

2. Información Local y Sociedad Civil: canalizaciones pacíficas desde el continente periodístico

JOSÉ MANUEL GÓMEZ Y MÉNDEZ. UNIVERSIDAD DE SEVILLA

1. Introducción. 2. Realidad de la Información Local. 3. La Sociedad Civil y su vertebración. 4. El Periodismo Local al servicio de la ciudadanía. 5. El Continente periodístico y sus tendencias. 6. El devenir social y el mañana periodístico.

1. Introducción

No es intención nuestra ofrecer ahora un tratado del quehacer empresarial en el ámbito periodístico local, ni planteamientos de hondo calado sobre sociología ciudadana. Mas sí intentaré un análisis sobre las interconexiones que van existiendo en nuestro entorno dentro de la parcela periodística y la cada vez más cuantificable vertebración ciudadana más allá del vivir de los partidos políticos. No me moveré en el desarrollo del contenido del mensaje periodístico, pues lejos de mí adentrarme en dicha parcela donde no desarrollo ni mis cargas lectivas ni mis pensamientos investigadores. Sí en el continente y singularmente en el impreso. Cada cual en lo suyo por muy apetecible que resulte la trasgresión de fronteras. Creo que cada vez se avanza más en la parcelación y no en la interdisciplinariedad; la suma de trozos produce un volumen de elementos... Contra más se concentre la razón en una determinación racional más garantías de conocimiento puede producirse dentro de las amplias opcionabilidades de una elección a donde dedicar los esfuerzos de un ser humano en aras de una metódica investigación. La multiplicidad temática poco profundiza en el vértice de la uve. Predecesores en las Ciencias del

Periodismo¹ me enseñaron que cada vez debemos saber más de menos... De ellos también aprendí la generosidad en los círculos vitales donde nos movemos. Por ello hoy al escribir estas líneas quiero dejar constancia de mi gratitud a quienes me posibilitan el efectuar esta ponencia y que tenga su proyección: al presidente del Comité Organizador del VIII Congreso y Asamblea de la SEP (Sociedad Española de Periodística), profesor doctor Josep Maria Cassasús, y al coordinador general, profesor doctor Manel López. A ambos, gracias infinitas.

2. Realidad de la Información Local

La fuerza del Periodismo, a lo largo del siglo XX, ha estado en el desarrollo generalista de los diarios, por encima de los semanarios o quincenales, no teniendo más que tendencias ideológicas sustentadas por partidos o grupos políticos que fueron sus financiadores. No quiero negar que la estructuración ejecutada por las empresas no haya sido ideológica, ya que, según avanzó la segunda mitad de la centuria y la globalización mundial, se fueron acentuando las mismas y las empresas periodísticas se convirtieron en canales al servicio de las ideas políticas en favor de los grupos de poder con pensamientos y doctrinas plenamente definidos².

Aunque se ha venido defendiendo desde las empresas periodísticas toda acción de independencia al servicio de la sociedad y cualquier atisbo que las marcasen en sus intereses empresariales se ha defendido en razón del libre mercado, es que las mismas han ido desarrollando desde la década de los años ochenta del XX un nuevo campo comercial que es el ámbito de todo cuanto supone espacialidad local. Y es un horizonte de amplísima realidad en la primera década del siglo XXI.

El profesor Ignacio Bel atribuye el auge de la información local a las primeras elecciones democráticas municipales, celebradas en el Estado español en 1979, ya que hasta entonces *“se resumía en las escasas páginas dedicadas al mundo local por los periódicos nacionales, regionales y provinciales”*³. Acierta al sugerir que razones fueron *“la búsqueda de nuevos negocios informativos”* ya que el mercado *“había empezado a manifestar en los años ochenta un cierto agotamiento, lo que se traducía en un estancamiento del negocio informativo”*, encontrando un amplio canal económico en el ámbito local⁴.

Los profesores Esteve y Fernández del Moral consideran que la información local *“posibilita un conocimiento de la realidad concreta similar al de la aldea en que todo el mundo se conoce. Los comentarios orales, las conversaciones en el casino o en el mercado, las ‘comidillas’ en la plaza del pueblo o a la puerta de la iglesia han sido sustituidas por la crónica local en la que se informa de todo lo que ocurre en el entorno del receptor”*⁵.

