transnacional, acompañado por el intercambio cultural, aspectos que han tenido varios análisis, desde los que van al surgimiento de identidades globalizadas, más plurales y diversas (Hall, s/a Fernández, 2002: s/p) hasta los que llegan a plantear que este tipo de comunicación coloca las mentes a la merced de las industrias culturales (Schiler, 1996 en Fernández, 2002: s/p). Incluso no falta quien asegura que la sociedad actual no puede considerarse como la de la comunicación transnacional, sino como la de múltiples espacios de comunicación (Moragas, 1986 en Fernández, 2002: s/p). Independientemente de las posturas asumidas, la comunicación ha sufrido cambios. Al respecto Ramón Zallo asegura que el ciberespacio dialógico, como nuevo espacio social y público insertado, añade agendas múltiples a los mass media. Esa interacción social reestructura el flujo informacional al punto que el otrora receptor pasivo puede llegar a proponer e imponer su agenda (2016: 82).

Quizás esa sea una de las principales transformaciones: un actor pasivo, llamado incluso prosumer, fruto de la regla de oro de esta nueva etapa comunicacional: la interactividad. Ahora se cuenta con un mayor número de fuentes y brinda la posibilidad de estar en relación directa con los públicos. Este tipo de periodismo debe "tender a reflejar la realidad", pero sin conformarse con representar una "realidad viciada o sin interés para el público" (Rodríguez, 2008:71).

La construcción del mensaje, unido a sus formas de transmisión y jerarquización (archivos, comentarios, multimedia), harán de los *posts*<sup>(1)</sup> publicados en cualquier cibermedio una vía para construir y sostener el orden de la cibernsiedad. Uno de los cambios sustanciales es el operado en el discurso periodístico, mediado por la inclusión del hipertexto. Son algunos de estos aspectos los que llevan a hablar de un nuevo lenguaje periodístico, virtual, necesario también para representar la cultura desde los medios. "Los elementos con los que usualmente se construía el sentido (lingüístico, para-lingüístico y supra-lingüístico) ahora se abordan desde el metalenguaje del hipertexto" (Rodríguez, 2008:72).

A ello se une otra serie de elementos dirigidos a conservar la atención de los usuarios. Entre ellos destacan la tendencia a acortar los textos desde un estilo claro, conciso; a lo que se une la utilización de títulos informativos y la fragmentación del contenido periodístico a través de recursos gráficos, sugerencias de lectura, archivos de sonido, entre otros. Del mismo modo se alude a nuevos géneros periodísticos. Ramón Salavarría hace referencia a la infografía interactiva, los reportajes multimedia, los nuevos formatos de noticia, la entrevista digital, que permite la intervención incluso en tiempo real de los lectores y los foros, entre otras novedades (Salavarría en Martín, 2005: 29).

Estas transformaciones en el modo de concebir, construir y difundir la información, unido a las disímiles maneras para consumirla suponen nuevas maneras de los usuarios interactuar con el medio y en la medida de que cada actor social lo asuma de manera activa se podrá hablar entonces de la existencia real de un prosumer que propicia la interacción con los medios y la producción de nuevos contenidos.

## 2.2. OnCuba, maneras diferentes de representar a Cuba

OnCuba, a decir de sus gestores, es la marca que distingue una plataforma de comunicación multimedia sobre Cuba, perteneciente a la empresa norteamericana Fuego Enterprises Inc. (OTCUS: FUGI), radicada en Miami. Según Hugo Cancio, emprendedor cubanoamericano, CEO de la empresa y fundador de la publicación digital, OnCuba “trabaja para construir puentes de información, respeto y compromiso con nuestro país y con nuestra cultura” (OnCuba, 2016a).

Dentro de esta marca se publican las revistas impresas OnCuba y ArtOnCuba, con frecuencia bimestral y trimestral respectivamente, así como una revista trimestral digital: OnCuba Real Estate y una revista digital en la web con actualización diaria, objeto de la presente investigación: [www.oncubamagazine.com](http://www.oncubamagazine.com)<sup>(2)</sup>. Ofrece, además, servicios de viajes norteamericanos a la Isla a través de la división OnCuba Travel.

Desde una corresponsalía permanente en La Habana, acreditada ante el Centro de Prensa Internacional del Ministerio de Relaciones Exteriores de Cuba, se edita OnCuba en su versión digital.

Este medio fue creado en marzo de 2012 con la intención de “reunir el talento de todos aquellos que quieren dar una visión de Cuba inquietante, polémica, bien argumentada y a la vez ágil, fresca y joven”, según asegura en un editorial. Más adelante agrega: “este principio aplica tanto para volver asequibles temas complejos, como para ampliar el horizonte de lo que merece ser publicado y leído”. Según sus gestores a OnCuba en la web la distinguen la actualización diaria a través de un soporte interactivo que permite conocer los detalles de la realidad cubana dentro y fuera del país, contenidos con los que interactúan más de un millón de personas (OnCuba, 2016a).

Entre sus columnistas se encuentran prestigiosos académicos, artistas, científicos, escritores y especialistas como el Dr. José Rubiera, Arturo Arango, Jesús Adonis Martínez, Eduardo del Llano, Marilyn Bobes, entre otros. Su colectivo editorial asegura que su principal interés es mantener un estilo editorial que evite las discusiones y polarizaciones políticas, centrada en contar la realidad cubana desde los cubanos que la construyen, que muestre la pluralidad, la diversidad y la complejidad de la vida cubana desde una visión transnacional de la sociedad cubana (OnCuba, 2016a).

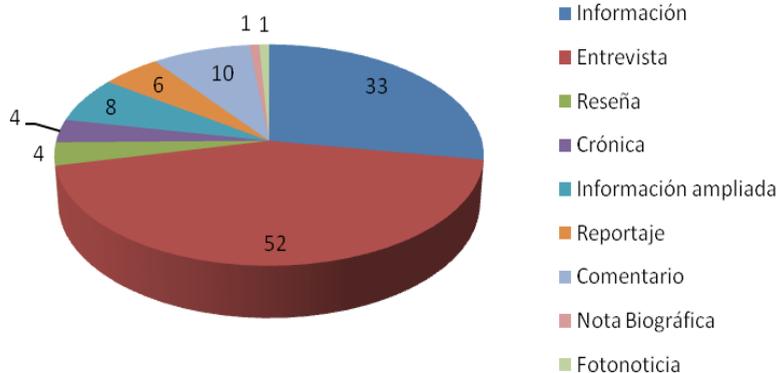
## 3. Resultados. La cultura cubana y la cruzada ideológica.

La publicación de los trabajos en OnCuba no responden a una estricta política informativa, como la mayoría de los medios convencionales, sino “a criterios abiertos, flexibles, inclusivos, mediados por la actualidad noticiosa, la relevancia del tema pero también por las historias personales o la trascendencia de los procesos abordados”, según refiere Mónica Rivero, editora jefa de la publicación. Con esta perspectiva coincide lo asegurado por José Jasán Nieves, editor en la etapa analizada, al referirse al criterio de publicación a los trabajos recibidos: “interés de la audiencia potencial (diáspora cubana) y si aportan algo al fortalecimiento de los lazos entre Cuba con los Estados Unidos (en el espíritu del intercambio cultural verdadero”.

Como parte del análisis en los aspectos formales se evidenció un balance genérico favorable,

con predominio de la entrevista (52), destacándose las de personalidad, no solo a figuras reconocidas en dicho ámbito, sino también a jóvenes que comienzan a destacarse, o que presentan una propuesta artística atractiva. (Gráfico 1)

**Gráfico 1: Utilización de los géneros periodísticos en la sección Cultura de OnCuba.**

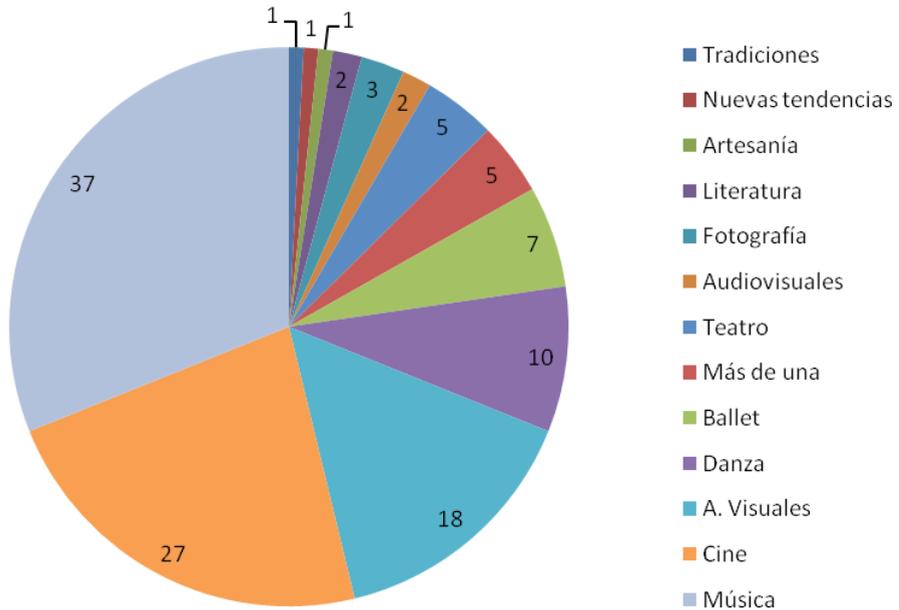


Fuente: elaboración propia

Con ello se logra un acercamiento a los receptores que descubren nuevos actores, fenómenos y valores que podrían llegar a convertirse en noticia u objeto de interés. Sería, desde el punto de vista de los valores/noticia, el valor humano y el de cercanía. Resulta significativo que en las entrevistas, además de interesarse por la faceta creativa, se busque la opinión del entrevistado respecto a determinados procesos o sucesos de su realidad individual y social. Al indagar sobre este enfoque con la editora web, esta aseguró que dan “cobertura lo mismo a los artistas consagrados que a los emergentes; y buscamos representarlos en su complejidad, saber más que el nombre de su próximo disco o su última película”.

A la entrevista le sigue la información (33). No la información fría, de estructura y discurso convencional, sino que trasciende la mera narración de lo sucedido, ofrece detalles. El periodista inicia la presentación de un tema, que luego trabaja desde géneros de mayor amplitud y profundidad. Se apreció un marcado interés por los tópicos que delinean el país más allá de lo artístico y lo literario, que trasciendan las Bellas Letras y Bellas Artes. La música fue la más representada (37), seguida por el cine (27) y las artes visuales (18) (gráfico 2).

**Gráfico 2: Representación de las temáticas culturales en la sección Cultura de OnCuba**



Fuente: elaboración propia

Las referencias a esas ramas o manifestaciones del arte tienen que ver con propuestas estéticas de jóvenes que se insertan con fuerza en el panorama creativo de la Isla, y cuyas miradas son más acuciantes y críticas, por tanto, menos complacientes, respecto a la sociedad cubana que emplazan. Las inquietudes que los movilizan están estrechamente ligadas con la realidad compleja y contradictoria que les ha tocado vivir y se convierten en temas recurrentes desde diversos enfoques en su creación cultural.

Las tradiciones populares, la historia local y los elementos identitarios de las diferentes regiones del país también encuentran espacio para la representación, pero en menor medida, lo que sin dudas limita un componente tan importante como las expresiones raigales; lo que entra en contradicción con lo planteado por la jefa editorial: “entendemos la cultura más allá de la cultura artística. Por eso nos interesan también los procesos de la cultura, los hábitos, las tradiciones, la vida cotidiana”

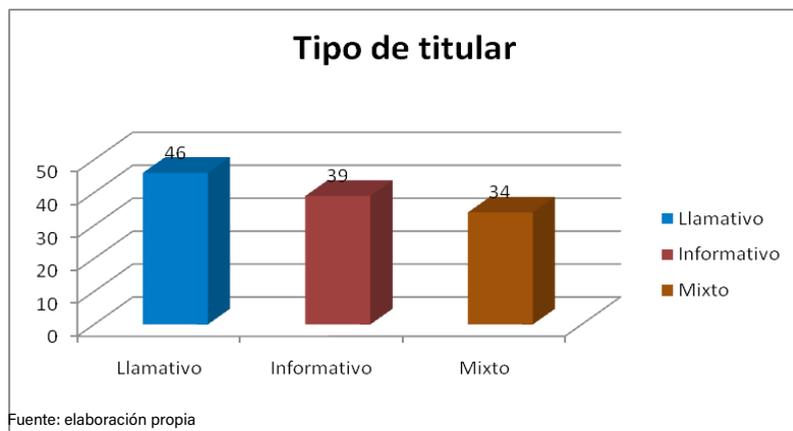
Igualmente se incluyen manifestaciones que se ubican en el segundo y tercer campo que Pierre Bourdieu señala dentro de la cultura, como son la fotografía, la artesanía, la música popular y tradicional, la sonoridad urbana, el jazz afrocubano y latino, el flamenco. Otras tendencias creativas, más contemporáneas y experimentales, al caso las instalaciones dentro de las artes visuales, los bailes y ritmos de moda y las nuevas tendencias de la danza contemporánea, también resultan objeto de interés para los periodistas de OnCuba. Otras de las expresiones

representadas son los avances y tendencias tecnológicas que influyen de forma directa en la sociedad cubana contemporánea. Para su estudio la autora los ha denominado nuevas tendencias. Entre ellas se encuentran la influencia de los videojuegos y el denominado Paquete semanal en el Sistema Social (SS) cubano.

En cuanto a la relación entre el contenido de los trabajos periodísticos y su vínculo con la temática analizada se puede asegurar que el tratamiento del tópico es directo, pues es el enfoque que prevalece desde diferentes aristas, ya sea desde los propios actores sociales que la conforman o a partir de fenómenos, procesos y sucesos sociales que se producen al interior del sistema. Suelen ser los actores quienes hablan de sí, de su creación artística y del medio o contexto social en el que se desarrollan. Se presentan como actores activos de los diferentes acontecimientos que se producen al interior del SS. Incluso en los trabajos donde el periodista lleva el hilo del suceso, emergen constantemente esos actores, protagonistas reales de la historia que se narra. De ahí que se pueda concluir que OnCuba representa mediáticamente la cultura cubana de forma directa.

Otro de los aspectos de tipo formal que no debe pasarse por alto es la utilización de los titulares a partir del rol que estos desempeñan para captar la atención de los lectores. El análisis arrojó que los titulares más utilizados son los llamativos (gráfico 3), que si bien en algunos casos pueden atraer al usuario, también es cierto que varios manuales de redacción para la web o de ciberperiodismo aconsejen el empleo de titulares informativos de clara redacción que faciliten la comprensión y no exija del lector reflexiones y tiempo para comprender la esencia del titular.

**Gráfico 3: Empleo de los titulares en la representación de la cultura cubana en OnCuba**



Dentro de la construcción discursiva se analizaron situaciones, posturas o sucesos ante los cuales los diferentes actores sociales que participan en la construcción del sistema adoptan determinadas posturas. Algunas de las acciones no culturales se producen en un marco exterior al SS, en el entorno inmediato y que repercuten en él. Es el caso de la fecha que inicia el periodo de análisis: el 17 de diciembre de 2014 (17D), día en que se restablecieron las relaciones diplomáticas entre los gobiernos de Cuba y los Estados Unidos.

Resulta recurrente la utilización por parte de los autores del vocablo "deshielo", para referirse al proceso iniciado mucho antes pero hecho realidad el 17D. Si se tomara textualmente a partir de su significado como transformación del hielo en agua y la distensión en las relaciones entre personas o países podríamos afirmar que se construye una suerte de metáfora que expresa la relajación de la tensión y el inicio de un periodo más favorable, entendiéndose el hielo como estancamiento y el agua resultante de su descongelación como fluidez, desarrollo.

A partir de la contextualización de este vocablo se derivan algunos sintagmas que replantean las relaciones entre Cuba y Estados Unidos. Se convierte en la descripción más recurrente de importantes sucesos de la creación cultural cubana, como la "Bienal del deshielo" o "Festival del deshielo"; para referirse a la Bienal de La Habana y al Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano, respectivamente, lo que deviene en un atisbo de la importancia concedida y la repercusión del hecho en el ámbito cultural.

En la categoría Nombre resulta interesante que más que formas de referirse a la creación cultural se encuentran alusiones al 17D que evidencian un punto de giro al referirse a EE.UU. y su gobierno. El vínculo entre nosotros y los otros es el marco de representación dado que se analiza la relación entre las partes desde los medios de uno de ellos. Destacan las expresiones que continúan percibiendo distanciamiento: ("país del Norte", "el lado de allá", "los vecinos"); al tiempo que se suman otras que más que al país describen al proceso, incluso con aires de asombro o de incredulidad sobre el mantenimiento del diálogo: ("lo que está sucediendo entre Cuba y EE.UU es increíble", "el momento de reconciliación que viven Cuba y Estados Unidos", "deshielo de las relaciones diplomáticas entre los dos lados del Estrecho de la Florida", "a ver cuánto dura...").

Es notable la forma en que los trabajos periodísticos convierten los sucesos políticos en el centro, al punto de que los procesos creativos, artísticos, culturales se coloquen en función del primero. Se identifican actitudes que aseguran que Cuba, la creación cultural, la obra de los artistas cubanos adquirió mayor visibilidad, mayor atención en la esfera mediática internacional tras el 17D. Se encuentran frases como "hoy hay un Boom con Cuba" o "venir a Cuba es moda y La Habana trending topic, "en menos de una semana han pasado por aquí desde el gran Mick Jagger hasta el campeón Floyd Mayweather Jr".

Además, se emplean con frecuencia sintagmas como "nuevo escenario" o "nuevo panorama". Destacan las actitudes asumidas, sobre todo por los propios creadores, sobre la repercusión del 17D para la distribución y comercialización del arte, al percibirlo como una oportunidad: ("futuro promisorio del arte cubano", "la irrupción del arte cubano en el mercado", "valor del arte cubano después del deshielo", "tras el 17D el arte cubano ha regresado a los ojos del mundo"). Con estas expresiones podría pensarse que el arte y la cultura cubana estaban ausentes del panorama internacional en la etapa precedente, lo cual no es cierto. A estas se suman otras actitudes de los artistas que perciben los sucesos como una posibilidad de intercambio, crecimiento y enriquecimiento de nuestra cultura: ("todo esto se resume en riqueza para nuestro país y nuestra cultura", "la voluntad de mejorar las relaciones, manifiestas por ambos gobiernos, tendrá sin dudas repercusiones en la cultura", "clima de diálogo y apertura").

También se identificaron actitudes, en este caso de artistas o comerciantes estadounidenses

ses, referidas a la calidad artística ante la presencia de los coleccionistas: (“antes de que los americanos tomen la ciudad” o “lo que yo no quiero es que los artistas hagan obras malas por el dinero, porque aquí va a venir mucha gente y van a vender”). Sin embargo, son varios los criterios que aseguran que la identidad y la cultura nacional permanecerán inalteradas en su esencia primigenia, aun cuando la oleada de visitantes de esa nacionalidad vaya en aumento. En cuanto a las maneras de definir el sistema es recurrente que los creadores refieran desde su especialidad una suerte de conceptualización que puede extenderse a la creación cultural. Resulta recurrente la concepción del arte y de la cultura cubana, de forma general, como un acto de provocación social, pues no solo persigue la creación en su sentido más amplio, sino que también busca la reflexión sobre situaciones cotidianas: (“el ballet no es una profesión, sino un estilo de vida”).

