

g r u p o d e  
i n v e s t i g  
a c i ó n a n  
á l i s i s d  
e l d i s c u  
r s o p e r i  
o d í s t i c o

© de los Autores

D.LEGAL SE-2.471-98  
I.S.B.N. 84-89769-80-X

PADILLA LIBROS EDITORES & LIBREROS  
c/. Lاراña nº 2  
Teléf. 95-4218065  
41003 SEVILLA (ESPAÑA)  
e-mail: padillalibros@accesosis.es

## PRESENTACIÓN

En el mundo de la comunicación conviven hoy dos fenómenos, aparentemente contrapuestos, y, sin embargo, compatibles: la globalización y el localismo. Está ya muy extendida la idea de que el futuro de los medios pasa por diversificar y ampliar su oferta, principalmente a través de contenidos locales. Es el valor de lo próximo, un valor clásico en la historia del periodismo moderno que resurge con fuerza; la sociedad global es también local.

A juicio de muchos —y el informe McBride en los años 70 ya lo constataba— el fenómeno de la concentración es inquietante, ya que constituye una amenaza extraordinariamente grave para la existencia de una prensa libre y pluralista, así como para las perspectivas de empleo en la profesión. La concentración es nociva a la vez para los lectores, para los periodistas y para los propietarios de pequeñas empresas. La disminución de los diarios reduce la diversidad de opiniones y las posibilidades de elección de los lectores, limita los debates y fomenta el conformismo y la adopción de valores de una minoría dominante. Constituyen, en fin, una gran amenaza para el pluralismo intelectual, que es un elemento vital para la democracia.

Conviene profundizar en la relación que existe entre el ejercicio del periodismo y los datos culturales e históricos de una sociedad. Es indudable que se produce una influencia entre el ambiente que rodea a un periodista y el trabajo que éste reali-

za. El medio de comunicación colabora en la formación de una identidad cultural y su continuidad como grupo social.

La función informativa es sólo una de las diversas funciones de la información; la extensión de la cultura, la cohesión de grupos y de culturas o colectivos, la difusión de símbolos y la promoción de valores sociales, son manifestaciones de una función, desde luego integradora, que no debe excluir funciones de cambio social.

Las funciones de la comunicación, finalmente, dependen del ambiente en que se desarrollan esos medios; hay una comunicación para alfabetizar (en África) y una comunicación para el entretenimiento (en EE UU).

Si la comunicación significa hacer próximo lo lejano, parece claro que la expresión "aldea global" trata de resumir dos tendencias perfectamente compatibles con la intención de garantizar el interés periodístico. El interés informativo es el principal factor de especialización periodística, según han reconocido la mayoría de los teóricos del periodismo, y que etimológicamente significa estar-entre; es un deseo de conocer que mueve al lector a acercarse a los medios y a los contenidos que difunden. Las razones por las que el público se interesa por un acontecimiento o una idea no están definidas de modo claro y preciso, pero sí es posible afirmar con rotundidad que entre estos valores de noticiabilidad, entre estas razones que convierten una noticia en interesante para el receptor, se encuentra el de la proximidad geográfica.

Puede decirse, por tanto, que cuanto más cerca del público suceda el acontecimiento, más posibilidades de suscitar interés. Lo que significa, evidentemente, que el hecho ocurre en un ámbito compartido por los protagonistas de la información y por los receptores de tal información; y se comparte, no sólo el ámbito, sino la lengua, las costumbres, la historia, las leyes, los valores... Resulta, por tanto, fácil para el lector reconocer-

se o identificarse con el acontecimiento, reconocerlo como suyo y comprenderlo para, de este modo, tomar una posición respecto a él.

La proximidad geográfica no es sólo una cercanía espacial sin más; es también una proximidad cultural y, por eso mismo, es fácil comprender el significado de la expresión "aldea global". Es verdad que hasta ahora esa proximidad es más real sólo desde el punto de vista de las tecnologías, pero también es predecible una proyección progresiva y muy rápida en lo cultural. Redes como la de Internet ya han logrado avanzar mucho en este sentido.

El Equipo de Investigación "Análisis del discurso periodístico" inicia con este libro una línea de estudios sobre Andalucía como ámbito de interés informativo. No podía ser de otra manera: Andalucía no sólo es una comunidad con una identidad cultural muy definida y con un patrimonio espléndido. Es también un espacio con vocación universal innegable.

Son esas dos dimensiones, además de nuestro compromiso como investigadores, las que justifican este trabajo. Y, por supuesto, intentando no caer en el tópico o la simplificación; respetando la pluralidad de voces y enfoques; descubriendo y no inventando.

CARMEN HERRERO AGUADO



## ÍNDICE

Pág.

### PRESENTACIÓN

*por*

CARMEN HERRERO AGUADO .....	7
-----------------------------	---

\*\*\*

### IDENTIDADES, VALORES Y RUIDOS EN LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA

*por*

ESTRELLA ISRAEL GARZÓN .....	11
Introducción .....	11
Valores periodísticos .....	13
Adaptaciones locales .....	14
El valor de lo próximo .....	16
Nosotros/Ellos .....	18

\*\*\*

### LA NUEVA RADIO: LOCAL Y ESPECIALIZADA

*por*

CARMEN HERRERO AGUADO .....	23
Las diferencias individuales .....	24
Categorización o estructura de las relaciones sociales .....	25
Las diferencias de las categorías sociales .....	26
La radio especializada .....	28
La radio local .....	31
La radio local de Sevilla y Andalucía .....	35
Andalucía Información .....	36
Referencias bibliográficas .....	44

\*\*\*

LOS PAPELES DEL REY DE ANDALUCÍA.  
ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS DE LA NOBLEZA  
EN LA EDAD MODERNA

por

CARMEN ESPEJO CALA .....	45
Referencias bibliográficas .....	69

\*\*\*

LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LA REALIDAD  
EN LOS TITULARES DE PRENSA  
(LOS SUCEOS DE CASAS VIEJAS DE 1933 EN ABC)

por

MANUEL BERNAL RODRÍGUEZ .....	71
El contexto político .....	73
El contexto cultural, ideológico y social .....	75
El esclarecimiento de los hechos .....	78
Los sucesos de Casas Viejas en los titulares de ABC .....	80
La construcción social de la realidad en los titulares de ABC ...	90

\*\*\*

EL DÍA DE ANDALUCÍA  
Y EL REFERÉNDUM AUTONÓMICO.  
LA PRENSA REGIONAL COMO REFERENTE

por

M <sup>a</sup> DEL MAR GARCÍA GORDILLO .....	95
Dos momentos trascendentales en la historia de Andalucía .....	98
El proceso autonómico en la Prensa .....	100
El Día de Andalucía y la prensa regional .....	101
El referéndum autonómico y la prensa regional .....	107
A modo de conclusión .....	117
Bibliografía .....	121

\*\*\*

LA IMAGEN DE CANAL SUR, EN CANAL SUR  
TELEVISIÓN, "LA TELEVISIÓN DE ANDALUCÍA"

por

RAFAEL GONZÁLEZ GALIANA .....	123
Bibliografía de referencia .....	139

\*\*\*

FORMAS DE CITACIÓN IMPLÍCITA  
EN LOS TEXTOS PERIODÍSTICOS:  
ENTRE EL USO Y LA MENCIÓN

por

ELENA MÉNDEZ G <sup>a</sup> DE PAREDES .....	141
--	-----

\*\*\*