¹ Permítaseme tener un recuerdo de dos personas que ya no habitan entre nosotros: al profesor doctor Pedro Orive Riva, que falleció con 63 años, el 25 de octubre de 1999, con quien compartí momentos que dejaron en mí su impronta, talante y saber, y del profesor doctor Francisco Iglesias, que, a inicios de marzo de 2004, se nos fue del orbe tierra con tan sólo 54 años, dejando la huella de su humanismo y escrupuloso cerebro en aras del conocimiento del Periodismo en el ámbito empresarial.

² Para profundizar sobre las estructuras informativas, conozcáse como mínimo las obras de los profesores doctores Ramón Reig, Fernando Quirós, del recordado Pedro Orive...

³ BEL, Ignacio: *La información local y regional* en FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier (coord.): *Periodismo especializado*. Ariel, Barcelona, 2004, pág. 421.

⁴ *Ibidem*, págs. 425 y 426.

⁵ ESTEVE RAMÍREZ, Francisco y FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier: *Áreas de especialización periodística*. Fragua, Madrid, 1998, págs. 75 y 76.

Hay quienes desean ver en el Periodismo Local una parcela de especialización⁶. Sí sería cuando es una sección dentro de un diario de ámbito mayor al local, donde los profesores Esteve y Fernández del Moral ya dicen: “*Ningún Medio de Comunicación prescinde hoy de esta información, siendo incluso, para algunos de ellos, el eje central de su política informativa*”⁷. Mas el Periodismo Local al que nos referimos en este estudio no es al indicado en mis últimas palabras, sino aquel medio que es 100 por 100 local y por tanto lo local no es ningún bloque en la totalidad de sus páginas. La realidad empresarial hace que cada día la apuesta de los grupos editores sea mayor en esta línea haciéndose productos que son nuevos en concepción dentro de las líneas hasta hoy conocidas como Periodismo, cambiando únicamente el espacio de atención geográfica en sus páginas si es impreso, en sus tiempos radiofónicos o en la dimensión de las programaciones televisivas según el soporte. Y no hablo del cibernético en red pues en ello no se ha entrado hasta el momento⁸, aunque sí en algunas localidades se han empezado a producir portales de servicios sin que hayan dado pie a una dinámica de agilidad de Medio de Comunicación Social.

Destacados y valiosos analistas, como Manuel Castells y Jordi Borja, apuntan: “*La importancia estratégica de lo local como centro de gestión de lo global en el nuevo sistema tecno-económico puede apreciarse en tres ámbitos principales: el de la productividad y competitividad económicas, el de la integración socio cultural y el de la representación y gestión políticas*”⁹.

3. La Sociedad Civil y su vertebración

El profesor Silverstone manifiesta: “*Compartimos valores, ideas, intereses y creencias y nos identificamos con aquellos cuyos valores, intereses y creencias son como los nuestros. Compartimos pasados, así como el presente inmediato*”. Amplía: “*Encontramos nuestras identidades en las relaciones sociales que se nos imponen y en las que buscamos. Las exteriorizamos diariamente. Sentimos la identidad de pertenecer. Y necesitamos la confirmación de que en efecto pertenecemos. Construimos ideas sobre a qué cosa pertenecemos y las definimos y comprendemos en las imágenes que tenemos de ella o en las que se nos ofrecen. Necesitamos que se nos recuerde y confirme constantemente que nuestro sentido de pertenencia y nuestra participación son valiosos*”. Prosigue: “*Soñamos con la comunidad. Con los elementos comunes y las realidades compartidas que la apuntalan... A decir verdad, es difícil pensar en la comunidad sin un ámbito, sin una percepción de las continuidades de la vida social que se fundan literalmente en el lugar*”¹⁰.

⁶ No voy a entrar en referencias a cuanto señalan diferentes obras de compañeros en la Universidad. Sí dejaré constancia de dos como más destacas: Ignacio Bel, al referirse a los editores y profesionales: “*Empiezan a ver en este campo una especialización informativa, tanto estrictamente profesional como empresarial*” (op. cit., pág. 421); Francisco Esteve y Javier Fernández del Moral, al hablar de la información local: “*Esta sección especializada se encuentra más cercana a los intereses concretos de los receptores*”. (op. cit., pág. 75 y ss.).

⁷ ESTEVE RAMÍREZ, F. y FERNÁNDEZ DEL MORAL, J.: op. cit., pág. 76.