Los actores representados se diversifican y amplían. Ciertamente los artistas cubanos encuentran espacio para que su creación sea representada. Al mismo tiempo se incluyen voces desconocidas dentro del país, fundamentalmente por encontrarse radicados en el exterior (Susana Pérez, Tanya, Omi, entre otros). Hallan en OnCuba el espacio para dirigirse a su público base, el que reconoce su talento y su condición de cubano. Se estructura una representación mediática mucho más amplia y diversificada de la creación cultural de la sociedad cubana actual. Tal postura permite referirse a la existencia de una cultura cubana cosmopolita, globalizada, que fusiona armónicamente los componentes generados dentro de los límites geográficos con los gestados desde la diáspora. Logra así uno de los fines declarados por la publicación: convertirse en puente entre los cubanos de aquí y los de allá

La identificación de lo cubano más allá de las fronteras expone uno de los atributos presentes en la creación cultural. En la mayoría de los casos dicha identidad tiene una marcada presencia en los actores que se encuentran fuera del país: (“soy cubano y moriré siéndolo aunque tenga otras ciudadanías o viva en otro país”, “yo soy cubana, es como un virus que no se quita, y tengo un irremediable amor crónico por Cuba”, “haber nacido en Cuba es parte de mi identidad, no una etiqueta (...) Cuba es mi hogar porque es donde está mi gente”).

Para los que permanecen dentro de los límites geográficos los atributos referidos a la identidad emergen sin esperarlo porque está latente en cada acción social. Dentro del proceso de continuidad y ruptura, de preservación cambiante de lo que nos identifica se enfatiza en la necesidad de mirar al pasado para de allí tomar los elementos necesarios en el presente y que pueden guiar el futuro: (“es algo que tienes tatuado no en la piel, en el corazón, en el cerebro. Es algo que aunque quieras no te lo puedes quitar”, “siempre que uno se mire adentro y busque atrás, podrá entonces mirar para adelante”).

#### 4. Discusión y Conclusiones

Se puede afirmar que la representación mediática de la creación cultural cubana se conforma desde una variedad temática que supera la manejada por los MCM y trasciende el mero carácter informativo y narrativo, pues incluye un adecuado seguimiento a través de criterios valorativos y juicios de opinión.

Tal variedad temática posibilita la visualización no solo de la cultura consagrada, sino también de otros componentes no incluidos en ese estrecho rango, de forma que se representan ma-

nifestaciones no habituales ni reconocidas junto a disímiles actores involucrados, tanto los de mayor reconocimiento, internacional y nacional, como los más noveles. No obstante, no se puede obviar que en el periodo analizado, existen manifestaciones que aun demandan un mayor seguimiento por este SC.

Otro aspecto relevante del análisis es la repercusión que ha tenido, o se supone tendrá, para la creación cultural cubana el 17D. Se produce una contraposición de criterios, pues mientras algunos aseguran que el 17D ha devenido en una suerte de redescubrimiento de la cultura cubana, al punto de asegurar que será invadida por los cánones socio-culturales norteamericanos, otros sostienen que la cultura cubana, pese a recibir ese influjo, continuará incólume en su esencia, pero abierta a la retroalimentación, como parte de ese conocido proceso de transculturación que nos ha definido como estado nación y pueblo.

A esto se une que esta fecha marcó un punto de inflexión en el discurso periodístico relativo a las relaciones entre Cuba y EE.UU., condicionado en el caso de OnCuba, por la recurrencia de sintagmas que aducen el final del diferendo diplomático entre los dos países y el cambio de la retórica informativa y noticiosa.

En lo referido a la identidad como elemento distintivo se aprecia la emergencia de una identidad que trasciende los límites geográficos insulares. Esta condición supera a su vez las discrepancias o fracturas históricas de naturaleza política. La cultura se erige como puente que enlaza a los cubanos radicados en el país con los que se encuentran en la diáspora. El hecho de ser cubano y los aspectos que conforman tal condición prevalecen por encima de las posturas o criterios políticos.

Aunque la representación mediática de la cultura cubana que propone OnCuba es más abarcadora, flexible e inclusiva que la de los MCM, también se debe señalar que podrían explotar con mayor eficacia los recursos mencionados con anterioridad referidos a las características del periodismo desde una ciberredacción. Si bien las galerías de fotos (incluso el foto-reportaje), y los videos como soporte mediante enlaces a YouTube, en algunos casos es deficitario o insuficiente el empleo de los recursos infográficos y de los hipertextos, además de que no cuentan con un canal para la difusión de archivos de voz. Un aspecto positivo es que cuando se apoyan en estos componentes del lenguaje digital o hipermedia, el lector es direccionado a otros trabajos del medio OnCuba, con lo cual evitan la remisión a una tercera fuente. De esta forma el usuario se mantiene dentro de la plataforma y evitan su pérdida.

La representación mediática de la creación cultural cubana en la publicación norteamericana OnCuba se caracteriza por la amplificación de los fenómenos estéticos asociados al cambio, que superan lo artístico para acercarse a la esfera de lo social.

## 5. Referencias bibliográficas

Bacallao, L.M. (2010). Representaciones mediáticas de las redes sociales: un estudio de casos. en Revista Latina de Comunicación Social, 65, páginas 114 a 125. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna. Disponible en [http://www.revistalatinacs.org/10/art/887\\_UZaragoza/09\\_Lazaro\\_Bacallao.html](http://www.revistalatinacs.org/10/art/887_UZaragoza/09_Lazaro_Bacallao.html). DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-887-114-125.

Calonge, S. (2006) La representación mediática: teoría y método. (Documento en PDF). Disponible en <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/psie/n23/v23a05.pdf>.

Castells, M. (1997). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Volumen 1, La sociedad red. Madrid: Alianza Editorial

Elizalde, R. M. (2014). El consenso de lo posible. Principios para una política de comunicación social desde la perspectiva de los periodistas cubanos. La Habana: Upec. (Resumen de la tesis doctoral en Ciencias de la Comunicación homónima, versión en formato digital)

Fernández, S. (2002). La globalización de la comunicación. Ámbitos, núm. 8, 2001-2002, Universidad de Sevilla, Sevilla, España. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/168/16800808.pdf>.

Hall, S, (s/a). The Question of Cultural Identity. En Fernández, S. (2002). La globalización de la comunicación. Ámbitos, núm. 8, 2001-2002, Universidad de Sevilla, Sevilla, España. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/168/16800808.pdf>.

Marta-Lazo, C. y Gabelas, J.A. (2016). Comunicación digital. Un modelo basado en el factor R-elacional. Barcelona: Editorial UOC.

Martín Herrera, I. (2005). Ciber redacción periodística. Nuevo lenguaje para un nuevo medio. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, diciembre, número 092, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Quito, Ecuador, pp. 24-29.

Martín-Barbero, J. (2002). La educación desde la comunicación. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

Moragas, M. (1986). Sociología de la comunicación de masas. En Fernández, S. (2002). La globalización de la comunicación. Ámbitos, núm. 8, 2001-2002, Universidad de Sevilla, Sevilla, España. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/168/16800808.pdf>.

Redacción OnCuba. (2012). Trabajar con nosotros. Disponible en [www.oncubamagazine.com](http://www.oncubamagazine.com)

Rodríguez, J. (2008). Periodismo cultural y medios electrónicos: Sofisticados galimatías hacia una praxis renovadora. Punto Cero, Año 13, No. 16, 1er Semestre. Pp. 67-77. Disponible en [http://www.scielo.org.bo/sciELO.php?pid=S1815-02762008000100008&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.bo/sciELO.php?pid=S1815-02762008000100008&script=sci_arttext).

Schiller, H. (1996). Information Inequality: The Deepening Social Crisis in America. En Fernández, S. (2002). La globalización de la comunicación. Ámbitos, núm. 8, 2001-2002, Universidad de Sevilla, Sevilla, España. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/168/16800808.pdf>.

Schulz, M. S (2014). Nuevos medios de comunicación y movilización transnacional: el caso del Movimiento Zapatista. Perfiles Latinoamericanos, No. 44. Julio-diciembre, pp.: 171-194.

Scolari, C. A. (2008). Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona: Gedisa.

Tablante, L. (2005). Representaciones sociales, medios y representaciones mediáticas. (Documento en PDF). Disponible en <http://saber.ucab.edu.ve/handle/123456789/28266>.

Zallo, R. (2016). Tendencias en Comunicación: cultura digital y poder. Barcelona: Editorial Gedisa.

#### **NOTAS:**

(1) El anglicismo post designa un artículo individual publicado en un blog o cualquier otro medio digital.

(2) Debe señalarse que desde el 1 de octubre de 2018 la publicación cambió su perfil de revista a uno más cercano al diario, donde prima lo informativo, por lo que pasa a denominarse OnCuba News ([www.oncubanews.com](http://www.oncubanews.com))

#### **CURRICULUM VITAE. Yanelis Martínez González.**

Licenciada en Periodismo. Máster en Ciencias Sociales y Pensamiento Martiano. Profesora de la Carrera de Periodismo en la Universidad de Holguín, Cuba. Ha obtenido varios premios, entre ellos el de Investigación en el Congreso de Pensamiento Memoria Nuestra, 2017. Publicó el artículo De las TIC a las TRIC. Una nueva realidad socio-comunicacional en Cuba, en la revista [index.comunicación](http://index.comunicación). Disponible en <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/319>. Fue aceptada en el Doctorado de Antropología y Comunicación de la URV, en Tarragona.



## **Análisis crítico del discurso: el tema del Sahara Occidental en la prensa escrita como modelo**

### **Autora:**

Houda BERKANI

Doctoranda & Profesora colaboradora en el Departamento de Estudios Hispánicos-Facultad de Letras y Ciencias Humanas- Universidad Hassan II - AinChock - Casablanca -MARRUECOS

00212670991038

houdaberkani@gmail.com

### **Resumen:**

El presente artículo tiene como principal objetivo destacar las dificultades a las que se enfrentan los traductores cuando se encuentran ante un dilema moral en el marco de su profesión. Además, se propone presentar, de manera sucinta, el papel de la prensa como medio de difusión social y su influencia en la formulación de la opinión pública.

Tomando los acontecimientos de Gdeim Izik como aspecto de coyuntura política en Marruecos, se realiza un análisis crítico del discurso de los acontecimientos partiendo de dos artículos de opinión publicados en los dos periódicos españoles de alta difusión: ABC y El País.

**Palabras clave:** análisis crítico del discurso / fidelidad / identidad / periódico / opinión / Gdeim Izik

### **Abstract**

This article aims to highlight the moral dilemmas, faced by the translator in his professional path, he usually finds himself between the objectivity and the fulfillment of the original text on the one hand, and to highlight its identity on the other.

The text envisages providing an overview of the role of journalism, as a social dissemination means and its impact on the formulation and manufacture of public opinion.

Through the events of Gdeim Izik which characterized the Moroccan political landscape in recent years, we try to provide a critical analysis of discourse of events based on two articles of opinion that the most important newspapers of Spain (ABC and El País) published on this subject.

**Keywords:** Critical Analysis of Speech / Loyalty / Identity / Newspaper / Opinion/ Gdeim Izik

## 1. Introducción

Considerado durante mucho tiempo el cuarto poder<sup>(1)</sup>, el periodismo empieza a ser valorado últimamente en términos de efectos más que de causas (Martínez Albertos, 1989). A este marco pertenece un elemento central que analizaremos más adelante: el lenguaje periodístico, que sólo debe tratar sobre “como escriben los periodistas” y jamás sobre “cómo deben hacerlo”. De hecho, las condiciones lingüísticas y semánticas desempeñan un papel de gran importancia en la prensa escrita cuyo afán consiste en transmitir la información e interactuar en un mundo con realidades complejas y complicadas. Dicho de otro modo, la terminología usada por parte de un periódico dado determina su punto de vista.

Esto plantea directamente la cuestión de la naturaleza del instrumento (lenguaje). En la vida diaria, sabemos que cuanto más afilado esté un cuchillo, mejor cortará. Aplicando este principio al ámbito de la redacción: cuanto más depurado esté el estilo de un texto periodístico, más se adecuará a la finalidad para la que fue concebido, y mejor logrará sus objetivos (LOPEZ GARCIA, 1996:12). Esto significa que la cuestión del estilo en el periodismo no es un asunto accidental. Más bien hace que la escritura periodística represente una de las manifestaciones más emblemáticas del escribir.

En la actualidad, y para beneficio de la sociedad en su conjunto, se vuelve a discutir sobre el papel de los medios en el escenario político y en la formulación de la opinión pública. En este sentido, dado que el aspecto más importante que en la actualidad refuerza los vínculos de Marruecos con el mundo Iberoamericano es el tema del Sáhara, el objetivo es analizar la cobertura periodística de elementos referenciales en el marco periodístico español en cuanto al tema del Sahara.

Así pues, el objetivo es presentar la actitud española respecto al tratamiento de temas relacionados con el Sáhara en la prensa española, ejemplificándolo mediante artículos publicados por dos de los diarios con mayor tirada en España: ABC y El País.

El tema seleccionado en estos soportes trata de uno de los acontecimientos relacionados con el tema del Sáhara que tuvo una gran repercusión en el escenario periodístico, tanto español como marroquí: los acontecimientos de Gdeim Izik.

En el presente bloque se analizan las diferentes versiones relacionadas con los acontecimientos, teniendo como trasfondo el dilema moral en el que puede caer cualquier traductor: la disyuntiva entre la fidelidad al mensaje original, para marcar el anhelo de cualquier traductor: la objetividad, y el hecho de estar en la obligación de marcar la identidad, marroquí en este caso, y adaptar el artículo a un público que está acostumbrado a unos términos específicos que reflejan “marroquinidad” y que rechaza todo tipo de vocabulario que pone en tela de juicio esta identidad.

En el presente artículo, se analiza el discurso, tanto desde la perspectiva textual como ideológica, conforme a la metodología propuesta por Ruth Wodak (2003) y Teun A. Van Dijk (1999), que conciben el discurso como un acto que refleja los pensamientos e intenciones del autor en los que se cuela no sólo su subjetividad sino también las relaciones de poder que se establecen mediante el mismo. (VELEZ LOPEZ, 2007: 2)

Generalmente, son los discursos emitidos por las élites de poder los que influyen en la sociedad y en la reformulación de la opinión pública, pues no en vano “los discursos ejercen el poder porque transportan un saber con el que se nutre la conciencia colectiva e individual” (Wodak y Meyer, 2003: 69).

Siguiendo la perspectiva de Van Dijk (2003), y a sabiendas de que no existe un método prescrito para el análisis crítico del discurso, se estableció un modelo que detalla las categorías generales de análisis hermenéutico propuestas por el teórico (VELEZ LOPEZ, 2007:3)

Pondremos además especial atención en el empleo de las “subjektivemas”, es decir, las valoraciones sobre los acontecimientos en cuestión (de Gdeim Izik), o el tema del “Sahara” en general que el opinante hace durante su enunciación y que permiten analizar la ideología del mismo. Por lo que, en nuestro caso, los artículos de opinión resultan muy significativos.

## 2. Generalidades sobre la lingüística aplicada a la traducción

Hablar de aplicación práctica de investigaciones lingüísticas es hablar de una ciencia llamada lingüística aplicada. Isabel Santos Gargallo, doctora en lingüística y profesora titular de filología española en la Universidad Complutense de Madrid, la define como sigue:

«La lingüística aplicada es una disciplina científica, mediadora entre el campo de la actividad teórica y práctica, interdisciplinar y educativa, orientada a la resolución de los problemas que plantea el uso del lenguaje en el seno de una comunidad lingüística» (Santos, 1992:10).

Partiendo de esta definición, se afirma, primero, y antes que nada, que la lingüística aplicada es una disciplina científica, y, segundo, que tiene una característica de mediación entre el campo de la actividad teórica y el de la práctica.

Por otra parte, Rabadán y Fernández (2004) la definen como sigue: «la lingüística aplicada a la traducción ayuda a identificar la naturaleza de los problemas de traducción en la fase de comprensión del T.O<sup>(2)</sup>». Así pues, excediendo el marco de la lingüística, Rabadán y Fernández relacionan la lingüística aplicada con la traducción y la definen como un instrumento que ayuda a seleccionar las posibles soluciones para los problemas planteados en la fase de recomposición del T.M<sup>(3)</sup>.

En términos generales, la lingüística aplicada tiene como principal objetivo solucionar problemas concretos relacionados con la comunicación lingüística.

## 3. El contexto

Beaugrande y Dressler (1997) hablaron de la situacionalidad, o del contexto: Un factor relativo a todos aquellos elementos que hacen relevante un texto en una situación de ocurrencia actual o recuperable.

Ahora bien, ¿cuál es la situacionalidad que rodeó la temática que aparece en los artículos?

El 8 de noviembre de 2010, la ciudad de El Aaiún vivió enfrentamientos entre las fuerzas de seguridad y los separatistas saharauis tras el desmantelamiento de los campamentos de Gdeim

Izlik, erigidos por la población local el 10 de octubre para, según el Polisario, protestar contra las condiciones de vida y exigir empleo y desarrollo socio-económico en la región.

Según la versión marroquí, el objetivo del frente separatista era el de generar un «levantamiento popular», reivindicando la independencia del territorio del Sahara Occidental marroquí, añadiendo que el Frente Polisario ha utilizado una manifestación de carácter social para darle a la cuestión una dimensión política, dando lugar a una auténtica ola de propaganda.

Independientemente de los verdaderos motivos del levantamiento, las dos versiones (marroquí y española) se ponen de acuerdo sobre el tiempo del acontecimiento, lo cual exige mucha cognición para entender e interpretar las dimensiones de este movimiento que tuvo repercusiones e incidencias directas sobre el conflicto del Sahara Occidental. Los ecos del movimiento Gdim Izlik llegaron hasta Naciones Unidas, por lo cual, se derramó mucha tinta en la prensa escrita para intentar, de un modo o de otro, describir “la realidad” sobre el terreno. Para entender las diferencias y similitudes de las versiones en los medios escritos que trataron la noticia recurrimos al análisis crítico del discurso.

Cabe mencionar que la fecha de la protesta coincidió con la visita de Ross, el enviado del Secretario General de la ONU a la región, y con el aniversario de la Marcha Verde.

Por otra parte, el Frente Polisario hizo sus alegaciones, centradas en los Derechos Humanos, cuando se llevaron a cabo negociaciones sobre el futuro del Sahara. Lo que demostró que el frente aspiraba a torpedear dichas negociaciones, realizadas bajo los auspicios del Secretario General de las Naciones Unidas.

#### 4. El receptor

En principio, un periodista escribe para un tipo de lector. Sin embargo, en periodismo es difícil hablar de un receptor o un interlocutor conocido, sino de un receptor ambiguo. Por ello, en periodismo no se suele hablar de presuposiciones concretas sino de implicaturas que se sobreentienden de los artículos expuestos.