⁸ No quiero dejar de citar que muchos municipios han abierto portales para ofrecer información, mas no con el contenido de actualidad por lo que les falta la rapidez periodística, siendo más bien una agenda a modo de servicios.

⁹ BORJA, Jordi y CASTELLS, Manuel: *Local y global: la gestión de las ciudades en la era de la información*. Taurus, Madrid, 1998, 7ª ed. en 2004, pág. 14.

¹⁰ SILVERSTONE, R.: *¿Por qué estudiar los medios?* Amorrortu, Buenos Aires, 2004, págs. 156 y 157.

El político Antonio Ramalho Eanes, quien ocupase la Jefatura de Estado, a título de presidente, en Portugal, disertaba en septiembre de 2001¹¹: *“La Sociedad Civil, entendida como una red de agentes sociales e instituciones, emergió con exigencias de mayor protagonismo; exigió así que se aceptara y pusiera en operación de forma clara su diferenciación relativamente al estado y a la clase política. Y para conseguirlo la Sociedad Civil sigue reivindicando que se reconozca y acepte su entidad propia”*. Matizó que el Estado y la Sociedad Civil se acaban situando frente a frente *“como dos conjuntos diferenciados de actores e instituciones en constante, atenta y equilibrada interrelación”*. Y en ese intercambio, *“necesario e inevitable, la Ley asume privilegiado papel”* donde la *“Democracia, la Sociedad Civil y su indisociable ciudadanía, exigen una participación sistemática y responsable, del hombre, en sus diferentes asociaciones-instituciones”*. Conferenció el ex presidente portugués, con serenidad en sus expresiones dentro de su prestigio internacional, que de esa forma el ciudadano *“pasará a ser sujeto activo de la vida moral, social y política, a través de su participación, ética y operativa, en las organizaciones de la Sociedad Civil y en el voto que juzga la legitimidad de título y ejercicio de los gobernantes”*; llega a ser *“protagonista o, por lo menos, espectador activo del sector público”*, necesitándose dentro de esta vertebración de Sociedad Civil ciudadanos bien informados: *“Aquí se presenta el magno problema de la información pública, se destaca la función esencial que la Comunicación Social (el Periodismo) tiene en una sociedad democrática. Se sabe, bueno, lo sabemos todos, que no habrá democracia donde no haya Comunicación Social libre, porque ella es parte integrante de la formación de la conciencia política de los ciudadanos. Es la democracia -y ella sola- la que permite la total expresión del Periodismo”*.

El doctor Francisco Rubiales Moreno al referirse a la Sociedad Civil considera que durante el siglo XX *“ha ido ganando posiciones constantemente, aunque con retrocesos coyunturales, y que, al menos intelectualmente es considerada hoy como la mejor terapia conocida para controlar los desequilibrios del Estado, defender las libertades y fortalecer la democracia”* dentro de la dignidad del ser humano *“que nunca antes a lo largo de la Historia había ganado tantos derechos, tantas libertades, riqueza, cultura y hasta expectativas de vida”*¹². Argumenta que ese interés por *“potenciar y desarrollar la Sociedad Civil se ha reflejado ampliamente en la vida cotidiana, en las costumbres, en la política, la cultura y otros ámbitos. Entre las manifestaciones concretas de esas tendencias figuran la expansión del tejido asociativo (organizaciones no gubernamentales, asociaciones de vecinos, de consumidores, de padres, fundaciones, etc.), el auge del voluntariado y la proliferación de tertulias, foros, clubes de opinión, Medios de Comunicación libres y otros instrumentos y entidades que contribuyen a vertebrar y a concienciar”*¹³.

La Sociedad Civil tiene sus orígenes, como conceptualización social, a partir de los movimientos liberales del siglo XVIII, aunque pueden adentrarse análisis históricos de diferentes autores en las viejas Roma y Grecia. A lo largo de la segunda mitad del siglo

¹¹ Conferencia de Antonio Ramalho Eanes, ex presidente de la república de Portugal, titulada *“La importancia de la Comunicación verdadera en la Sociedad Civil”* y pronunciada en la mañana del día 21 de mayo de 2001, en el XII Simposio *“Historia de la Iglesia en España y América”*, organizado por la Academia de Historia Eclesiástica con el tema monográfico *“Iglesia y Sociedad de la Comunicación”* con desarrollo en el Alcázar de Sevilla.