Por otra parte, las presuposiciones entendidas como enunciados implícitos deben considerarse verdaderas, siempre que se considere que el enunciado expreso al que se asocian posee un valor informativo, ¿El caso de Ana Palacio se considera como presuposición? ¿Estamos ante una presuposición o una implicatura?

#### 5. El vocabulario

Hablar de estilo periodístico es hablar, principalmente, de vocabulario y términos que conforman el andamiaje comunicacional. En este sentido, una de las tareas que debe emprender inexcusablemente el periodista es la de seleccionar con mucho cuidado su vocabulario para asumir la responsabilidad de sus escritos, independientemente de la rapidez y la presión que envuelve el trabajo informativo. El hecho de que el periodista elija unos términos y no otros no es en absoluto inocente, y los periodistas son conscientes de esta peculiaridad.

Por otra parte, cabe mencionar que utilizar ciertos significados con el fin de transmitir una determinada intención implica que el receptor reconoce ya esa relación de intencionalidad.

La redacción de un artículo periodístico no tiene como única finalidad la comprensión del texto. Lo que se pretende es que el «filo del cuchillo periodístico no esté embotado y que podamos cortar la realidad con él...» (LOPEZ GARCIA, 1996:12)

Si las realidades y las situaciones del mundo que estas lenguas reflejan o tratan de reflejar son equivalentes, el destinatario al que van dirigidas estas situaciones no lo es.

## **6. Fidelidad vs. libertad: objetividad y subjetividad.**

Evocando el lema del histórico editor de The Guardian, el inglés Charles Prestwich Scott, «los hechos son sagrados, las opiniones son libres» (SANCHEZ CALERO, 2011:51). Ahora bien: ¿Los hechos son realmente sagrados? ¿Las opiniones son siempre libres? Generalmente, ni los hechos son tan sagrados, en el sentido de unívocos, ni las opiniones, que necesitan argumentos bien fundamentados, son tan libres.

A la luz de los artículos objeto de estudio, veremos hasta qué punto los hechos son sagrados (si lo son) y hasta qué punto son libres las opiniones (si lo son).

En la concepción y la escritura de los relatos periodísticos, así como en el dominio de las operaciones lógico-lingüísticas que realizamos en los relatos y en las opiniones, la objetividad periodística debería de asimilarse como el objetivismo literario. Es decir, se exige saber diferenciar lo que es interpretación (todo relato lo es) y lo que es opinión. Esta diferenciación reside en los juicios. (SANCHEZ CALERO, 2011:131).

En este sentido, T. Sabada (2008) afirma que, lejos del preconizado objetivismo informativo, el periodista cuenta los acontecimientos con un enfoque particular.

Ahora bien, ¿consiguen los periodistas de los artículos objeto de estudio diferenciar entre interpretación y opinión? ¿Qué enfoque particular han empleado en su relato? En términos generales, se puede afirmar que, desde la óptica del periodista, su subjetividad se manifestará en los elementos que afectan el cómo decir y su objetividad en los que impresionan, a saber, el qué decir.

## **7. El género de opinión.**

Los géneros de opinión tienen como finalidad expresar el punto de vista de quien escribe, interpreta y comenta una realidad. El tema que tratan suele ser siempre un hecho de actualidad en el que se expresan argumentativamente unas ideas, intentando convencer al lector de ellas. De ahí su capacidad persuasiva. Razón por la cual nos hemos centrado en este género periodístico.

### **El artículo de opinión**

Se sustenta en la interpretación razonada de un tema de actualidad. Es un trabajo personal que no está sometido a ninguna técnica específica. Por lo que cada opinante escribe como quiere, utilizando sus propios recursos lingüísticos. Por lo tanto, no es posible determinar la línea editorial mediante este género.

Los artículos de opinión van siempre firmados, y su contenido temático puede hacer referencia

a cualquier actividad política, social o cultural. En el caso del presente artículo, se presentan artículos de opinión escritos por la ex ministra de Asuntos Exteriores de España, Ana Palacio.

### El editorial

« (...) Los diarios que incluyen editoriales poseen, por lo común, una mayor influencia sobre la opinión pública y los poderes oficiales y privados» (O. Hornos Paz y N. Nacimovich, 1997: 25).

La institución periodística se vale de los editoriales para orientar a sus lectores y hacerles tomar conciencia de determinadas cuestiones. La responsabilidad del editorial recae sobre el consejo editorial de la publicación.

### 8. La macroestructura

La macroestructura, o los temas generales, hace referencia al significado global del discurso. En el contexto del presente proyecto, el tema central se anuncia ya en los titulares mediante la palabra «Sáhara».

### 9. La microestructura

La microestructura, o los significados locales, se refiere a los marcadores lingüísticos explotados para la finalidad del hablante (la presentación positiva de nosotros y la presentación negativa de ellos, las objeciones, las omisiones, las implicaciones, las tesis, los argumentos, etc.).

Los dos artículos<sup>(4)</sup> que pretendemos analizar en este estudio transmiten una imagen del Polisario en papel de víctima, mediante un conjunto de expresiones dramáticas («carencias que padecen sus habitantes», «saharai víctima», etc.), y de un gobierno marroquí como genocida y responsable de una serie de actos feroces e inhumanos («marroquí ocupante y opresor», «represión marroquí», etc.).

Así pues, es evidente que los artículos pretenden defender y exaltar al Polisario.

Los artículos contienen un discurso basado en la exposición de un diagnóstico crítico acerca de la responsabilidad del gobierno marroquí en los acontecimientos en cuestión, por un lado, y, por otro, la pasividad y la implicación, tanto histórica como humanitaria, del gobierno español, al tiempo que se pedía al lector reflexionar (siguiendo la lógica expuesta en el artículo) sobre el verdadero "responsable" de los hechos.

### 10. La superestructura

También llamada tejido textual, define el género textual, periodístico y generalmente referente a los artículos de opinión en nuestro caso, basándose en las diferentes partes reconocibles contenidas en el texto, incluyendo el discurso utilizado en el mismo (verbos, sustantivos, adjetivos, etc.) y el objetivo del autor (informar, convencer, dar instrucciones, etc.).

Es, en definitiva, la forma y la estructura generales de un texto.

### 11. Las fuentes utilizadas

Con el objetivo de variar el material de estudio, se han utilizado dos tipos periodísticos diferentes: un editorial sacado de El País, en el que se espera encontrar la postura oficial del periódico,

y un artículo de opinión sacado de ABC, cuya tendencia en la opinión se desconoce.

### 11.1. ABC

Nuestra elección del periódico ABC estriba en que es el periódico español con presencia más larga en Marruecos: desde 1909. Es un periódico monárquico por excelencia, como se declara en sus primeras páginas del primer número (enero de 1903): «El rey y la prensa». Además, el hecho de que sea conservador y de tendencia monárquica le sitúa en una posición ideológica de derechas. Es por ello que es conocido como un diario afín a las tesis del Partido Popular. Sin embargo, e independientemente de los motivos históricos e ideológicos, es un periódico que destaca por su primeras páginas de opinión y su explícita línea editorial.

Como ya se ha dicho anteriormente, uno de los artículos sacados del ABC ha sido escrito por un ex alto cargo del gobierno español: la ex ministra Ana Palacio<sup>(6)</sup>.

### 11.2. EL PAIS

Es el diario español de mayor prestigio por su cobertura internacional, sus páginas de opinión, su tratamiento de la información y su circulación. De hecho, es el periódico de pago de mayor difusión y éxito en España, y es líder en ventas de los periódicos españoles de información general.

En cuanto a su línea editorial, se sitúa ideológicamente en el centro-izquierda y en la izquierda.

## 12. Análisis discursivo

Es curiosa la forma en la que aparecen los títulos de los dos artículos:

«El Sáhara, a oscuras» (El País)

«De nuevo, el Sáhara» (ABC)

¿Por qué los periodistas no utilizaron «el Sáhara occidental» y se conformaron sólo con el término «El Sáhara»? La primera respuesta que surge, inconscientemente, es la posibilidad de que sea sólo por economía lingüística. Sin embargo, es posible que sea también en aras de neutralizar su ideología y engañar, en el sentido de la objetividad que pretende transmitir. Podría ser también porque el autor pretende crear un cierto suspense en el lector con el fin de arrastrarle hacia la lectura del artículo y descubrir de qué «Sáhara» estamos hablando, puesto que se trata de un término muy amplio, y engloba varios sáharas.

En los dos apartados siguientes se analizan algunas de las expresiones más relevantes de los artículos en cuestión, y que reflejan el trasfondo ideológico del titular de los mismos.

### 12.1. «DE NUEVO EL SÁHARA»<sup>(6)</sup>

“De nuevo”:

Se trata de una expresión que alude a la continuidad y a la frecuencia. Su uso de parte del escritor alude a los inacabados problemas relacionados con el Sáhara y con Marruecos. La expresión oculta en sus profundidades un sentimiento de monotonía y de aburrimiento por un conflicto que ha durado más de treinta años sin ninguna solución prevista a corto plazo:

El Sahara ha vuelto a incendiar la opinión pública española. El foco: los sucesos acaecidos en las últimas semanas relacionados con el campamento de Agdamyn Izik, erigido

a las afueras de El Aaiún, por un grupo de saharauis, para protestar por su situación social, política y económica, que llegó a albergar a más de 15.000 personas y que fue desmantelado por las fuerzas de seguridad marroquíes.  
(Ana Palacios, 2010, De nuevo al Sahara, ABC).

El uso del verbo “ha vuelto” demuestra claramente las intenciones de la escritora. Pues, estaba en lo cierto. El conflicto no es nada nuevo. Data de treinta años.

Cabe recordar que, en virtud del capítulo séptimo de la Carta de las Naciones Unidas, se trata de un territorio no autónomo bajo supervisión de su Comité Especial de **Descolonización**.

Su equivalente jurídico es تصفية الإستعمار

Aparentemente, el término “إستعمار” es ineludible. Aunque el término “استعمار” puede resultar chocante para un lector marroquí, puesto que afirma que se trata de un territorio “colonizado”, es necesario optar por la expresión unionense, ya que los términos jurídicos no admiten polisemia.

#### ▪ **“Territorio”:**

Terminológicamente hablando, su equivalente es “أراضي”, pero en la prensa marroquí se opta por “إقليم”(l'lim).

الإقليم es la extensión de una región que forma parte de una nación determinada.

Por consiguiente, se confirma la integridad territorial con el uso de la palabra إقليم (por ej إقليمية الحمراء )

Aquí un ejemplo sacado del periódico marroquí *Al Alam* y que demuestra claramente que la terminología usada para referirse al Sahara es “l'lim cuya traducción literal es “Provincia”, que alude a una parte de la Región, y que por su vez forma parte del Estado marroquí.

في ذكرى استرجاع إقليم وادي الذهب: الكثير يستحضر روح الكفاح الوطني الذي سعى لتحقيق الإستقلال واستكمال الوحدة الترابية المنطقة عرفت إنجاز بنيات تحتية مهمة وبرامج تنموية رائدة  
(*Al Alam*, 2017-08-15)

Se trata de una inclusión directa, tanto a nivel político como administrativo:

- A nivel administrativo, “أقاليم o provincias” son territorios dependientes de una región (إقليم، عمالة، جهة). Hablamos de una relación de dependencia.

Así, la prensa marroquí recalca el término “أقاليم” para dar más énfasis a la autoridad de tutela.

- A nivel político: الإقليم es dependiente de la administración central (Ministerio del Interior) y, por consiguiente, del Estado (confirmación de la Integridad Territorial).

Esto, contrariamente al término “أراضي” que no tiene ni connotación administrativa ni cabida en la constitución.

#### ▪ **“El ejército marroquí ha matado a un joven saharauí”:**

Es decir, se trata de un asesinato cometido por las fuerzas de seguridad, puesto que hubo dos bandos: saharauis vs Fuerzas de seguridad, según las fuentes españolas, y saharauis mercenarios (pueden ser un sujeto agente en este caso) y Fuerzas de seguridad, según las fuentes marroquíes.

Allí queda claro el juego de palabras que permite a cada uno de los bandos lavarse las manos de cualquier responsabilidad.

Sin embargo, queda la siguiente pregunta: ¿por qué se ha utilizado la palabra «ejército» y no simplemente «policía» o «agente de seguridad», por ejemplo? Las respuestas son las siguientes:

1) Militarmente hablando, el ejército es una representación del poder central del Estado. Es una institución que encarna su soberanía y su legitimidad.

En este sentido, el hecho de que el ejército haya matado implica que es el Estado quien, directa o indirectamente, estaba detrás de esa muerte. Con esto, se pretende conseguir que el lector llegue a la conclusión de que estamos ante una «política de la muerte» aplicada sistemáticamente por el Estado marroquí. En otras palabras, para atribuirle algo al Estado, hay que señalar a uno de los órganos pilares que lo encarnan.

2) Ejército vs. un joven saharauí: un enfrentamiento de condiciones injustas. En este sentido, tendríamos todo un grupo armado (un ejército) en contra de un único e impotente civil desarmado. Esto con el fin de exaltar el acto de ímpetu y violencia ejercida por las fuerzas militares en el campamento y exagerar las posibles transgresiones cometidas por el gobierno marroquí.

Elección del verbo «matar» («**Mató**»): Hubiera sido posible aplicar un estilo eufemístico en la frase utilizando el verbo «morir» ("un joven saharauí murió"). Sin embargo, la escritora optó por el verbo «matar», debido a su fuerte connotación negativa que provocaría en el lector un sentimiento de choque y desprecio hacia el sujeto agente (el ejército marroquí).

Es evidente que el sensacionalismo es moneda corriente en la cobertura de este conflicto.

#### ▪ "El Sáhara Occidental":

*Por último, las autoridades marroquíes, a raíz de estos sucesos, han prohibido la entrada en **Sahara Occidental** a periodistas, medios de comunicación y observadores independientes, muchos de ellos españoles, o los han expulsado (Ana Palacios, 2010, *De nuevo al Sahara*, ABC).*

Jurídicamente hablando, es «Sáhara occidental»

La Asamblea Parlamentaria continúa preocupada la falta de progreso sustancial en el encuentro de una justa y duradera solución política, que sea aceptada por las partes, sobre el conflicto del Sáhara Occidental.

El conflicto del Sáhara Occidental causa inaceptables privaciones y sufrimientos a inocentes y ha conducido a una situación humanitaria insostenible que no debería ser tolerada durante más tiempo.

Las Naciones Unidas han estado buscando un acuerdo en el Sáhara Occidental desde la retirada de España en 1976. En 1988, el Secretario General presentó el plan de acuerdo que buscaba una solución definitiva a la cuestión del Sáhara Occidental mediante un alto el fuego y la celebración de un referéndum de autodeterminación para la gente del Sáhara Occidental (Asamblea, 2004).

Tal como veremos en esta cita, El Término del Sahara occidental está ampliamente usado en documentos oficiales tanto de Naciones Unidas como de la Asamblea Europea. Ahora bien, a pesar de que la expresión se usa con frecuencia en los medios de comunicación marroquíes, no son pocos los periodistas y escritores que optan por exhortar la identidad marroquí, añadiendo la palabra «marroquí».

El término «Sáhara Occidental» hace referencia a la región, independientemente de su pertenencia o no a Marruecos. Sin embargo, en español e independientemente de su postura política, el término «Sáhara Occidental Marroquí» resultaría excesivamente rebuscado. Además, añade a la identidad marroquí una intención de declaración de guerra a los que defienden la independencia o el referéndum, y hasta una ligera obsesión. De hecho, utilizar en España expresiones como la «Cataluña española» o el «Euskadi español» sería rechazado de inmediato, incluso por parte de los más españolistas.

▪ **“...las torpezas cometidas por el Gobierno...”:**

Mediante esta expresión, deducimos que Ana Palacio considera que el Estado de Marruecos, además de opresor y colonizador, sería también torpe.

Esta expresión puede considerarse una humillación al gobierno de Marruecos y, al mismo tiempo, una confirmación de la responsabilidad de este último en los acontecimientos en cuestión.

▪ **“Con dos generaciones adultas nacidas allí”:**

Con esta expresión, parece que, a primera vista, la periodista sigue haciendo énfasis en el hecho de que la duración del conflicto está siendo extremadamente larga. Sin embargo, a través del contexto, la postura del titular del artículo y el trasfondo de sus palabras, parece que más bien alude al número de habitantes que Argelia sigue inflamando para seguir beneficiándose de las ayudas internacionales, razón por la cual, de hecho, también rechaza el censo de la población de los campamentos en cuestión.

▪ **“Incluye el Sáhara Occidental bajo la rúbrica «España»”:**

Legalmente no se puede calificar a Marruecos como una fuerza de ocupación, porque la autoridad que ejerce en el Sáhara no es el fruto de un conflicto o una guerra, sino el fruto de un acuerdo (el acuerdo tripartito).

▪ **Otros elementos:**

**“Saharai”:** Cualidad que, en general, solo se atribuye a quienes están en el campo Polisario como la víctima vs. **“marroquí”** (todos los demás) como el ocupante y el opresor.

En este sentido, es necesario exigir a todos los actores implicados informarse más sobre la realidad del Sáhara, puesto que circula una idea simplista que se suma a la confusión que afecta a los campamentos de Tinduf: Hay saharais que se encuentran en “el territorio ocupado por Marruecos” y padecen su “opresión”.

**“Refugiados”:** ¿Son refugiados o capturados/detenidos?

ACNUR (Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados) define al refugiado como sigue: “De acuerdo con la [Convención de Ginebra sobre el Estatuto de los Refugiados](#), un refugiado es una persona que «debido a fundados **temores de ser perseguida por motivos**

*de raza, religión, nacionalidad, pertenencia a un determinado grupo social u opiniones políticas, se encuentre fuera del país de su nacionalidad y no pueda o, a causa de dichos temores, no quiera acogerse a la protección de su país; o que, careciendo de nacionalidad y hallándose, a consecuencia de tales acontecimientos, fuera del país donde antes tuviera su residencia habitual, no pueda o, a causa de dichos temores, no quiera regresar a él».*

¿Están concernidas por esta definición las personas que están en Tinduf? ¿Han sido perseguidos para “refugiarse”?

En las fuentes marroquíes se les considera detenidos o capturados. Únicamente son considerados refugiados cuando Argelia pide ayuda humanitaria.

Por otra parte, es bien sabido que un refugiado dispone del estatus y la documentación reservados para su caso: la libre circulación y el derecho al trabajo en el país de acogida. Condiciones casi imposibles en los campamentos de Tinduf, con varias generaciones nacidas allí.

## 12.2. «EL SÁHARA A OSCURAS»<sup>(7)</sup>

### ▪ “... a oscuras”:

La nueva protesta saharauí ha venido a recordar la existencia de un problema que, más allá de sus estrictas dimensiones políticas y diplomáticas, afecta de manera dramática a miles de personas. La situación de los campamentos no es solo insostenible por las carencias que padecen sus habitantes, sino por el hecho de que poco o nada hayan mejorado en décadas y de que tampoco se entrevea una esperanza de que lo hagan en el futuro inmediato. Los datos de partida siguen siendo los que quedaron establecidos en el momento de la precipitada descolonización por parte de España. Marruecos invoca la legitimidad histórica, apuntalada por una situación de hecho establecida militarmente, mientras que el Frente Polisario alega a favor de sus tesis la legalidad internacional, que reconoce el derecho de los saharauís a la independencia. (Editorial, 2010, EL PAIS).