¹² RUBIALES MORENO, Francisco: *El Foro de Debate como Medio de Comunicación: una aportación a la Sociedad Civil*. Tesis doctoral defendida en la Universidad de Sevilla en 2003, inédita, pág. 294.

¹³ *Ibidem*, págs. 306 y 307.

XX y en los últimos años numerosos autores¹⁴ se han preocupado de la misma para dejarnos constancia que se enriquece de “*la libre información, el debate público y la acción del tejido asociativo, el constituido por asociaciones, fundaciones, tertulias, peñas, foros, colegios profesionales, partidos políticos, sindicatos y otras entidades a las que el individuo se incorpora voluntariamente*”¹⁵. Y en ello, según Tocqueville, el compromiso cívico “*convierte al ‘yo’ en ‘nosotros’, y la clave de dicho compromiso reside en la participación en asociaciones voluntarias a través de la cual se desarrolla la capacidad de cooperación y la responsabilidad común en los asuntos colectivos*”¹⁶.

4. El Periodismo Local al servicio de la ciudadanía

Si, por un lado, existe un tangible Periodismo Local con demarcación territorial y límites de hábitat ciudadano y, por otro, la Sociedad Civil es una opción de convivencia en nuevos planteamientos humanísticos, habría que atenderla periodísticamente en toda su dimensión.

El profesor Silverstone señala: “*Los Medios intervienen en el juego y la actuación. Ambos son actividades clave en las cuales nos involucramos como seres sociales con un mundo que nos rodea, y de ese modo hacemos un aporte y definimos nuestro lugar en él o nuestras demandas*”¹⁷.

Hay que hablar del tiempo en el latir de inmediatez en la realidad de cada jornada. R. Silverstone escribe al hablar del mismo: “*Y nuestra capacidad de usar el que tenemos, y de usarlo bien, depende desde luego de nuestro control de los recursos materiales simbólicos. El tiempo es precioso y escaso para muchos. Vacío e inútil para muchos más. Esa diferenciación hace que no tengan sentido los argumentos que lo muestran uniforme. También hace que el tiempo sea mucho más interesante, y más complejo el papel de los Medios en su definición, asignación y consumo. Puesto que en el consumo consumimos tiempo. Y en el tiempo consumimos y somos consumidos*”. Añade de inmediato: “*Los Medios median entre el tiempo y el consumo. Proporcionan marcos y exhortaciones. Ellos mismos son consumidos en el tiempo. Las modas se crean y anulan. La novedad se proclama y se niega. Las compras se hacen y se dejan de lado. Los avisos se miran y se ignoran. Los ritmos se sostienen y se rechazan. Consumo. Conveniencia. Derroche.*

¹⁴ Para ampliarse el acceso a un mayor conocimiento sobre la Sociedad Civil puede conocerse la siguiente bibliografía, aparte de la citada en este texto: BRUNKHORST, Hauke: *Del estado nacional a la Sociedad Civil*. Universitat de Valencia, Valencia, 1985; ESTEINOU, Javier: *Globalización, Medios de Comunicación y Cultura en México a principios del siglo XXI en Ámbitos*, nº. 5, Sevilla; GIL CALVO, E.: *El Estado del Estado. Colapso público, colusión privada en Claves de la razón práctica*, nº. 53, Madrid, 1995; GRANDI, Roberto: *Derecho a la información y derechos ciudadanos en la era digital* en BENEYTO, José (dir.): *La ventana global*. Taurus, Madrid, 2002; HIRSCHMAN, A.: *Interés privado y acción pública*. Fondo de Cultura Económica, México, 1986; JORDANA, Jacint: *La nueva convergencia: responsabilidades públicas y sociales en las telecomunicaciones* en SUBIRATS, Joan (ed.): *¿Existe Sociedad Civil en España?* Fundación Encuentro, Madrid, 1999; KEANE, John: *Democracia y Sociedad Civil*. Alianza Editorial, Madrid, 1992; MARTÍN PATINO, José María: *Prólogo* en SUBIRATS, J. (ed.): op. cit.; PÉREZ DÍAZ, Víctor: *El retorno de la Sociedad Civil*. Alianza, Madrid, 1993, y *La esfera pública y la Sociedad Civil*. Alianza, Madrid, 1997; PINTO BALSEMAO, Francisco: *La información en un orden democrático mundial* en AEDE, nº. 19, Madrid, 1993; PONCE RUIZ, Manuel: *Democracia, Prensa y Poder: un permanente juego de equilibrios* en GÓMEZ Y MÉNDEZ, J. M. (ed.): *Espacio y tiempo informativos*, Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información, Universidad de Sevilla, 1996; SARTORI, Giovanni: *Teorema de la democracia*. Alianza, Madrid, 1988.