Notamos que el primer párrafo explica el título. “A oscuras” hace probablemente referencia a un futuro desconocido e incierto: Por una parte, Marruecos que, de forma militar, se aferra a su propuesta de plan de autonomía, y por otra, el Polisario que rechaza tajantemente la propuesta marroquí y se aferra al principio de la autodeterminación y a la celebración de un referéndum. Algo que Marruecos rechaza.

Es posible que haga referencia también al hecho de que hay poca claridad (“a oscuras”) sobre lo que realmente sucede en el Sáhara.

Es un juego de palabras que podría englobar varios significados a la vez.

### ▪ “El bloqueo a la prensa “alienta la sospecha” sobre la actuación de Rabat en la protesta saharauí”:

No hay confusión en cuanto a esta expresión. La prensa española «sospechaba» que el gobierno marroquí estaba cometiendo actos ilícitos en el Sáhara, y consideró el bloqueo a la prensa una (casi) confirmación de dicha sospecha.

- **“... de manera dramática a miles de personas”:**

A través de esta expresión, se pretende transmitir la idea de que la cuestión no es únicamente política, sino también relacionada con los Derechos Humanos. De hecho, desde el inicio del conflicto, los detractores de la postura de Marruecos han intentado arrastrar el conflicto desde su sentido político hacia una cuestión de DD.HH. Esta actitud se explica por la motivación de desacreditar aún más la postura marroquí, teniendo en cuenta la prioridad de los DD.HH. tanto para la ONU como para la comunidad internacional.

En este marco, cabe señalar el discurso que se repite anualmente, relativo a la prórroga de la misión de la MINURSO, exigiendo la introducción de un artículo que amplía la misión de la MINURSO para incluir un mecanismo de control de los DD.HH. en el Sáhara.

Con la justificación de que es la única misión sin control de los DD.HH., el Polisario pretende desviarla de su objetivo original: **«Misión de las Naciones Unidas para el Referéndum en el Sáhara Occidental».**

- **“El Polisario considera insuficiente el objetivo inicial de la MINURSO. Incluir el control de los derechos humanos aumentaría la posibilidad de debilitar la postura marroquí”:**

Es un llamamiento a las ONG de DD.HH. (Human RightsWatch (HRW), Amnesty International, Kennedy, etc.) para que actúen en el sentido de convencer a la sociedad civil de la necesidad de presionar a los Estados democráticos.

- **“Los datos de partida siguen siendo los que quedaron establecidos en el momento de la precipitada descolonización por parte de España”:**

Quiere decir que la situación económica y social en los territorios es la misma desde la salida de España, y que Marruecos no ha hecho nada para mejorar las condiciones de vida de la población saharauí. Razón por la cual esta última erigió estos campamentos en protesta contra dichas condiciones.

Sin embargo, el Consejo de Seguridad de la ONU menciona en algunos de sus informes anuales que Marruecos dedica un importante presupuesto al desarrollo de los territorios saharauíes. Por su parte, el Polisario afirma que el objetivo de la revuelta era protestar contra las condiciones de vida y exigir empleo y desarrollo socio-económico para la región (en consonancia con la postura de Ana Palacio).

Según la versión marroquí, el objetivo del frente separatista era crear en un «levantamiento popular», reivindicando la independencia del territorio del Sáhara Occidental.

**«Precipitada»:** Según el titular del documento y mediante este término, parece que España tenía que terminar el proceso de descolonización cediendo las llaves a sus “verdaderos dueños”: El Polisario, y no salir “precipitadamente” justo después de la Marcha Verde, dejando suspendido el proceso en cuestión.

- **“Marruecos invoca la legitimidad histórica”:**

Según la RAE: el acto de invocar implica una connotación de ruego y petición (Invocar: De-

mandar ayuda mediante una súplica vehemente). En otras palabras, se trata de un acto de humillación a Marruecos. Eso sí, «invocar» tiene más acepciones. Una de ellas es simplemente «acogerse a algo», con el sentido de «utilizarlo». Sin embargo, éstas no van en línea con la lógica del texto, ni con la postura de su titular.

En este sentido, cabe mencionar que Marruecos se basa en lazos históricos (juicio del Tribunal Internacional de la Haya a favor de Marruecos) o para defender su legitimidad. Mientras que el Polisario se basa en el derecho internacional y el derecho de los pueblos a la autodeterminación.

- ***“Militarmente (por fuerza y no por voluntad), mientras que el Frente Polisario alega a favor de sus tesis la legalidad internacional, que reconoce el derecho de los saharauis a la independencia.”:***

Se pretende confirmar la “legitimidad” de la tesis del Polisario que solicita, o más bien reivindica, algo que está garantizado y reconocido por el derecho internacional.

NB: En este contexto, la ONU no reconoce el derecho a la independencia. Según la calificación de la Carta de Naciones Unidas, se trata de «territorios carentes de autogobierno».

- ***“De ahí que sea difícil adivinar a estas alturas cuál de estos actores estaría en condiciones de realizar un movimiento capaz de acabar con el bloqueo. Marruecos no está en condiciones de aceptar ninguna salida que implique renunciar a la soberanía sobre el Sáhara”***

Si Marruecos “no está en condiciones” (casi a modo de confirmación), es la otra parte (el Polisario) la que debe de ser capaz de realizar ese movimiento de desbloqueo, puesto que se encuentra en condiciones favorables.

La expresión «no está en condiciones» también puede contener el sentido de «solo le queda eso...».

- ***“Tanto por razones internas...”:***

Es posible que la autora se refiera a los intereses económicos internos. Sin embargo, el Rey de Marruecos ha afirmado en uno de sus recientes discursos, en relación con el Sáhara, que en dicha región se gasta más de lo que se gana.

Es posible también que haga referencia a razones políticas. Es decir, ante el temor de que surjan movimientos independentistas, o que los partidos políticos aprovechen la ocasión para ajustar sus cuentas, echándose la culpa los unos a los otros y abriendo “la caja de Pandora”.

- ***“...como por las implicaciones sobre su posición regional en el Magreb...”:***

Se refiere probablemente a la rivalidad entre Marruecos y Argelia por el liderazgo en el Magreb. Perder el Sáhara podría debilitar a Marruecos, permitiendo a Argelia imponer su hegemonía.

- ***“...sin renunciar por ello a sus reivindicaciones de independencia...”***

Según la RAE, una de las acepciones del verbo «reivindicar» es: Reclamar algo a lo que se cree tener derecho. Este significado se aplica al contexto en cuestión.

- **“La represión marroquí”**

Se pretende transmitir la idea de que Marruecos reprime, independientemente de la manera (matanza en este caso), a los que reclaman la independencia (su pleno derecho).

- **“En nombre de un pragmatismo de cortos vuelos”**

Se refiere a su teoría de que España se caracteriza por una visión corta que pasa por alto lo que realmente está pasando, y ello en beneficio de sus propios intereses, relacionados con la seguridad, el terrorismo, la inmigración, etc. Unos intereses que están, evidentemente, en el tablero y que son bilaterales.

En definitiva, hablamos de unos textos que describen a Marruecos como el verdugo, que utilizaría la fuerza y hasta se humillaría para conseguir sus objetivos, y al Polisario como la víctima, que lucha por sus derechos en la legalidad.

### 13. Conclusión

Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental dentro de las sociedades, contribuyendo, directa o indirectamente, en esa imagen estereotipada que pasa a ser genérica. Modelan la opinión pública y, por consiguiente y de una manera o de otra, intervienen en los procesos de toma de decisiones. A eso asistimos en el tratamiento reservado, por parte de los medios de comunicación marroquíes y españoles, a la cuestión relativa al conflicto del Sáhara Occidental, y los dos artículos analizados en este bloque son el mejor ejemplo de ello.

De igual modo, resulta imposible para un eventual traductor de un texto periodístico establecer una segmentación entre un texto periodístico y la ideología. Esta, goza de un espacio tremendo en la actividad traductora del transmisor del mensaje periodístico. Pues, influye e interactúa con los términos a fin de modificar y suavizar algunas palabras de gran carga pragmática política para que sean aceptadas en el seno de la comunidad receptora y evitar así la censura.

Dicho así, podemos dar por tremendo que el texto periodístico aunque parece de traducción sencilla, oculta en sus talleres muchas dificultades que exigen para el traductor servirse de ciertas técnicas traductológicas para rendirle visibilidad ante la comunidad receptora. De lo contrario, habríamos presentado como producto final una traducción ilegible. El abuso en el uso de las técnicas de traducción nunca era un lujo para el traductor del texto periodístico, sino, una necesidad urgente por la naturaleza de estos textos que suelen ser escritos y ampliados de gran carga pragmática fácil de detectar por parte del receptor del texto original por la cultura en común que comparte el autor con su comunidad, pero al convertirlo a otra lengua, el traductor debería descifrar su contenido al lector de la versión traducida.

### 14. Bibliografía

ASAMBLEA, 2004, Texto adoptado por el Comité Permanente que actúa en nombre de la Asamblea, 23 de noviembre de 2004. Resolución: 1408.

BEAUGRANDE Y DRESSLER, 1997, Introducción a la lingüística del texto, Ariel Barcelona.

HORNOS PAZ Octavio y NACIMOVITCH Nevio, 1997, *Manual de estilo y ética periodística*, Espasa Calpe, Buenos Aires.

IGARTUA Juan José y HUMANES María Luisa, "Imágenes de Latinoamérica en la prensa española.

"Una aproximación empírica desde la Teoría del Encuadre", Campus Unamuno (Edificio FES), Salamanca, Vol. XVII • Núm. 1 • 2004 • 47-75

LOPEZ GARCIA Ángel , 1996, Escritura e información, la estructura del lenguaje periodístico, cátedra, Madrid,

MARAFIOTI Roberto, 1998, Recorridos semiológico, Eudeba, Buenos Aires

MARTINEZ ALBERTOS J.L. ,1989, El lenguaje periodístico. Estudios sobre el mensaje y la producción de textos, Paraninfo, Madrid, cap.13

MICELI Walter, ¿Qué es la noticia en los diarios nacionales?, Gittep, La Plata, 1999

RABADAN, R y FERNANDEZ Polo, J, 2004, Lingüística aplicada a la traducción, En M. Fernández Pérez, (Ed.), Avances en Lingüística Aplicada (pp. 105-146). Santiago de Compostela: Universidad de Santiago.

Santos Gargallo I. (1992) La enseñanza de segundas lenguas. Análisis de errores en la expresión escrita de estudiantes de español cuya lengua nativa es el serbo-croata. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense.

Van Dijk. (1999). Análisis crítico del discurso. En: Anthropos, Barcelona, 186, Septiembre-octubre, 1999, pp. 23-36.

Wodak. (2003). Métodos de Análisis Crítico del Discurso. Ed. Gedisa.

### Notas:

(1) Al respeto quisiéramos señalar que varios ensayistas consideran el periodismo como el primer poder por el gran papel que desempeña en la agenda política internacional y la influencia que ejerce sobre las masas.

(2) Texto Original

(3) Texto Meta

(4)«El Sáhara, a oscuras» (El País), «De nuevo, el Sáhara» (ABC)

(5) Ana Palacio (Madrid, 1948) es abogada especializada en Derecho Internacional de la UE, Arbitraje y Mediación.

(6) Ana Palacios, "De nuevo el Sahara", Publicado el 28/11/2010 <http://www.abc.es/20101128/latercera/nuevo-sahara-20101128.html> Consultado el 12 de abril de 2017.

(7)“El Sahara a Oscuras”, [http://elpais.com/diario/2010/10/31/opinion/1288476003\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2010/10/31/opinion/1288476003_850215.html) Consultado el 12 de abril de 2017.

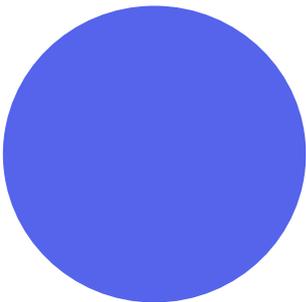
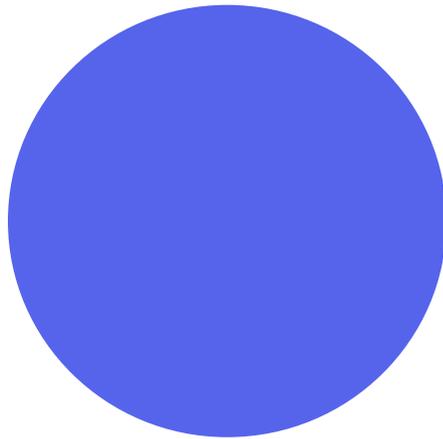
### CURRICULUM VITAE Houda Berkani

Investigadora en traducción y traductología, y doctoranda en la Universidad de Casablanca. Su trabajo de tesis gira en torno al análisis discursivo como mecanismo para traducir artículos periodísticos relacionados con el tema del Sahara marroquí.

Enseña español con fines específicos en la Escuela Nacional de Comercio y de Gestión de Casablanca. También colabora con la Facultad de Humanidades de la Universidad de Casablanca en varios proyectos de investigación y educación



# ESSAYS\_ENSAYOS



## **El decisivo papel de los medios de comunicación españoles en el éxito de la transición democrática española**

### **The decisive role of the spanish media in the success of the spanish democratic transition**

**Autor:**

**Dr. Adel FARTAKH**

afartakh@hotmail.com

**UNIVERSITY OF HASSAN II**

Laboratorio de Estudios Ibéricos de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas Ain Chock, Casablanca. Marruecos.

#### **Resumen:**

No solo los enemigos del pasado llegaron a un consenso para facilitar la transición democrática española y convertirla en modélica; sino también los medios de comunicación de la época desempeñaron un papel relevante en aquella circunstancia histórica.

Los debates de un elevado nivel cultural y político sobre todo en revistas como *cuadrarnos para el dialogo* y *Triunfo*, pudieron moldear la opinión pública española de aquel entonces a favor del consenso y el olvido de las rencillas del pasado. Durante dicha transición, hay que poner de relieve la fecha de 1976 que marcó un antes y un después en los diarios españoles. Nos referimos al nacimiento del emblemático periódico *El país* que viene ejerciendo, hasta hoy en día, un gran impacto en la vida política en la opinión pública de España.

Durante las cuatro larguísimas décadas del franquismo, España era un desierto cultural, y los medios de comunicación por supuesto. Solo existían los periódicos que hacían apología al dictador, como *ya pueblo*, etcétera.

En este artículo, nos proponemos analizar el papel relevante de los medios de comunicación en la facilitación de una modélica transición democrática en España.

Asimismo, estableceremos algunos paralelismos entre dichos medios de comunicación libre y democrática y la prensa libre en Chile durante la transición democrática en este país, del dictador Augusto Pinochet a la democracia.

**Palabras clave:** Transición democrática, opinión pública, papel determinante, disculpa.

#### **Abstract:**

This article is undeniably important because it deals with an extraordinary theme. This is the preponderant role that the free and independent press plays in decisive historical circumstances, in this case the Spanish democratic transition.

**keywords:** Democratic transition, public opinion, a determining role, make apology.

A imagen y semejanza de todos los ámbitos culturales, los periodistas españoles vivían en una situación lamentable y desastrosa. De hecho, podemos sintetizar el mapa mediático español en lo siguiente:

Los periodistas de libre pensamiento no tuvieron más remedio, una vez terminada la guerra civil, que emprender el camino del exilio para evitar la represión y la cárcel. Los pocos periodistas comprometidos que se quedaron, optaron por el silencio y la autocensura. En este ambiente asfixiante, floreció una mediocre prensa que tenía como razón de ser la apología del régimen. También, gozó la prensa promovida por la iglesia católica, sobre todo su ala más oscurantista “el opus dei”<sup>(1)</sup>, de un infinito apoyo por parte del régimen dictatorial.

En este sentido, destaca *El diario Ya*, fundado por Editorial Católica durante la Segunda República, y contó con grandes medios financieros facilitados por el régimen franquista durante la postguerra. Para el franquismo, *el Diario Ya* representaba un brazo ideológico; por lo que dicho periódico constituía un vehículo propagandístico de la dictadura.

El diario Pueblo fue uno de los portavoces más importantes del aparato ideológico franquista. Por ello contó con el apoyo financiero total y absoluto del franquismo. Al respecto, viene a cuento la cita siguiente, sacada del periódico digital 20minutos:

“El diario Pueblo fue un periódico vespertino madrileño editado durante el franquismo, propiedad de los sindicatos verticales del régimen, donde se formaron muchos de los periodistas que llevarían a cabo la renovación de la prensa durante la Transición Española. El diario Pueblo fue uno de los tres más importantes de la época en España.”<sup>(2)</sup>

Los sindicatos verticales que crearon El diario Pueblo representaban el arma letal del franquismo en el mundo de los obreros. Servían para contrarrestar el gran prestigio de los sindicatos izquierdistas combatidos por el franquismo: Comisiones Obreras y UGT (U.G.T) sobre todo.

A propósito de los sindicatos verticales y su portavoz el diario Pueblo, cabe poner de relieve esta singular metamorfosis. Varios miembros de dicha organización se dieron cuenta, una vez muerto el general Franco, de que el franquismo no podía seguir existiendo. Por ello, muchos de ellos se incorporaron a la dinámica democrática de la Transición; igual que varios periodistas del diario Pueblo. Éstos desempeñaron un importante papel en la eclosión de una prensa comprometida con los ideales democráticos de la Transición Democrática Española.

En efecto, ilustres y muy populares periodistas durante la transición en las décadas posteriores, iniciaron su carrera periodística en el diario Pueblo. A modo de ejemplo, el famoso periodista deportivo José María García fue una estrella en los medios de comunicación deportivos españoles y gozaba de una gran audiencia. Rosa Montero, la gran columnista y prestigiosa novelista empezó su labor en el diario Pueblo: A este propósito, viene a cuento la cita siguiente que hace referencia a famosos periodistas españoles que dominaron el panorama mediático español durante décadas y que comenzaron su carrera en el diario Pueblo:

“En el diario Pueblo trabajaron periodistas como José María García, José Luis Navas, Gonzalo de Bethencourt y Carvajal, Raúl Cancio, Arturo Pérez-Reverte, Forges, Rosa Montero, Antonio D. Olano, Rosa Villacastín, José María Carrascal, Manuel Cruz que fue su penúltimo director, Jesús Hermida, Manuel Marlasca, Raúl del Pozo, Vicente Talón Ortiz, Yale, Javier Reverte, Javier de Montini, Tico Medina, German Lopezarias, Antonio

A. Giménez Barranco, Mery Carvajal, Carmen Rigalt, Antonio Casado, Gonzalo Carvajal, Alfonso Navalón, Manuel Molés, José Antonio Plaza, Jesús María Amilibia, José Luis Balbín, Juan Luis Cebrián, Felipe Mellizo o Vicente Romero, entre otros. Se dice que en el diario no importaba la ideología política; lo importante era saber escribir bien, y estar dispuesto a realizar jornadas maratónicas de trabajo”<sup>(3)</sup>.

En efecto, ilustres y muy populares periodistas durante la transición en las décadas posteriores. El caso del periódico Pueblo es un caso emblemático y revelador de la singularidad de la Transición democrática española. Dichos con otras palabras, El hecho de que sea una transición pacífica y modélica se explica, en gran medida, por el giro de ciento ochenta grados, realizado por ex franquistas y su paso de la dictadura al abrazo de los ideales democráticos. En este sentido, hay que realzar el papel decisivo del ex franquista Adolfo Suárez en el éxito del consenso y por lo tanto la transición democrática. Esta gran figura, después de haber sido un franquista puro y duro, se dio cuenta de que el sistema franquista no podía sobrevivir una vez desaparecido el dictador. Por ello, desplegó grandes esfuerzos para sentarse en la misma mesa con los enemigos de antes, los socialistas, los comunistas y los partidos nacionalistas. Así se logró el consenso que tuvo como colofón la constitución democrática de 1978, todavía vigente hasta hoy en día.

De Las revistas que desempeñaron un papel relevante en la formación de la unión pública destacamos Cuadernos para el dialogo. Se fundó en 1963 y desapareció en el fragor de la Transición Democrática, en 1978. El gran mérito de dicha revista consiste en defender desde su creación el pluralismo. Al mismo tiempo, desde los años sesenta Cuadernos para el diálogo tuvo un gran impacto en la flexibilización del sistema franquista. Es de notar que la década de los años sesenta del pasado siglo se caracterizó por la consolidación de la clase media española y también por la mejora sustancial de las condiciones de vida de los españoles; debido al florecimiento del turismo y las avalanchas de emigrantes españoles hacia Alemania sobre todo. Esta bonanza económica, amén del turismo y la emigración, permitieron la apertura de los españoles hacia el mundo cultural y político del resto del mundo. Lo cual obligó al flaquísimo a flexibilizarse; de modo que podemos considerar que en aquella década empezaron a sembrarse las primeras semillas de la transición democrática española. Cuadernos para el dialogo logró coger el pulso de aquella transformación sociocultural y económica de España.

En este sentido, viene a cuento la cita siguiente.

“La trayectoria de Cuadernos, aun en su rica y abundante pluralidad de gentes y de ideas, está estrechamente ligada a la figura de Joaquín Ruiz Giménez. Fue su visión, su tenacidad, su experiencia, su misma vida, las que hicieron posible la creación y el mantenimiento, prácticamente de la nada, de uno de los vehículos de pensamiento más influyentes –seguramente el más influyente– en el largo y no siempre cómodo camino de la dictadura a la democracia”. (Javier Rupérez, 2019:167-168)

Por otra parte, Cuadernos para el dialogo, preconizaba un cristianismo abierto y humanista en contra del extremismo de la iglesia católica favorable a Franco. También abogaba por el pluralismo y la reconciliación nacional para restañar las heridas del pasado provocadas por los conflictos sanguinarios entre el bando nacionalista y los partidos de izquierda. A este propósito, viene a cuento la cita siguiente:

“El núcleo inicial de Cuadernos, en su gran mayoría influido por la reflexión cristiana sobre la cosa pública, comparte pocas pero firmes convicciones: la exigencia de un cristianismo abierto a la dignidad de la persona humana, la reclamación de la democracia como sistema para el futuro de España, la reconciliación nacional, la presencia normalizada de España en el mundo. Y en datos anejos, pero no menos importantes, la indagación profunda sobre la realidad presente y futura del país al tiempo que el gusto por la cultura en todos sus aspectos como elemento imprescindible de enriquecimiento personal y colectivo”. (Javier Rupérez, 2019:172)

Triunfo marcó toda una época; el periodo de la Transición Democrática Española. Su consejo de redacción fue integrado por ilustres intelectuales de libre pensamiento que desempeñaron un relevante papel en la preparación de la opinión pública española para el sustancioso cambio de la dictadura a la democracia. En este marco, destaca la gran figura del intelectual y periodista Eduardo Haro Tecglen, con sus columnas sarcásticas. Cabe señalar, en este sentido, que después del cierre de la revista Triunfo, muchos miembros de su plantilla pasaron a colaborar en la prensa independiente y muy influyente en las décadas posteriores a la Transición Democrática. Es el caso de Eduardo Haro Tecglen que, por sus colaboraciones, contribuyó a afianzar la reputación del periódico de más tirada en la España actual: el periódico Elpaís. A propósito de Triunfo, viene a cuento la cita siguiente:

“En el seminario participaron algunos de los redactores que formaron parte de su plantilla. Entre ellos figuraba Eduardo Haro Tecglen, quien sostuvo que Triunfo identificó a una generación antifranquista que persiste, porque quienes la sacaron a la calle ‘seguimos escribiendo en otros sitios.’ Para el historiador Manuel Pérez Ledesma, fue una de las pocas ventanas al mundo con las que contaban los jóvenes, mientras que el escritor Luciano G. Egido resaltó ‘la deuda de gratitud que todos los antifranquistas tenemos con ella.’ El filólogo y académico José Antonio Pascual aseguró que la revista brinda hoy en día una información totalmente fiable de un pasado que formó a una generación desde una posición en la que se buscaba el diálogo”.( Ignacio Francia, 2002)

El semanario Sábado Gráfico Cuadernos para el dialogo desempeño un papel muy importante en la Transición Democrática Española. Su máximo merito fue permitir a grandes intelectuales españoles que regresaron a España después de haber vivido varias décadas en el exilio. Así, el gran poeta de la generación del 27 José Bergamín; el gran novelista y periodista Ramón Jota Sender fueron colaborados asiduos de dicho semanario. De los colaboradores de Sábado Gráfico que no sufrieron la experiencia, destacan los ilustres intelectuales, como Néstor Luján; Álvaro Cunqueiro y Antonio Gala. Todo ello demuestra la innegable contribución de Sábado Gráfico al enriquecimiento del ambiente político y cultural de la España de la Transición Democrática. Desgraciadamente, por falta de recursos, aquel semanario tuvo que desaparecer en 1983. A este propósito, resulta sumamente acertada la cita siguiente:

“El semanario Sábado Gráfico dejará de aparecer la próxima semana debido a dificultades económicas, cuando se encontraba a punto de cumplir los 27 años de permanencia en el mercado periodístico. Eugenio Suárez, fundador y director durante diversas épocas del semanario, señaló a EL PAIS que la desaparición “que puede no ser definitiva”, se debe a la voluntad de la empresa editora de no acumular pérdidas que puedan llevar a endeudamientos no deseados”<sup>(4)</sup>.

Por otra parte, Sábado Gráfico permitió la reconciliación entre intelectuales que habían pertenecido a los dos bandos antagónicos durante la posguerra española: los nacionalistas y los republicanos. Lo cual queda patentizado en el ejemplo siguiente. Dionisio Ridruejo, que fue un intelectual falangista y que se incorporó más tarde a las filas democráticas; también colaboraba en dicho semanario al lado de intelectuales recién llegados del exilio, como los mencionados antes. Al respecto, viene a cuento la siguiente afirmación en Elpaís:

“En la revista, que actuó, según Suárez, como “una escuela de periodismo”, escribieron y colaboraron numerosos periodistas y escritores, como Dionisio Ridruejo y Alvaro Cunqueiro, y fue dirigida, entre otros, por José Ruiz Ferrón, su primer director, José Ramón Alonso, Eduardo Haro Tecglen y Mario Rodríguez Aragón. Su último director, Germán Álvarez Blanco, dejó su puesto hace pocas semanas”<sup>(5)</sup>.

El papel preponderante de algunos medios de comunicaciones españoles durante la transición pacífica, sirvieron y siguen sirviendo de modelo para otros países que se encuentran en la misma situación transitoria entre la dictadura y la democracia.

En definitiva, la contribución de los medios de comunicación al éxito de la transición democrática es la prueba contundente de que la prensa es el cuarto poder. De hecho, siempre es importante defender la libertad de expresión y, por añadidura, la prensa libre. La experiencia de los medios de comunicación durante la mencionada transición debe servir de modelo para otros países que todavía se esfuerzan por ser verdaderamente democráticos. Más aún, la prensa libre puede favorecer transiciones pacíficas, sin derramamiento de sangre.

## Notas

(1) Se trata del ala más oscurantista de la iglesia católica española durante el franquismo, fundada por Monseñor Escrivá y Balaguer.

(2) 20minutos, “Periódicos españoles que ya no existen”, 10 de marzo de 2018, [<https://listas.20minutos.es/lista/periodicos-espanoles-que-ya-no-existen-321699/>].

(3) Ibid

(4). Elpaís, “Sábado Gráfico’ deja de publicarse tras 27 años de existencia”, 23 de septiembre de 1983, [[https://elpais.com/diario/1983/09/23/sociedad/433116012\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1983/09/23/sociedad/433116012_850215.html)].

(5) Ibid.

## Bibliografía

DÍAZ, ELÍAS: «La revista ‘Triunfo’: Cultura y democracia en España». En: Sistema, 1993.

DÍAZ-SALAZAR, R. «Política y religión en la España contemporánea». En: Reis, 1990.

DURAO, J. «El proceso de democratización: Una tentativa de interpretación a partir de una perspectiva sistémica». En: Revista de Estudios Políticos, 1988.

Elpaís, “Sábado Gráfico’ deja de publicarse tras 27 años de existencia”, 23 de septiembre de 1983, [[https://elpais.com/diario/1983/09/23/sociedad/433116012\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1983/09/23/sociedad/433116012_850215.html)].

ESTEFANÍA, J. «Teoría de la transición». En: Economistas, 1991.

MONTERO, J. R. «Parlamento y opinión pública: Las percepciones y los niveles de apoyo de las cortes generales». Rvt. del Centro de Estudios Constitucionales, 1989.

ORTEGA, F. «Las contradicciones entre sociedad y política: El caso de la Transición democrática en España». En: Revista de Occidente, 1990.

REDERO, M: Transición a la democracia y poder político en la España postfranquista (1975-78). Salamanca: Cervantes, 1993.

Rupérez Javier; «Cuadernos para el Diálogo en la distancia del medio siglo», Fundación FAES, Consultado el 20 de enero de 2019.

LINZ, J. J. «Transiciones a la democracia». En: Revista Española de Investigaciones Sociológicas, 1990.

PASCUAL. P. La libertad de expresión: un bien escaso. Madrid: Universidad Politécnica, 1993.  
PASTOR, M. «Una aproximación a la teoría de las ideas y de las ideologías políticas en España». En: Debate Abierto, 1992.

SANTIAGO, J. El léxico político de la transición española. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 1992.

SEMINARIO DE FILOSOFIA POLITICA. La transición española: entre el olvido y la crisis de las ideologías. Madrid, CSIC, 1992 (en prensa).

TEZANOS, J. F.; COTARELO, R.; BLAS, A. de, eds. La transición democrática española. Madrid: Sistema, 1989.

TEZANOS, J. F. «Sistema y la sociedad española dieciocho años después». En: Sistema. Revista de Ciencias Sociales, 1991.

VV. AA. «Los Católicos en la lucha por la democracia». XX Siglos, número monográfico, 1993,  
VV. AA. «Cambio democrático y cultura política». En: Documentación Social número monográfico, 1988.

20minutos, "Periódicos españoles que ya no existen", 10 de marzo de 2018, [<https://listas.20minutos.es/lista/periodicos-espanoles-que-ya-no-existen-321699/>].

## **CURRICULUM VITAE**

Fartakh adel, doctor en filología española por la universidad de Granada. Profesor en la universidad Hassan II de Casablanca, Marruecos. Miembro del laboratorio estudio de Marruecos y el mundo ibero e iberoamericano de la facultad de letras de Casablanca. Traductor de numerosas obras del arabe al espanol.

## **El discurso colonial durante la Guerra de África, el periódico *El Clamor Público* como ejemplo**

### **The colonial discourse during the African War, the newspaper *El Clamor Público* as an example**

**Autor:**

**Dr. CHARIA Zakaria**

Profesor del Departamento de Lengua y Literatura Hispánicas,  
Facultad de Letras y Ciencias Humanas,  
Universidad Abdelmalek Essaâdi, Tetuán  
zakaria.charia@gmail.com

#### **Abstract:**

Many times, not to mention always, we talk about the Tetuan War as a result of an attack by the Kabila of Anyera one month August 1859 at a Spanish border post established in the vicinity of the city of Ceuta, so the Kingdom of Spain, in an attempt to restore his "tainted" honor, undertook that contest to punish those "savages" who dared to attack the soldiers of His Majesty Elizabeth II. But the truth is that this discourse is a romantic discourse, adopted both by Spanish intellectuals such as Pedro Antonio de Alarcón with his newspaper *Diario de un witness de la guerra de Africa*, and Gaspar Nuñez de Arce with his journalistic chronicles of the war in Africa (1859-1860) among others, as by the different media of the time to encourage the patriotic sentiment of the people in order to push him to enlist in the ranks of that army that will head to North Africa to defeat "easily" to that threat that lives on the other side of the border with Ceuta. In this article we will try to make clear that the reasons for this contention were very different through analyzing the speech of said newspaper

#### **Resumen:**

Muchas veces, para no decir siempre, se habla de la Guerra de Tetuán como resultado de un ataque de la Kabila de Anyera un mes agosto de 1859 a un puesto fronterizo español establecido en lo aledaños de la ciudad de Ceuta, por lo que el Reino de España, en un intento de restaurar su honor "mancillado" emprendió esa contienda para castigar a esos "salvajes" que osaron atacar a los soldados de su majestad Isabel II. Pero la verdad es que este discurso es un discurso romántico, adoptado tanto por los intelectuales españoles como Pedro Antonio de Alarcón con su obra *Diario de un testigo de la guerra de África*, y Gaspar Nuñez de Arce con sus *Crónicas periodísticas de la guerra de África* (1859-1860), como posteriormente por escritores como Benito Pérez Galdós con su *Aita Tettauen* entre otros, como por los diferentes medios de comunicación de la época para alentar el sentimiento patriótico del pueblo con el fin de empujarle a alistarse en la filas de ese ejército que se dirigirá al norte de África para derrotar "fácilmente" a esa amenaza que vive al otro lado de la frontera con Ceuta. en este artículo intentaremos dejar claro que las razones de dicha contienda eran bien diferentes a través de analizar el discurso de dicho periódico

**Keywords:** The colonial discourse, War of Africa, War of Tetouan, colonial Propaganda, El Clamor Publico

**Palabras clave:** El discurso colonial, Guerra de África, Guerra de Tetuán, Propaganda colonial, El Clamor Publico

## Introducción

Muchas veces, para no decir siempre, se habla de la Guerra de Tetuán (o la Guerra de África) como resultado de un ataque de la Kabila de Anyera un mes agosto de 1859 a un puesto fronterizo español establecido en lo aledaños de la ciudad de Ceuta, por lo que el Reino de España, en un intento de restaurar su honor “mancillado” emprendió esa contienda para castigar a esos “salvajes” que osaron atacar a los soldados de su majestad Isabel II.

Pero la verdad es que este discurso es un discurso romántico, adoptado tanto por los intelectuales españoles como Pedro Antonio de Alarcón con su obre *Diario de un testigo de la guerra de África*, y Gaspar Núñez de Arce con sus *Crónicas periodísticas de la guerra de África (1859-1860)* entre otros, como por los diferentes medios de comunicación de la época para alentar el sentimiento patriótico del pueblo con el fin de empujarle a alistarse en la filas de ese ejército que se dirigirá al norte de África para derrotar “fácilmente” a esa amenaza que vive al otro lado de la frontera con Ceuta.

Antes de adentrarnos en analizar ese discurso propagandístico, sería interesante localizar los acontecimientos en su justo contexto histórico y político con el fin entender mejor las razones de dicha guerra. Para ello debemos remontar hasta 1830, un año clave que marcará la historia de los países que están en ambas partes del mediterráneo y cambiará el mapa político de la zona, porque en ese año, Francia ocupó Argelia lo que dio el pistoletazo de salida a una carrera colonial entre las grandes potencias europeas (Inglaterra y Francia) para intentar hacerse con el control del estrecho de Gibraltar.

Porque tras la ocupación de Francia al país vecino, España se vio “obligada” a mover ficha para impedir que los franceses se instalasen al otro lado de sus costas y perder así el control del estrecho. Por otra parte no debemos olvidar que Inglaterra controlaba el peñón de Gibraltar por lo que cualquier decisión que pretendía tomar la reina Isabel II, tenía que tener el beneplácito de los ingleses.

Desde el principio los dos países empezaron una difíciles negociaciones para intentar “evitar” la guerra. España sabía que Marruecos estaba en posición de debilidad, porque el país norteafricano, primero, todavía no se había recuperado de la batalla de Isli en la que sufrió una grande y dolorosa derrota frente a los franceses en el año 1844, y segundo, por la grave enfermedad, y posteriormente la muerte del Sultán Mulay Abderrahman que dejó el país si cabeza y sin el jefe de estado. Pero la pregunta que se impone por si sola es ¿estaba España seria en sus negociaciones con Marruecos o solo estaba ganando tiempo y maniobrando esperando ponerse de acuerdo con las grandes potencias?

Muchos intelectuales españoles de la época se dieron cuenta del peligro que suponían Francia e Inglaterra, entre los cuales podemos citar Santiago Alfonso Valdespino que defendía la idea de una intervención militar alegando que eras “una deshonra para el pueblo español que no llevase la civilización al pueblo de Marruecos, y que será considerado vil si aceptase la presencia inglesa en Marruecos” (Aif, Jamal, 1992:75). En la misma dirección añade José Marques de Prado en la página 243 de su libro *Historia de Ceuta* publicado en 1859 cuando dice:

“Reconocida la inmensa importancia marítima que tiene la plaza de Ceuta y el inmenso porvenir que ofrece á España como base militar, comercial y marítima en el continente africano, á todo trance se hace preciso ensanchar los limites de aquella posesión y es la hora oportuna de conseguir tan interesante objeto, sin que se acuse á la noble nación española de avara ó egoísta. Sean por hoy los limites españoles la linea que partiendo de sierra bullones y continuando por la cordillera de Ximera termine de Cabo Negron. Un día vendrá, y no lejano, en que la civilización europea nos haga marchar adelante.”

Podemos decir entonces, y como se comprobará luego, que la idea de invadir Marruecos existía mucho antes del accidente ocurrido en la frontera de Ceuta en agosto de 1859, y que ese ataque de la Kabila de Anyera solo era un pretexto para declarar la Guerra.

A continuación, intentaremos probar lo que hemos citado anteriormente analizando los artículos del periódico *El Clamor público* publicados entre agosto de 1859 y octubre del mismo año (la guerra fue declarada el 22 de octubre de 1859) y compararlos con la correspondencia oficial entablada entre España e Inglaterra durante el mismo periodo.