¹⁵ RUBIALES MORENO, F.: op. cit., págs. 330 y 331.

¹⁶ TOCQUEVILLE, Alexis: *La democracia en América*. Alianza Editorial, Madrid, 1980.

¹⁷ SILVERSTONE, R.: op. cit., pág. 127.

*Fragilidad. Identidad. Ostentación. Fantasía. Anhelos. Deseo. Todo, reflejado y refractado en las pantallas, las páginas y los sonidos de nuestros Medios. La cultura de nuestro tiempo*¹⁸.

Fijemos que la articulación de la sociedad actual, conocida como tardomoderna, y coincidiendo con el profesor Silverstone, es la “*dialéctica de la distancia y la proximidad, de la familiaridad y la ajenidad*”, siendo una “*dialéctica en la cual los medios intervienen de una manera decisiva*”¹⁹.

Hay que valorar las posturas de los pensadores Isaiah Berlin y Emmanuel Levinas al proponer, desde inicios de la década de los noventa del siglo XX, que hay que aportar una realidad dentro de una amplitud humanística donde la pluralidad sea en razón del Otro²⁰, siendo éste último quien reflexiona: “*El Otro no es en modo alguno otro yo mismo, que participe conmigo en una existencia común. La relación con el Otro no es una relación idílica y armoniosa de comunión o una simpatía gracias a la cual nos ponemos en su lugar; reconocemos al Otro como semejante pero exterior a nosotros; la relación con el Otro es una relación con un Misterio*”²¹.

El doctor Aurelio de Vega Zamora indica: “*La diferenciación de las colectividades está en razón directa con la personalidad de los individuos. Y los miembros de un entorno al que llamamos ‘local’ tienen menos diferencias entre sí que la totalidad de los habitantes que conforman la llamada aldea global. Por eso la comunicación local ha de tener unas características muy concretas para abarcar una información más centrada en unos pocos*”. De inmediato matiza: “*Se produce un fenómeno de evolución sociológica que se proyecta en la configuración de la estructura informativa que desciende de un ámbito muy generalizado a un estamento casi individual*”²².

Hay que tener presente a Juan Marciá Mercadé, pionero en los estudios del Periodismo Local, quien puntualizó: “*Actuación local significa, sobre todo, aproximación a unos intereses concretos, inmediatos, del lector habitual, a trabajar con contenidos, lenguajes y ‘tics’ que son y resultan ser próximos. Posibilidades de actuación directa del periódico en la vida social, promoviendo actividad y promocionándose. Significa ahorro en la distribución, posibilidades de control más directo sobre la clientela del propio diario y sobre el mercado próximo*”²³.

Ana María Gómez Mendo escribe en su investigación sobre la Prensa local: “*Detrás de este auge de la Prensa local y de las nuevas realidades, y muy especialmente de la Prensa de barrio, está la lucha por preservar la identidad de las pequeñas comunidades e incluso del propio individuo ante el protagonismo que han cobrado últimamente los acontecimientos de carácter mundial o general. Estos periódicos se convierten en vehículo indiscutible de todas aquellas noticias que produce el entorno propio, supliendo el vacío informativo que crean los grandes Medios de Comunicación*”²⁴.

¹⁸ *Ibidem*, pág. 138.

¹⁹ *Ib.*, pág. 239.

²⁰ Conózcase más sobre el Otro, sobre la Otredad en las obras de BERLIN, Isaiah: *El fuste torcido de la humanidad*. Península, Barcelona, 1992, y LEVINAS, Emmanuel: *El tiempo y el Otro*. Paidós, 1993.

²¹ LEVINAS, E.: *op. cit.*

²² VEGA ZAMORA, Aurelio de: *La información de la comarca serrana en la Prensa de Huelva*. Tesis doctoral defendida en la Universidad de Sevilla en junio de 2003, inédita, pág. 56.

²³ MACIÁ MERCADÉ, Juan: *La comunicación regional y local*. Ciencia 3, Madrid, 1993.