### **La Guerra de Tetuán a través de El Clamor Público**

*El Clamor público* fue un diario político, literario e industrial de ideología “progresista”, editado en Madrid. Se imprimió en las imprentas de N. Sanchiz. Fue fundado por el periodista, escritor y político español Fernando Corradi el 7 de mayo de 1844 y cesó definitivamente el 27 de octubre de 1864.

### **El Clamor Público: 28 de agosto de 1859 (El ataque al puesto fronterizo de Ceuta)**

Desde el primer momento, este periódico jugó un papel propagandístico a favor de la guerra que pretendía llevar a cabo el General O'donel. Así pues, cuando llegó la noticia del ataque al puesto fronterizo se publicó esta noticia en su número del 28 de agosto de 1859:

“Un nuevo insulto inferido recientemente al pabellón español por los moros del Riff, ha puesto en el caso al Gobierno de S.M. de mandar que inmediatamente que salgan fuerzas con el objeto de aumentar las guarniciones de nuestras plazas fronterizas à Marruecos para imponer el merecido castigo a esas hordas de salvajes, escándalo y vergüenza del presente siglo...”

Luego sigue:

“...Europa entera no podrá menos de aplaudir que al ver el gobierno de una Nación valiente y generosa, insultado su pabellón por tribus bárbaras para quienes la razón y el derecho son palabras vacías...”

Y también dice:

“...La nación española elogiará unánimemente al Gobierno el día que mande à Africa nuestras tropas para esterminar esas hordas de piratas incapaces de comprender los derechos y deberes de las naciones cultas...”

Leyendo estos fragmentos del artículo podemos deducir cuatro cosas importantes:

1. La primera es que había una predisposición para ir la guerra.
2. La segunda era que la propaganda intentaba hacer creer a la opinión pública que la misión del ejército era bélica y a la vez civilizadora, y eso lo podemos constatar cuando encontramos términos y expresiones como "hordas", "salvajes" "escándalo y vergüenza del presente siglo" "tribus bárbaras para quienes la razón y el derecho son palabras vacías" y "piratas" dando a entender que el pueblo marroquí era un pueblo incivilizado y salvaje.
3. La tercera era que, desde el principio, la prensa no intentaba influir solo en la opinión pública española sino también la europea. Y la cuarta era intentar alentar el sentimiento nacionalista y patriótico del pueblo español.

Otra estrategia llevada a cabo por el periódico era legitimar la presencia española en Marruecos a través de reivindicar su "derecho" histórico para ocupar el país norteafricano, alentando el sentimiento católico del pueblo conservador español, considerando que esa guerra era una continuación lógica y natural de la guerra cristiana llevada a cabo por los reyes católicos para expulsar a los musulmanes de Al Ándalus, para ellos no debemos olvidar el celebre testamento de Isabel la Católica sobre África:

"(...) E ruego e mando a la dicha prinçesa mi hija, e al dicho prinçipe su marido, que como catolicos prinçipes, tengan mucho cuidado de las cosas de la honrra de Dios e de su sancta fe, zelando e procurando la guarda e defension e enalçamiento della pues por ella somos obligados a poner las personas e vidas e lo que touieremos cada que fuere menester e que sean muy obedientes a los mandamientos de la sancta madre Iglesia e protectores e defensores della como son obligados. E que no çesen en la conquista de Africa e de pugnar por la fe contra los ynfieles (...)" (Sarrión Mora, Adelina, 2016 : 190)

Para ello el periódico destaca acontecimientos "históricos" de antiguas guerras, que emprendían en nombre del rey y del la Iglesia, entre los dos países cuando dice en el mismo número:

"(...) Siempre ha estado España en guerra con ese país salvaje, para quien ninguna fe merecen los tratados y menos aun las relaciones que deben existir entre pueblos vecinos...

... Fernando III el Santo, dispuso ya una (la guerra) al Africa cuyos preparativos continuó su hijo Alfonso X con enormes gastos, y llevó a cabo Don Sancho IV con animo de apoderarse de Tarifa y Algeciras que estaban en poder del rey de Marruecos, à quien hizo también cruda guerra, Don Fernando IV, concediéndole el Papa con este objeto parte de las rentas eclesiásticas(...)"

### **El Clamor Público: 30 de agosto de 1859 (la movilización de las tropas españolas)**

Otro ejemplo de la predisposición del gobierno español de llevar a cabo esa contienda, es la rapidez con el que Isabel II empezó a movilizar sus tropas para reunir las en un primer momento en Ceuta. Por esa razón, se ve que el periódico se hizo eco de la noticia en su número del 30 de agosto donde podemos leer lo siguiente:

"Anteayer salieron de Alicante en la fragata de guerra Perla y el vapor también de guerra Isabel II, con destino a Ceuta, los batallones de Cazadores de Madrid y Barbastro, que llegaron al mismo día a esa ciudad en un tren especial procedente de Madrid.

Según El Vapor de Alicante, se esperaban allí hasta 10.000 infantes y 400 caballos, los cuales se dirigiran tambien á nuestras posiciones de Africa."

Al leer este artículo, no podemos evitar preguntarnos una pregunta importante ¿es lógico y proporcional movilizar tantas tropas por la simple razón de castigar a una tribu que derribó una piedras en la frontera de Ceuta, tal como manifiestan en sus correspondencias oficiales con el gobierno marroquí? La respuesta es NO.

### **El Clamor Público: 31 de agosto de 1859 (La enfermead del Emperador de Marruecos)**

Este número es de suma importancia, porque en él nos encontramos con la noticia de la grave enfermedad del rey de Marruecos Muley-Abderrahman. Decimos que es una noticia de suma importancia porque demuestra sin duda alguna, que la decisión de ir a la guerra en estas fechas no era algo accidental o aleatorio, sino que se conocía la gravedad de la enfermedad del rey de Marruecos, cosa que afectaría eminentemente primero en la capacidad negociadora de sus embajadores y segundo en la capacidad de organización de ejército que estaría sin cabeza. La noticia dice así:

"El emperador de Marruecos, Muley-Abderraman, seguia el 26 gravemente enfermo, cuya circunstancia, unida á sus 83 años, hacia muy deplorable su situación. Su médico ordinario, despues de haberle dado los primeros socorros, hizo venir a Mekinez, residencia del actual emperador, dos médicos ingleses, los hermanos Jackson que viven en Tanger(...)

(...) La muerte del octogenario, que cuenta ya 37 años de Imperio, vá a producir tal vez sèrias complicaciones en esa parte del Africa(...)"

Otro dato importante que podemos sacar de esta noticia, es la presencia inglesa a través de sus médicos en un momento crucial en la historia del conflicto hispano-marroquí.

En las siguientes tiradas del periódico se seguirán anunciando los detalles de la movilización de los diferentes componentes del ejército que se desplazaban hacia Ceuta desde todos los puntos de España. También de se facilitaban datos a los lectores sobre Marruecos, sobre su historia, su geografía, sus tradiciones, sus habitantes, su clima ...etc.

### **El Clamor Público: 06 de septiembre de 1859 (Trabas puestas por los ingleses)**

En este número sale una noticia que da un ejemplo de que el conflicto no es más que un resultado de una carrera colonial entre las grandes potencias europeas como se ha dicho anteriormente. Y que ninguna acción se podrá llevar a cabo sin un consenso entre dichas potencias y en especial sin el visto bueno de Inglaterra. En la noticia podemos leer lo siguiente:

"Dice la España, no sabemos con que fundamento, que el gobierno ingles ha pasado una nota al nuestro pidiendole esplicaciones sobre la aglomeracion de fuerzas militares en el campo de Algeciras, y que este documento está redactado en términos prodentes y no da á lugar a que se interprete como un acto de oposicion á la conducta que, con aplauso del pais, está dispuesto a seguir el Ministerio O'Donnell en la cuestión de Africa (...)"

Así pues podemos notar que el gobierno ingles estaba en contra de cualquier contienda en Marruecos, haciendo llegar su malestar al gobierno español.

### **El Clamor Público: 09 de septiembre de 1859 y 13 de septiembre de 1859 (La muerte del Sultán de Marruecos)**

En esta fecha salta la noticia del fallecimiento del sultán de Marruecos, pero en vez de que la propaganda española esperase la proclamación del nuevo Sultán y conocer qué decisiones tomaría respecto a las reclamaciones españolas sobre el castigo de la Kabila de Anyera, dicha máquina propagandística se apresuró a incitar que se debe ir a la guerra para "salvar" al país de una supuesta anarquía en el que vera sumergido:

"El Sultán de Marruecos ha muerto y se han proclamado a su vez cuatro Emperadores: aquel país donde existen hordas salvajes, oprobio de la humanidad y afrenta de la civilización, se va a ver presa de espantosa anarquía. El papel que la España ha de presentar es tan notable y tan elevado como generoso y sencillo; nada de conquistas, nada de ensanches de territorio, que sobrados tiene en lejanos mares sin explotar; pero sí ofrece toda clase de seguridades a las vidas y haciendas de sus súbditos como a toda Europa, a fin de que terminen los actos de piratería brigandaje de que han sido víctimas desde la Prusia hasta la España.

A esto no se puede oponer ninguna Nación que tenga la conciencia de su dignidad y ame los adelantos de la civilización"

En este artículo, se vuelve a hacer hincapié en que la razón primera de esa aventura que pretendía llevar a cabo España en el norte de África, era puramente civilizadora, por eso encontramos términos y expresiones como "hordas salvajes", "espantosa anarquía", "oprobio de la humanidad y afrenta de la civilización" y "adelantos de la civilización". Por otro lado, encontramos la utilización de un discurso victimista que da a entender que su reacción no es más que un mero hecho de autodefensa.

En los siguientes números se puede leer cómo el ejército español ultimaba sus preparativos, y cómo el gobierno se impacientaba para dar luz verde a un ataque eminente. Pero esa impaciencia se veía frenada por las maniobras de los gobiernos de Inglaterra y Francia que enviaban sus buques de guerra a las costas de Tánger tal como podemos leer en el número con fecha del 13 de septiembre de 1859:

"Un periódico anuncia ayer que se acercan un buque inglés y otro francés a las aguas de Tánger, y con este motivo asegura que la cuestión del Riff se va cubriendo de nubes y duda que nuestras operaciones en Marruecos tengan todas las condiciones de facilidad y prontitud que puedan desearse(...)"

Otra noticia importante en este número es la proclamación del Príncipe Sidi Mohamed como nuevo emperador de Marruecos.

### **El Clamor Público: 24 de septiembre de 1859 y 27 de septiembre de 1859. (El ejército español se ha completado)**

En el 24 de septiembre se anuncia que se ha completado la primera parte del ejército en Algeciras, lo que da la sensación que la hora cero se ha acercado. Pero primero deben obtener la aceptación de los ingleses por lo que se intenta hacer entender que España puede evitar la guerra si obtiene de Marruecos lo que quiere, aunque veremos luego que a pasar de obtenerlo y más se ha procedido a declarar la guerra, porque lo único que querían era llegar a un acuerdo con los ingleses, en ese sentido podemos leer en el artículo publicado el 27 de septiembre:

"Hoy es objeto de toda clase de comentario, y podemos decir que hasta temores, la presentación de una escuadra inglesa de ocho navios en Gibraltar; pero nada hay más infundado que estos temores. Si España pensase en hacer la conquista de Marruecos, podría temerse que Inglaterra u otra nación tratara de intervenir en nuestros negocios; mas cuando España lo que desea unicamente es obtener satisfacción del agravio que se nos ha hecho, la reparación de los gastos á que se nos ha obligado, la seguridad, en fin, de que en una época mas o menos próxima, no tengamos que hacer nuevos sacrificios para defender en Africa nuestra dignidad nacional, entonces no es de temer, no se concibe, sin agravio de la razón y del derecho internacional, que una potencia extranjera venga a coartar nuestros legítimos derechos. Si Marruecos nos da la satisfacción que estamos dispuestos á exigirle, la guerra se evitará (...)"

### **El Clamor Público: 29 de septiembre de 1859: (Inglaterra da luz verde a España para declarar la guerra)**

En este número saldría la noticia más importante y esperada por todos aquellos que abogan por una Guerra en Marruecos, porque podremos leer que el gobierno Ingles dio su visto bueno a una ocupación española, aunque matizando, que espera que sea breve:

"(...) el Gobierno ingles le había manifestado, y le encargaba que lo participase al de S.M. Católica, que consideraba a nuestra nación con indisputable derecho a tomar de Imperio de Marruecos los agravios que creyese mas convenientes de las ofensas recibidas, y si fuese necesario á ocupar, aunque solo fuera temporalmente, el puerto de Tánger ó cualquier otro punto del litoral africano que mejor cuadrase a sus fines (...)"

Lo que da a entender, que el Reino inglés, habría recibido todas las garantías necesarias por parte de los españoles de que la navegación, durante la guerra y durante el tiempo que duraría la ocupación, en el estrecho de Gibraltar y en toda la zona no correría ningún peligro, de esta forma los ingleses se habrían sentido satisfechos.

### **El Clamor Público: 18 de octubre de 1959 y 19 de octubre de 1959 (El reino de Marruecos acepta las condiciones españolas)**

El emperador de Marruecos manifestó sus intenciones pacíficas: había ordenado el cese de los ataques contra la plaza española de Ceuta, aceptar las condiciones impuestas por España, y conceder las garantías necesarias para que no volvieran a ocurrir los ataques. (Romero Morales, Yasmina, 2013:628)

Sin embargo, El Clamor público, exigió comprobar las seguridades ofrecidas por el Sultán y dice lo siguiente:

"(...) Antes de concluir el plazo señalado ha recibido el gobierno de S.M. constestación del Emperador de Marruecos concediendo todas las satisfacciones pedidas á fin de dejar en su lugar el honor nacional ofendido, y reconociendo y aceptando el derecho de España á obtener seguridades para el porvenir...que de ellas dependía la resolución que se adoptara para la paz o la guerra"

Otro ejemplo de que Marruecos ha accedido a satisfacer las peticiones españolas es lo otro artículo publicado el 19 de octubre:

"A última hora asegura nuestro corresponsal que el ministro Sidi-Mohamed-el-Khatib había accedido a todas las reclamaciones hechas por el gobierno español con respecto al territorio de Ceuta, y que no había pedido indemnización pecuniaria el Señor Blanco

del Valle. Se cree por lo tanto, que el gobierno de Marruecos ha dado la satisfacción debida, y que no exigirá otra al gobierno español"

Eso quiere decir que después de varios plazos, y después de muchas y largas negociaciones, y sobre todo después de que el Reino de Marruecos aceptase satisfacer todos los puntos impuestos por los españoles, estos últimos declararon la guerra, lo que prueba que su intención inicial era maniobrar y alargar las negociaciones hasta tener vía libre por parte de Inglaterra.

### **El Clamor Público: 23 de octubre de 1959 (Declaración de Guerra).**

Lamentablemente, a pesar de que el gobierno de Marruecos había accedido a ofrecer a España todo lo que pedía, la decisión de ir a la guerra ya había sido tomada, o mejor dicho, esa era su intención desde mucho antes del ataque al puesto fronterizo por parte de la Kabila de Anyera. A continuación se puede leer el texto de la declaración de guerra:

"(...) Se levantó el conde de Lucena para declarar que nuestras relaciones con Marruecos no solo están interrumpidas, sino que el Gobierno ha creído que es llegado el caso de apelar a las armas para recibir satisfacción del agravio hecho al honor de la Nación española. Estas palabras fueron acogidas por una explosión general y prolongada y de ruidosas exclamaciones (...)"

Así pues la guerra fue declarada el 22 de octubre con mucho júbilo por parte de los españoles que iban a una guerra que creían fácil, pero que resultaría ser un calvario para los dos bandos.

### **LA NEGOCIACIONES ENTRE ESPAÑA E INGLATERRA**

Como se ha mencionado anteriormente, el reino de España solo necesitaba el visto bueno de las grandes potencias europeas para atacar a Marruecos, y en especial el de Inglaterra, por esa razón entabló unas arduas negociaciones con los ingleses que sólo les dieron luz verde después de obtener todas las garantías referentes a su posición preferencial en el estrecho de Gibraltar y asegurar que su presencia en el reino marroquí será corta.

En las siguientes líneas intentaremos dar una muestra de dichas negociaciones a través de las correspondencias oficiales entre el gobierno español y el inglés.

El representante de su Majestad inglesa en Madrid J. Andrew Buchanan, en un intento de entrometerse en el conflicto hispano-marroquí, envía una carta el 27 de septiembre de 1859 a Saturnino Calderon Collantes, Presidente del Consejo de Ministros de España, pidiéndole que garantizase por escrito no ocupar Tánger, y dice lo siguiente:

"Tengo la honra de manifestar a VE que he recibido instrucciones del primer secretario de Estado de la reina, mi Soberana, para pedir al gobierno de S. M. Católica una declaración escrita de que si las diferencias existentes produjesen la guerra y las tropas de S. M. Católica debiesen en consecuencia de las hostilidades ocupar Tánger, la ocupación de dicha plaza será temporal y no se extenderá más allá de la época de la ratificación del tratado de paz entre España y Marruecos. El Gobierno de SM se ve en la necesidad de pedir esta declaración, porque la ocupación de Tánger hasta que se llevase a efecto el pago de la indemnización de los gastos de la guerra, podría llegar a ser una ocupación permanente, y considera que dicha ocupación permanente sería contraria a la seguridad de la fortaleza británica de Gibraltar" (Guijarro, Garrido, Óscar, 2014:197)

Lo que Collantes, en un intento de demostrarle que la intención del Reino de España no es ensanchar sus fronteras, ni es quedarse indefinidamente en Marruecos, le responde con una carta fechada el 7 de octubre de 1859 que dice así:

“Una vez ratificado el tratado de paz que haya de poner término a las hostilidades entre España y Marruecos, y resueltas por lo tanto de un modo definitivo las cuestiones hoy existentes, el Gobierno español, cumpliendo con sus propósitos, no mantendrá la ocupación de Tánger, dado caso que se viera en la necesidad de establecerse en ella para asegurar el buen éxito de sus operaciones.” (Guijarro, Garrido, Óscar, 2014:197)

Posteriormente, en otro intento de los ingleses frenar el empuje español, pero esta vez con un tono amenazante, envió El Secretario Principal del Estado encargado de Asuntos Exteriores El Lord Russell una carta el 3 de octubre de 1859 a Don Francisco Javier de Istúriz el Ministro Plenipotenciario de España en Londres llamándole la atención de que si su país no obtiene las garantías necesarias de que la ocupación española será breve, Inglaterra se verá libre a proceder según sus intereses. Y la carta dice así:

“(…) He entendido que habéis negado en nombre del gobierno español toda intención de invadir Marruecos. Pero me parece que su despacho carece de las garantías necesarias, y espero haber entendido muy bien las intenciones de España (...) creo que es correcto añadir que si Gran Bretaña no recibe las garantías que pide, se considerará libre de proceder según sus intereses.” (Daoued, Mohamed, 2013:57).

Entendemos de esa amenaza que los ingleses ayudarán al país africano material y políticamente lo que dificultará la presencia española en la zona.