²⁴ GÓMEZ MENDO, Ana María: *Antecedentes de la Prensa Local de distrito en Sevilla (1995-1996)*. Trabajo de Investigación para la Suficiencia Investigadora, presentado en la Universidad de Sevilla en 2001, inédito, pág. 48.

Un profesional de la talla de Antonio Franco, director de *El periódico de Catalunya*, sugiere que hay que trabajar en el Periodismo Local en razón de la proximidad, manteniendo complicidad y servicio al receptor del mensaje: *“Valorar que la proximidad es el elemento fundamental para el interés de los lectores; la complicidad, entender que los lectores piden de los medios locales ayuda en el sentido más amplio de la palabra; y el servicio, entender que una de las responsabilidades de los que hacemos medios de comunicación es encontrar nuevas maneras de prestar servicios concretos y directos a los lectores a través de las páginas que les estamos haciendo llegar cada día”*²⁵.

Las advertencias que hacen Castells y Borja nos servirán como final para patentizar la necesidad de un quehacer periodístico a favor de lo inmediato en su ámbito de localización geográfica plenamente local, que aglutine y sirva para la identidad: *“Sin un sistema de integración social y cultural que respete las diferencias pero establezca códigos de comunicación entre las distintas culturas, el tribalismo local será la contrapartida del universalismo global. Y dicha fragmentación cultural, al hacer del otro un extranjero y del extranjero un enemigo potencial en la competencia por sobrevivir, tiende a romper los lazos de solidaridad y las actitudes de tolerancia, poniendo en cuestión, en último término, la convivencia misma. Lo que puede parecer una admonición moralizante es ya, desgraciadamente, una descripción de la vida cotidiana en muchos territorios urbanizados a lo ancho del planeta”*²⁶.

5. El Continente periodístico y sus tendencias

Dentro de las Ciencias de la Comunicación, ubicadas en las Ciencias Sociales, tenemos todo lo referente a la Información, más en tiempos actuales donde existe una Licenciatura de Periodismo. Con independencia de contenidos disciplinares de otras parcelas del saber, podemos hablar de las Ciencias del Periodismo. Y en las mismas dos campos: el del Contenido y el del Continente. Y será a este último donde dedicaré varios planteamientos pues pienso que es en el que se está produciendo una realidad en el transcurrir de los mensajes periodísticos, pues ya nos advierte el profesor Roger Silverstone que nos quedaríamos cortos sólo con los contenidos: *“Atención a los textos mediáticos, a su mecánica y, en este momento, a su retórica: es un enfoque necesario pero insuficiente para comprender la mediatización en la cultura y la sociedad contemporáneas”*²⁷.

En el Continente, de acuerdo a sus desarrollos plenamente vivos debido a las aplicaciones de las tecnologías avanzadas, inciden elementos que producen impactos en nuestros cerebros con basamentos en nuestras percepciones. La investigadora Hada Miluska Sánchez Gonzales refleja: *“El Periodismo emotivo consolida su información periodística a través de dos pilares que consideramos fundamentales dentro de su funcionalidad. Nos referimos a la etapa que proponemos para este activismo, denominado como ‘Pensamiento híbrido periodístico’. Este cambio se sedimenta en dos principios básicos y trascendentes: la información y el entretenimiento y la realidad de la ficción. Ambos con elementos de lo espectacular a través de lo emotivo”*²⁸.

²⁵ FRANCO, Antonio: *El periodismo local del siglo XXI* en AA. VV: *La Prensa Local y la Prensa Gratuita*. Universidad Jaume I, Castellón de la Plana, 2002, pág. 40.

²⁶ BORJA, J. y CASTELLS, M.: op. cit., pág. 16.

²⁷ SILVERSTONE, R.: op. cit., pág. 67.

²⁸ SÁNCHEZ GONZALES, Hada Miluska: *El Periodismo Emotivo en el entorno interdisciplinar televisivo*. Trabajo de Investigación para la Suficiencia Investigadora, presentado en la Universidad de Sevilla en 2003, inédito, pág. 265.

La profesora Barbeito Veloso y el profesor Perona Páez profundizan en el aumento de lo inmediato ante lo global, en aquel espacio donde se produce identidad, donde el sentimiento es *“lo que está conduciendo a una revalorización de lo local. La necesidad de procurar que lo más ancestral se mantenga, la pervivencia de los símbolos distintivos de las comunidades, el apoyo a las tradiciones y la potenciación de las lenguas propias ha gestado este nuevo impulso de lo local para evitar que estos valores se pierdan en ese proceso de homogeneización voraz que está trayendo consigo la transnacionalización”*²⁹.