Lo que Javier Istrúrez le responde el 6 de octubre con una carta en la cual le vuelve a asegurar que sus intereses no van más allá de restaurar el honor mancillado por los “salvajes” marroquíes diciéndole que:

“(…) el gobierno de Madrid no tiene intención de llevar a cabo ninguna invasión, como no anhela nuevas tierras, sus intentos van dirigidos hacia mantener el honor de la bandera nacional(…)” (Daoud, Mohamed, 2013:58).

Otro intento inglés, pero esta vez bajo el pretexto de mantener la seguridad de la navegación en el Estrecho de Gibraltar y en la zona, Buchanan envía una carta el 21 de octubre al Ministro de Exteriores español, pidiéndole que delimite exactamente, las tierras marroquíes que quiere España ocupar:

“(…) mi Señora Reina tiene el temor de que anexas las zonas citadas puede suponer una gran amenaza a la libertad de la navegación en el Estrecho de Gibraltar, por eso, y según las indicaciones que he recibido del Secretario Principal del Estado en Asuntos Exteriores, me veo con la obligación de preguntarle hasta dónde tiene intención el Gobierno de S.M. la Reina de España aumentar el perímetro de Ceuta, y en especial, si puede facilitar el nombre de las zonas costeras que se quedarán dentro de las tierras españolas después de que el Gobierno de S.M. obtenga lo que deseaba (...)” (Daoud, Mohamed, 2013:59).

Lo que empuja a Collantes a responder el mismo día (21 de octubre de 1859) con una carta en la cual asegura que el gobierno de España no tiene intención de ocupar ninguna zona costera

que ponga en peligro la navegación en el estrecho y en la zona.

Sintiéndose Inglaterra satisfecha con las garantías presentadas por el Gobierno español y en el nombre de su Reina Isabel II, el Gobierno inglés dio luz verde a España que declaró la guerra a Marruecos el 22 de octubre de 1860.

Lo que podemos deducir de estas correspondencias entre los Gobiernos de Inglaterra y España, es que ésta última en ningún momento tenía la intención de negociar con Marruecos una solución pacífica al conflicto y todo lo que hacía era maniobrar hasta obtener el beneplácito de los ingleses.

### Conclusión

Si ponemos las razones que condujeron a la guerra de África en su contexto histórico y político, no podemos aceptar que la decisión de emprender una aventura militar de enormes dimensiones fue tomada para recuperar el honor mancillado por unos pocos guerreros de una Kabila a un pequeño puesto fronterizo situado a las afueras de Ceuta. Sino que la realidad es que esa contienda fue producto de una carrera colonial llevada a cabo por las grandes potencias de la época para intentar controlar las dos orillas del mediterráneo, especialmente después de la ocupación de Argelia por parte de Francia.

Para ellos España puso en marcha, por un lado, toda su maquinaria de propaganda para convencer la opinión pública. Los ejes de dicha propaganda los podemos dividir en cinco, 1) la propaganda religiosa, 2) la propaganda literaria, 3) la propaganda política, 4) la propaganda histórica, y por último la propaganda periodística, y es la que hemos elegido para este estudio a través de analizar los artículos y el lenguaje utilizado por el diario *El Clamor Público*. Y por otro lado llevó a cabo unas arduas negociaciones con las grandes potencias, especialmente Inglaterra para obtener su beneplácito.

### Referencias Bibliográficas

ALARCON, P.A. (2005). *Diario de un testigo de la guerra de África*, Madrid, España: S.L. EDICIONES IRREVERENTES.

ATIF, J. (1992). *Notas sobre las relaciones hispano-marroquíes justo antes de la guerra de Tetuán*, Libro colectivo: *Tetuán antes del protectorado (1912-1860)*, Tetuán, Marruecos: Editorial Al Hidaya.

CORRALES, E. M. (2002). *Marruecos y el colonialismo español (1859-1912): de la Guerra de África a la «penetración pacífica»*, Barcelona, España: Bellaterra.

DAOUD, M. (2013) *Historia de Tetuán (Tomo IV)*, Rabat, Marruecos: Edition Bouregregue. *El Clamor Público*

GALDÓS, P. B. (2010). *Aita Tettauen*, Madrid, España: Alianza editorial.

GUIJARRO, G. O. (2014). Tesis doctoral: *Aproximación a los antecedentes, las causas y las con-*

secuencias de la Guerra de África (1859-1860) desde las comunicaciones entre la diplomacia española y el Ministerio de Estado, UNED.

Martín, C. E. (2002). Marruecos y el colonialismo español (1859-1912). De la guerra de África a la penetración pacífica, Barcelona, España: Bellaterra.

NUÑEZ DE ARCE, G. (2003). Crónicas periodísticas de la guerra de África (1859-1860), Biblioteca Nueva.

ROMERO, M. Y. (2013). Prensa y literatura en la guerra de África (1859-1860). OPINIÓN PUBLICADA, PATRIOTISMO Y XENOFOBIA, *Historia Contemporánea* 49.

SARRIÓN, M. A. (2016). EL MIEDO AL OTRO EN LA ESPAÑA DEL SIGLO XVII. Proceso y muerte de Beltrán Campana, Cuenca, España: Ediciones de la Universidad Catilla-La Mancha.

## **Estrategias lingüístico discursivas de los partidos xenófobos europeos**

**Autor:**

**Dr. Abdellatif Ghailani**

Profesor en el departamento de lengua y literatura españolas  
Facultad de Letras y Ciencias Humanas  
Univesridad Abdelmalek Esaâdi de Tetuán

### **Introducción.**

Hablar de discurso, sus estrategias, las finalidades que se siguen con ello, el contexto donde se desarrolla, a quién va dirigido, etc., todo enfocado hacia un tema bastante complejo y que combina una multitud de factores como es la emigración, además de los distintos campos que confluyen, hace que se planteen varios dilemas como presentar el tema y desde qué enfoque plantearlo. Los campos de estudio son numerosos y tan amplios que dan lugar a otros más específicos que desembocan en verdaderas ramificaciones que enlazan unas con otras hasta formar, en muchos casos, redes de temas que para su estudio y comprensión se hace necesario tratar otros que en un principio puedan parecer alejados del objeto principal. La transversalidad del tema hace que se tenga en cuenta distintos campos a la hora de tratarlo, hacerlo de otra forma se haría difícil llegar a sacar algunas conclusiones fiables o, en el mejor de los casos, el trabajo se quedaría inconcluso. Se trata de un campo interdisciplinar donde las causas se pueden localizar en un aspecto determinado y las consecuencias se reflejarían en otro, bien relacionado o no. Como hecho social, la inmigración se presenta como un conglomerado donde lo jurídico, económico, político, laboral y educacional tienen que estar sincronizados para que deje de ser un fenómeno, cosa extraordinaria y sorprendente, y se considere como una respuesta natural ante unas situaciones determinadas como la búsqueda de mejores condiciones de vida, de libertad, ansias de prosperidad por un lado y la solvencia de los problemas de envejecimiento de la población, escasez de mano de obra, estancamiento demográfico, etc. por el otro.

Sin prejuicio de ningún tipo ni simpatía por ninguna postura, trasladarse de un lugar a otro es el proceso natural del ser humano. Desde que ha existido el hombre, desplazarse ha sido una de sus actividades, preocupaciones y objetivos; querer pararlo es intentar abolir una de sus principales características y cambiar el proceso de la vida. Ante esto, la imposibilidad de detener algo de naturaleza dinámica e imparable, las estrategias usadas por el discurso xenófobo no tendrán por objetivo más que crear conflictos sociales de todo tipo, y un clima de desconfianza y recelos entre los distintos miembros de la sociedad.

### Los inmigrantes como elemento persuasivo del discurso político

El tema no deja indiferente a nadie, a todos les afecta de una forma u otra, unos le ven aspectos positivos para el crecimiento y progreso de un país; otros, lo consideran una amenaza del orden establecido temerosos de toda novedad y posterior acomodación a las nuevas situaciones aunque fueran éstas beneficiosas para que la sociedad madure como tal.

Desde todas las perspectivas, la temática de la emigración se sustenta sobre un discurso. Quien lo emite puede pertenecer o no a una determinada ideología política o clase social, pero tiene unos sentimientos, un punto de vista, se encuentra en un contexto y, sobre todo, tiene una intención a la hora de hablar (o escribir), informar, planificar, proponer o redacta leyes sobre la emigración. Como señala H. Parret (1980), que muchas clases de enunciados tienen un carácter de acción precisamente porque tras ellos se sitúa una intención que los organiza; idea que M. V. Escandell (2006) concluye afirmando:

“Finalmente – y ésta es hoy día la postura más extendida –, otros ven esta relación en términos de causa/efecto: la intención se explica a partir del hecho de que todo discurso es un tipo de acción; dicho de otro modo, de las marcas y resultados de la acción se deduce la intención”.

El discurso en este aspecto es de los más elaborados dada la gran susceptibilidad de las sociedades tanto las emisoras como las receptoras. No son pocos los que han sido tildados de antiespañoles por el mero hecho de exigir los derechos básicos que se tienen que otorgar a un grupo de emigrantes, o al denunciar las trabas que se imponen para la escolarización de un hijo de emigrantes en un determinado centro educativo. El tipo y la forma del discurso etiquetan de manera automática a su emisor para clasificarlo, poniéndolo en un sitio u otro sin detenerse a analizar en profundidad los contenidos de sus palabras. A nivel político, la elaboración se extrema, o sea, las palabras, los verbos y sus tiempos, la sintaxis, los giros, etc. son “escogidos con pinza”; depende de los receptores, en definitiva el electorado, el contexto y la situación política del momento, hacen de que las referencias al tema sean una bocanada de oxígeno para las pretensiones electoralistas o, de lo contrario, un escollo que tiznaría su imagen frente a posibles votantes. El discurso está hecho a medida del destinatario, es éste quien lo va a juzgar sin importarle si es o no del agrado de la mayoría o si se mantiene congruente o no con la realidad social. Recordemos la campaña de Alicia Sánchez-Camacho en las elecciones catalanas y su declaraciones a cerca de la emigración, que siendo criticadas por todos y van en contra de los intereses económicos y sociales de Cataluña, han cosechado los mejores resultados, 18 escaños, jamás obtenidos por el Partido Popular en esta comunidad; el recrudescimiento del discurso acerca de los inmigrantes por parte de su sustituto, Xavier García Albiol; o la aparición de forma sorprendente y muy notoria, doce escaños, del partido ultraderechista Vox en las últimas elecciones autonómicas andaluzas, comunidad considerada “feudo de los socialistas” y de la izquierda en general.

La mediación de los medios de comunicación y su influencia en todas las esferas de la vida social ha hecho que se fije de forma notoria en todo lo relacionado con la emigración, sacándolo muchas veces de su contexto con fines específicos, la mayoría de las veces para solapar problemas estructurales disuadiendo así la opinión pública. Al tratarse de un campo donde confluyen varios aspectos, me refiero a la interdisciplinariedad arriba mencionada, se convierte en la “cloaca” donde van a parar todos los residuos y restos pestilentes de los problemas económi-

cos, políticos, sociales, jurídicos, etc. Es la cabeza de turco que exime y cubre todos los males existentes. A modo de ejemplo, se puede escoger cualquier de los países de la Unión Europea para ver la importancia que adquiere el tema de la emigración, casi siempre en sentido negativo, dejando de lado temas de gran relevancia como el económico, el político, problemática social, y otros de gran relevancia que se ocultan por su complejidad o necesitan de grandes esfuerzos para poder resolverlos. España por ejemplo, durante el primer decenio de este siglo la crisis económica estaba batiendo récords insospechados como consecuencia el desplome de una economía levantada sobre los pilares de la construcción y la especulación inmobiliaria y urbanística, lo que ha dado lugar a que se tomaran como medidas urgentes serios planes de reajuste causantes de casi un millón de parados solo en el último año. El ciudadano de a pie tiene todo el derecho de no parar a reflexionar sobre la situación, pero ello convierte al inmigrante en un blanco fácil donde van parar los envenenados dardos del discurso de manipuladores medios de comunicación, candidatos oportunistas y gobiernos demagógicos que dan a entender que entre las principales causas de las estrecheces que estaba pasando el país son el excedente de mano de obra y la competencia desleal, ocultando el verdadero problema que no ha sido atajado en su momento, dejándolo "fermentar" hasta desbordarse como son la mala gestión del gobierno en política económica y la permisividad del enriquecimiento rápido. Todos los argumentos consiguen que prevalezca la idea de que la inmigración es causa de los males, las razones para el racismo y la xenofobia están servidas. La reafirmación procede también de las mismas fuentes: el gobierno promete controlar más y mejor la emigración, penalizar de manera más eficaz a los que cometen fraudes fiscales, refiriéndose a los que echan mano de emigrantes sin documentación. Mientras que la oposición vocifera que no son esas las medidas eficientes, sino que urge expulsar todo emigrante que carezca de trabajo, aun estando en situación de residente en España.

¿Por qué se recurre a la emigración para enmascarar los auténticos problemas? Parece que no se ha avanzado tanto respecto a la forma de pensar de la Edad Media, que todavía los razonamientos simplicistas y lineales que emanan de nuestros sentimientos son los que más y antes nos convencen, evitando que nos preocupemos por ahondar y relacionar los hechos hasta dar con las causas de los problemas. Es menos costoso y laborioso presentar una causa o culpable concreto a los problemas que acucian a las personas; además la exigencia de una respuesta obliga a la clase dirigente, y a la que aspira a serlo, a buscar golpes de efecto a través de un discurso basado en la relación de causa/efecto. Se sabe que quien emite un discurso, cualquiera que sea, lo hace a medida del destinatario, es decir, emite todo aquello que desea oír teniendo en cuenta sus pensamientos, conocimiento del mundo e intenciones. Esta estrategia comunicativa se extrema en el mundo de la política, el lenguaje usado es cada vez más explícito que contenta a unos votantes que solicitan altas dosis de "somniaferos" para no ver la realidad que los rodea, en vez de exigir soluciones duraderas para una población trabajadora que ha escogido un lugar determinado para vivir fuera de sus países de origen.

### **La emigración: baremo de una Europa que se desmorona**

Sobra decir que el progreso y el desarrollo económico de un país o pueblo van en proporción y en paralelo a su estabilidad social, la cual se siente zarandeada ante la más mínima variación, cambio o modificación, incluso cuando suponen de forma explícita mejoras o innovaciones orientadas para el bienestar de la sociedad. Las sociedades en su mayoría se presentan conservadoras, a veces incluso temerosas ante la inclusión de aspectos o elementos nuevos en

su forma de vida; paradójicamente, esto nos lleva a pensar que todas se sienten satisfechas de cómo están establecidas, organizadas y estructuradas. Son pocas las que dan la bienvenida de manera abierta a los nuevos cambios, sobre todo si son sociales o demográficos. La sensibilidad social estalla ante cualquier elemento considerado extraño y que se sospecha que puede ser desestabilizador del sistema. Dicho de otra forma, la presencia de nuevos aspectos, la ausencia o modificación de los ya existentes hacen que la sociedad reaccione como respuesta a hipotéticos cambios. Estas respuestas son propias de sociedades tribales, donde el endocentrismo acapara toda forma de vida, rechazando la novedad por considerarla una intrusión que amenaza la estabilidad.

El continente europeo, concretamente la Europa rica, tradicionalmente receptora de emigración, ha sufrido una serie de cambios sociales a raíz de los sucesos político-económicos que tienen su origen en la Revolución Industrial hasta nuestros días. Estos vaivenes, como es de suponer, son causantes en primera medida de masivos desplazamientos de población que suelen ser de distinta índole dependiendo de las causas y circunstancias que los generaron como las económicas, bélicas, etc. Los desplazamientos del medio rural al urbano fueron constantes como consecuencia de la primera industrialización de Europa, hubo demanda de todo tipo de mano de obra para cubrir los nuevos puestos creados en los anillos industriales de las grandes urbes. El auge económico que supuso la industria hizo que la actividad agrícola y todo lo relacionado fuera relegado a un segundo plano lo que motivó un crecimiento inesperado de las ciudades que se concentró sobre todo en los cinturones y periferias de aquellas donde la actividad industrial era más notable. La situación económica supuso la creación de diferencias entra las distintas clases sociales: la creciente productividad motivó el enriquecimiento de los patronos, traducido en el aumento de la brecha que los separa de la clase trabajadora. Estas diferencias, aumento constante de riqueza frente a las exigencias sufridas cada vez por la clase trabajadora (mayor nivel de productividad, más horas de trabajo, mayor perfeccionamiento, etc.) motivaron varias y serias tensiones sociales caracterizados por el intento de preservar el status conseguido frente a la petición de mejoras sociales y la concienciación de una situación de servidumbre que se estaba viviendo, fruto de las exigencias mencionadas.

Ya en esta época el rechazo de una clase social tenía adquirida su carta naturaleza, se rechazaba a los mismos nativos que fueron motor de la prosperidad y enriquecimiento de la burguesía dominante. Las barriadas residenciales de los obreros fueron consideradas marginales y focos de todos los males que desestabilizan el modo de vida de la clase acomodada. La nueva situación social exigía la existencia de nuevas leyes y normas sociales para garantizar la seguridad y derechos de toda la sociedad, trabajadores y burgueses. Sindicatos y patronales adquirieron gran relevancia social al convertirse en protagonistas por la lucha de las mejoras de sus afiliados; junto a estos cambios, surgieron otros más como consecuencia de una mejoría en todos los aspectos de la vida: servicios, mejoras sanitarias, cambio en la alimentación y hábitos de vida, etc.

El modelo socioeconómico nacido en Inglaterra, y más tarde trasladado a Francia, se vio truncado al poco tiempo: problemas internos entre los distintos países europeos estallaron en un gran conflicto bélico, I Guerra mundial (1914-1918), que asoló todo el continente, involucrando 32 países en la contienda con un total de más de 10 millones de soldados muertos y destrozada la economía de todo un continente. Estamos ante otra nueva situación social y económica

que tuvo como consecuencia directa las migraciones en masa, bien para huir de la guerra, bien para trabajar en la nueva industria de la guerra. La envergadura del conflicto era de tal magnitud que se creó una industria específica para satisfacer las necesidades bélicas. En este período, las emigraciones no afectaban solo a la población europea, sino que se trasladaron al continente europeo millones de súbditos llegados de las colonias africanas y asiáticas para apoyar a las metrópolis. Estas políticas de emigración fueron apoyadas por los líderes coloniales para evitar el debilitamiento de las potencias europeas que supondría desestabilizar los gobiernos de las colonias.

La llegada de hombres de países africanos y asiáticos a Europa en apoyo de sus respectivos países colonizadores se puede considerar el primer fenómeno de emigración "moderna", es decir, la que entendemos actualmente como la emigración sur-norte, y que tuvieron casi las mismas consecuencias que las actuales salvando las distancias del tiempo: reafirmación de los estereotipos de todo tipo, raciales, sexuales, morales, fisiológicos, etc. lo que hizo que fueran marginados y vistos como inferiores, siendo su mejor ubicación el lugar donde el europeo no puede o no debe estar, en la primera línea del frente o en los rincones más inhóspitos. Miles de estos combatientes fallecieron a causa de enfermedades derivadas de las bajas temperaturas y el exceso de humedad de los países de Europa a la que no estaban habituados. La crisis de la posguerra junto a la epidemia de gripe que azotó el continente llevándose por delante a millones de ciudadanos hizo creer a todo el mundo en una definitiva decadencia del continente. La supuesta neutralidad de España en la contienda mundial, no la ha hecho ajena a padecer su particular crisis, las pérdidas de Cuba y Filipinas, y sobre la derrota en la Batalla de Annual (Marruecos) han reafirmado el fin del imperio y el descontento de la población que se tradujo en una crisis de identidad que fruto de ello surgió un acusado sentimiento de egocentrismo y rechazo hacia los autóctonos de las colonias y ex colonias, llevando la peor parte los marroquíes por ser culpable de los mencionados desastres y por tenerlos cerca y la obligación de convivir todavía con ellos. La caricaturización del moro, resaltando exageradamente sus diferencias e imputándole todo tipo de culpas y fechorías era tarea diaria del pueblo y del gobierno. El moro es el mal y está en el origen de todo lo malo que pasará en España.

La situación en Europa no hacía más que deteriorarse con el nacimiento de la autodeterminación de pequeños estados en el centro y este de Europa, mientras que en la parte occidental se establecieron regímenes autoritarios de la mano de personajes que se presentaban como salvadores de la situación: B. Mussolini en Italia, A. Hitler en Alemania y, más tarde, Franco en España. Esta tesitura en la que se encontraba no llevaba buenos augurios y no la conducía más que a la II Guerra Mundial. La barbarie culminó con la aniquilación de millones de europeos y no europeos, un continente devastado y económicamente destrozado. Los aliados, lo que hoy conocemos como la Europa occidental, aprovechó la oportunidad ofrecida por E.E.U.U. para su reconstrucción con la ayuda del plan Marshall; los países que formaron el bando vencedor se estaban resucitando de sus propias cenizas, se dedicaron, en primer lugar, al desarrollo de las infraestructuras y a la compra de bienes de Estados Unidos para el desarrollo de la industria. Solo ocho años después de la finalización de la guerra, el plan de ayuda había cumplido sus objetivos, la producción europea era 35% superior a la de anterior a la guerra, y el "fantasma" del comunismo que amenazaba Europa había desaparecido. En este proceso la mano de obra emigrante de terceros países tuvo un gran protagonismo, los ferrocarriles, carreteras, puentes, minas, etc. de países como Alemania, Francia, Inglaterra, Holanda y Bélgica se abastecían de

mano de obra marroquí, argelina, tunecina, egipcia, asiática en general, española e italiana. Europa está dispuesta para despegar, se ha conseguido la estabilidad política y económica con la creación de la OCDE, la protección militar gracias a la pertenencia de buena parte de sus miembros a la OTAN y la conquista de importantes mercados en países africanos y asiáticos, sobre todo, ejerciendo influencias sobre sus antiguas colonias. La situación de bonanza que estaba viviendo Europa y las optimistas expectativas dieron lugar a cambios que se reflejaron en las distintas facetas de la sociedad europea lo que permitió que se adoptaran nuevos hábitos y formas de vida hasta entonces desconocidas: mejor calidad de vida, mayor consumo, exigencia de nuevos servicios, consideración del ocio como algo necesario, rechazo de actividades consideradas mal vistas, etc.

Materializar los logros exigía más mano de obra extranjera, la autóctona no daba abasto dado el aumento de demanda de nuevos servicios y la creación de nuevos trabajos como consecuencia de la industrialización y el enriquecimiento en general. Son mediados de los sesenta y comienzos de los setenta, época que ha caracterizado a Europa como destino migratorio, que podría considerarse como el inicio de la emigración que continúa hasta nuestros días. La situación entonces no se diferenciaba de la de ahora: se contrataba a sueldos muy bajos con respecto a los autóctonos, no se podía ejercer en todos los sectores, muchos trabajos se realizaban sin ningún contrato, no acceso a la vivienda ubicada fuera de la periferia o barrios marginales, carencia de lugares para ejercer ritos y cultos, no se preveía la conservación de las culturas y lenguas de origen, etc. El emigrante, además de trabajar duras y largas jornadas en un entorno muchas veces hostil, tenía que librar constantes batallas para conseguir parte de sus derechos básicos y dignidad como ciudadano. Si se han conseguido algunos aspectos después de una incesante lucha, la situación se ha ido complicando hasta situaciones insospechadas, el rechazo explícito y deliberado hacia el emigrante fue creciendo hasta llegar a institucionalizarse bajo distintas formas, cada una superando la anterior, se empezó con la imposición de visados por parte de algunos países, creación de la gran frontera con el acuerdo de Schengen bajo pretexto de eliminación de fronteras, lucha contra el tráfico de drogas y el crimen organizado, endurecimiento de las leyes de extranjería, etc. El proceso siguió agravándose hasta el punto que la xenofobia se ha convertido en un atractivo electoral, el rechazo al emigrante, elemento imprescindible hace solo 30 años para construir y levantar Europa, es tomado como una forma de defender la identidad del hombre europeo y la manera de luchar contra un mal que está desolando su cultura.

Partidos y políticos de primera talla, además de los nuevos surgidos para aprovecharse de la situación, basaron sus campañas y proyectos de Estado en programas de odio y rechazo a una buena parte de sus ciudadanos. Afloran y triunfan en varios países partidos políticos de ideología racista y discurso populista que incluso están llegando al poder en países que hasta hace poco eran considerados abanderados de las libertades y de derechos humanos. Claro y preocupante ejemplo es el ascenso del partido Demócratas de Suecia liderado por Jimm Akesson, admirador de Adolf Hitler, cuyo discurso es manifiestamente antimusulmán y anti emigración; La extrema derecha de Pim Fortuym, acusado de abusos sexuales, está extendiendo cada vez más sus tentáculos entre muchos sectores de la población neerlandesa con el lema "Holanda está llena"; lo mismo ocurre en Dinamarca, donde la líder del Partido de Pueblo Danés, socio del gobierno, Pia Kjaersgaard, ciudadana sin nacionalidad danesa propuso al primer ministro la expulsión de todos los imanes que no tengan la nacionalidad danesa. Esta ola ultraderechis-

ta, racista y xenófoba explotó de manera explícita con la llegada al poder de Joerg Haider en Austria en 1999, a la que siguieron los triunfos de Silvio Berlusconi en Italia y los éxitos cosechados por el Frente Nacional de Jean Marie Le Pen.

Esto no se para aquí, en todos los países Occidentales están resucitando y triunfando partidos ultraderechistas: Inglaterra, Bélgica, Alemania, etc. Lo que más llama la atención es que partidos racistas y anti emigrantes están al alza en países que tradicionalmente eran caracterizados por ser sus súbditos emigrantes como es el caso de España y Portugal, o considerados, aun hoy día, pobres como es el ejemplo de los países del Este como Bulgaria, Letonia, Eslovaquia y Rumania.

Hasta hace unos meses, todos pensábamos que España también tenía algunos enclaves donde reside la ultraderecha xenófoba, pero que no pasaba de ser reducidos núcleos de exaltados y nostálgicos de épocas pasadas o simples imitadores de lo que pasa en Europa, nadie llegó a pensar que el monstruo se estaba gestando y que viera la luz en las últimas elecciones andaluzas en forma de Vox y con la fuerza que le conceden los doce escaños obtenidos. ¿Esto es el resultado del rechazo de los votantes a unos partidos que no saben ya que ofrecer a los ciudadanos, el desarrollo de una extraordinaria campaña llevada a cabo por el partido emergente, los ciudadanos quieren soluciones drásticas a los problemas que les acucian, o todas estas causas juntas? En este artículo no vamos a entrar a analizar aspectos políticos ni sociales, pero sí los discursivos. Desgraciadamente, el discurso que mantienen carece de estrategia y sin elementos que dan lugar a un análisis lingüístico o pragmático. Es muy lineal, llano y simplista, lo que deja descubrir con facilidad las identidades del emisor y del destinatario: El primero, conocedor del receptor a quien va dirigido el mensaje y, por lo tanto posee una cognición de la situación, además de la carencia de soluciones reales a las distintas realidades de la ciudadanía, a la que se suman la falta de experiencia y un no elevado nivel intelectual, hacen que los enunciados emitidos sean de una terminología sencilla y que conmovedora de pasiones, vocablos que se identifican con el campo de batalla: enemigo, invasión, expulsión, ocupación, fronteras, derrotar, limpiar, luchar, etc.; alusión a las batallas de Las Navas de Tolosa, Covadonga y Lepanto. Se trata de un discurso que no llega al nivel del populismo. Todos sus líderes usan el mismo lenguaje como se puede apreciar en los siguientes párrafos pronunciados por Javier Ortega Smith

- "Queremos que los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado puedan hacer uso legítimo de sus armas"
- "Si tenemos que decidir entre la vida de un Guardia Civil o un narcoterrorista, el que se va al fondo del mar es el narcoterrorista. Y si tenemos que decidir entre la vida de un funcionario de prisiones o la vida de un preso musulmán, el que se va a la tumba es el preso musulmán"

Se trata de enunciados simples y pocos elaborados, vocabulario dirigido a una población poco instruida, léxico del mundo de la delincuencia y oraciones que se caracterizan por una sintaxis bastante sencilla. No hay nada que argumentar pero sí encender pasiones. El destinatario espera este tipo de discurso y el emisor lo sabe. El receptor necesita este tipo de mensajes que corroboran su forma de pensar y lo identifican con el emisor, éste les hace ver que otra forma de dirigirse a ellos, como lo harían los otros partidos, es subjetiva, poco clara y es usada solo para engañar al electorado. La intencionalidad en este tipo de discursos no es otra que crear

visiones extremas de la realidad social: odio hacia el otro, burla y menosprecio hacia el feminismo, calificación de antiespañol a los que creen en la diversidad, asesinos a los que están a favor del divorcio... Aspectos que hoy en día no hay argumentos para ir en contra de ellos, solo se pueden atacar con posturas extremas.

No es difícil sacar conclusiones, de la reconstrucción y disfrute del bienestar han pasado solo cincuenta años escasos, y otra vez vuelta a empezar: deterioro del sistema económico causado por las malas gestiones de los gobiernos, toma de control por parte de de las multinacionales y grandes empresas apoyadas por un sistema financiero voraz con previsiones solo a corto plazo que conducen a descalabros financieros que repercuten en la economía del país afectando no solo al nivel de vida de sus ciudadanos sino también a los valores sociales y morales. Los resultados no tardan en revelarse surgiendo ideologías extremistas que proponen arreglarlo todo de un zarpazo y en el mínimo tiempo posible, es la idea principal de las políticas populistas que calan rápidamente en una población desorientada que exige arreglos rápidos a cualquier coste, incluso a costa de aquellos que han llegado para hacer de ellos lo que hoy son. En definitiva, la solidez de la rica Europa es solo en apariencia, si nos detenemos a reflexionar sobre la historia reciente del continente nos damos cuenta de la fragilidad económica y social que la ha caracterizado y la falta de continuidad del estado de bienestar que ha mostrado a lo largo de los distintos períodos. Actualmente está viviendo una de las peores crisis económicas, políticas (ascenso fulminante de la extrema derecha) y social ¿se repetirá el ciclo?

## Bibliografía

Alvarez Junco, J. (1987). Populismo, caudillaje y discurso demagógico. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas Siglo XXI de España.

Bañón Hernández, A. M. (1996). Racismo, discurso periodístico y didáctica de la lengua. Almería: Universidad de Almería.

Cabrera Nuñez de Guzmán, M. (1992). Discurso legal, histórico y político. Madrid: Instituto de España.

Callejo Gallego, J. (1995). La audiencia activa. El consumo televisivo: discursos y estrategias. Madrid: Siglo XXI.

Calsamiglia-Blancafort, H., & Tusón Valls, A. (1999). Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso. Barcelona: Ariel.

Casasus, J. M. (1972). Ideología y análisis de medios de comunicación. Barcelona: DOPESA.  
Díaz Barrado, M. P. (1989). Análisis del discurso político. Ed. Regional Extremadura.

Escandell, M. V. (1996). Introducción a la pragmática. Barcelona: Ariel.

Fernández Lagunilla, M. (1999) La lengua en la comunicación política I: El discurso del poder. Madrid: Arco Libros.

García Gutiérrez, A. (1992). *Análisis documental del discurso periodístico*. Autor-editor de obra propia.

Jiménez Leube, J. (1997). *La construcción del discurso: notas sobre el método retórico*. Madrid: Ediciones de la Universidad Europea.

Martín Rojo, L. (1994). *Hablar y dejar hablar: Sobre racismo y xenofobia*. Madrid: Ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid.

Martín Rojo, L., & Whittaker, R. (Eds.). *Poder-decir o el poder de los discursos*. Madrid: Arrecife.  
Parret, H. (1980). «Pragmatique philosophique et épistémologie de la Pragmatique: Connaissance et contextualité». En Parret, H. et al. (Eds.) *Le langage en contexte. Études philosophiques et linguistiques de pragmatique*. Amsterdam: John Benjamins, pp. 7-198.

Rey Morató, J. (1989). *La comunicación política: El mito de las Izquierdas y Derechas*. Madrid: EUDEMA.

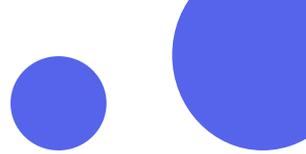
Rodríguez, R. M. (1984). *Discurso-Poder*. Madrid: Equipos de Estudios Reunidos.

Velázquez García-Talavera, T. (1990). *La entrevista política en televisión como discurso*. Barcelona: UAB. Universidad Autónoma de Barcelona.

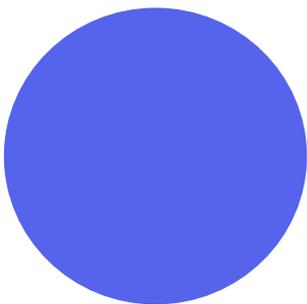
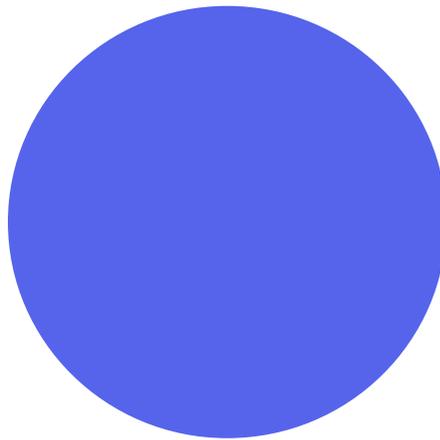
Verdejo Segura, M. J. (1997). *La comunicación y la retórica en política. Estudio de los modos y estrategias del discurso político en campañas presidenciales americanas*. Granada: Editorial Universidad de Granada.

## **CURRICULUM VITAE**

Licenciado en Letras hispánicas. Facultad de Letras de Tetuán, 1987. Licenciado en Filología Española. Facultad de Filosofía y Letras de Granada, 1991. Curso de Adaptación Pedagógica (C.A.P.). Universidad de Granada, 1997. Doctorado en Filología Española (Lingüística): "El español hablado en el norte de Marruecos". Universidad de Granada.



# REVIEWS



## Volver a Tetuán

Autor de la reseña: Dr. CHARIA Zakaria  
Profesor Departamento de Lengua  
y Literatura Hispánicas  
Facultad de Letras y Ciencias Humanas de Teuán  
Universidad Abdelmalek Essaâdi  
zakaria.charia@gmail.com

Reseña del libro: Volver a Tetuán

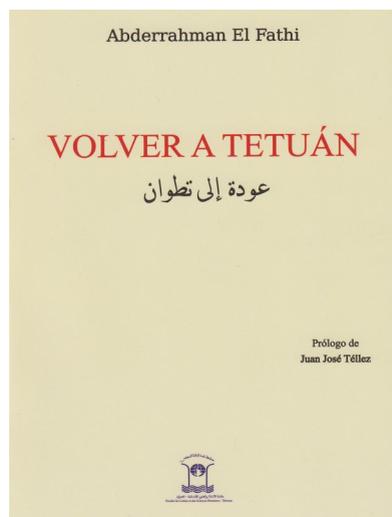
Autor: Abderrahman El Fathi

Editorial: Bab Al Hikmat

ISBN: 978-9954-568-83-5

Año: 2019

Páginas: 125



El poemario Volver a Tetuán, se considera una continuación del largo viaje emprendido hace tiempo por el poeta marroquí Abderrahman El Fathi que es, además de poeta, catedrático de la Universidad Abdelmalek Essaâdi de Tetuán y Jefe del departamento de Lengua y Literatura Españolas de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas.

Como he dicho, "el viaje" es un tema constante en la Obra del Fathi junto con el amor, la muerte, la pasión, el desamor ... etc, nace con su primera obra Triana (1998), y evoluciona en África en versos mojados (2002), Primavera en Ramallah y Bagdad (2003), El cielo herido (2003), Desde la otra Orilla (2004) y Danzadelaire (2011) entre otras.

La ciudad de Tetuán para el poeta Abderrahman, que se considera descendiente de aquellos expulsados de Al-Ándalus, no es solo un espacio físico, sino también una idea y un sentimiento, para él Tetuán puede ser perfectamente Sevilla, Córdoba, Granada o Cádiz porque todos suponen la vuelta a los orígenes.

El poemario empieza con una dedicatoria del autor a sus difuntos padres y recordando a los fallecidos Fermín Fernandez Beloso, Mohamed Maimouni, Mohamed Anakar, Abdellah Djbilou, Abdelkader Ben Abdellatif, Mohamed Chakor y Mohamed sibari. Seguidos por un prólogo del poeta, escritor y periodista Juan José Téllez, titulado la ciudad que somos.

La obra está compuesta por 107 poemas, redactados con un castellano repleto de sentimientos y con una musicalidad que pocos, muy pocos tienen la capacidad de transmitir. Sus versos nos llevan a pasear por las calles y callejuelas de Tetuán, y nos instan a sentirla, a olerla y sobre todo a amarla.

En este texto, el autor, además de relatar su particular vuelta a Tetuán, trata también temas espinosos y de actualidad de índole humana como la emigración, las fronteras entre España y Marruecos y el sufrimiento del pueblo Palestino.

Para terminar esta reseña no hay mejor manera de hacerlo que citar el poema con el que empieza y cierra su poemario Abderrahman el Fathi:

### **La alborada en Tetuán**

Evocaré mañanas de caricias  
Lamentaré furtivos besos  
Que nunca pude legarte,  
Invadiré mi vida de ti  
De la ausencia temblorosa,  
Esa fútil emoción alargada  
Como rizos de agua  
En la despejada lluvia,  
En la inquietud de vida  
Huésped de la corteza  
Cautiva tu mirada.

Pensé que regresarías  
Serena, para abrazarme,  
Calmar la frialdad  
De tu ausencia como estaca,  
Las mañanas de asfalto  
Con olor a cauce en tu mirada  
Como nube obsesiva  
Que agita mi lluvia  
Como ausencia de silencio  
En ese ritual del viento  
Con melenas rojizas  
Cuando el cielo se peina  
En el espejo de tu mañana