Xoxé López, junto a Fermín Galindo y Manuel Villar consideran que *“el panorama de la Prensa local está marcado por una alta dosis de dinamismo que en gran parte viene dado por la reconversión tecnológica”*³⁰. Añaden: *“El aprovechamiento de los servicios de telecomunicación permiten mejorar las condiciones de aprovisionamiento de la información, facilitando la estrategia de las acciones territorializadas e introduciendo sistemas informáticos avanzados para la redacción y edición”*.

Si hemos hablado de emoción, de sentimiento, dejemos constancia de la persuasión, donde Miguel Roiz manifiesta: *“El mecanismo de control persuasivo que más efectividad tiene es el de los principales contenidos de la comunicación de masas, es decir, información, opinión, ficción y entretenimiento, evasión, publicidad y propaganda”*³¹. Y nos singulariza en el Periodismo: *“La forma de codificar la noticia tiene gran relevancia, ya que se tiende cada vez más a utilizar códigos generales y emocionales, y cada vez menos códigos específicos y reflexivos, incluso en la comunicación impresa, en la prensa y las revistas. Esta tendencia se puede observar en la utilización casi exclusiva por parte de las revistas de textos icónicos, en especial fotografías en color, para acompañar la información escrita, que tiende a ser escasa, aunque resulte imprescindible para comprender el significado del texto”*³².

El lingüista Sebastià Serrano nos cuenta cómo *“todos los trabajos de índole cuantitativa coinciden en no atribuir más de la tercera parte de las cantidades de información generada a la que se transporta por medio del lenguaje verbal en el sentido de léxico más gramática”*. Y ofrece el estudio más famoso y reconocido de cuantos trabajos de base cuantitativa se han efectuado, con dirección del valioso psicólogo A. Mehribian, donde *“lo que se refiere al lenguaje en sentido estricto, su aportación la sitúa hacia el 7%. Eso sí, el 93% restante tendríamos que distribuirlo entre un 38% de la aportación informativa que realizaría la voz, sí, la voz por sí sola, y un 55% que atribuiríamos a la comunicación no verbal en sentido estricto”*³³.

El profesor estadounidense Nicholas Mirzoeff declara: *“Las partes constituyentes de la cultura visual no están definidas por el medio, sino por la interacción entre el espectador y lo que divisa u observa, que puede definirse como acontecimiento visual”*³⁴. Y nos concreta: *“La cultura visual no depende de las imágenes en sí mismas, sino de la tendencia moderna a plasmar en imágenes o visualizar la existencia. Esta visualización hace que la época actual sea radicalmente diferente a los mundos antiguos y medieval. A*

²⁹ BARBEITO VELOSO, María Luz y PERONA PÁEZ, Juan José: *Lo global y lo local. Reflexiones sobre una interacción emergente en Latina*, n.º. 17, mayo de 1999, www.ull.es/publicaciones/latina

³⁰ LÓPEZ, Xosé; GALINDO, Fermín y VILLAR, Manuel: *El valor social de la información de proximidad en Latina*, n.º. 7, La Laguna, julio de 1998, www.ull.es/publicaciones/latina

³¹ ROIZ, Miguel: *La sociedad persuasora: control cultural y comunicación de masas*. Paidós, Barcelona, 2002, pág. 251.

³² *Ibidem*, pág. 253.

³³ SERRANO, Sebastià: *El regalo de la comunicación*. Anagrama, Barcelona, 2004.

³⁴ MIRZOEFF, Nicholas: *Una introducción a la cultura visual*. Paidós, Barcelona, 2003, pág. 34.

*pesar de que dicha visualización ha sido normal en la era moderna, ahora se ha convertido en una obligación total*³⁵.

Para Patrick Charaudeau se hace necesario “medir la distancia que existe entre las representaciones que se hacen los profesionales acerca de su actividad, mediante el estudio de sus discursos de justificación, y las que proporciona un análisis sobre los modos de racionalizar las secciones, de diagramar una página, de establecer el guión de una noticia o de un debate, de referir, comentar o provocar el acontecimiento”³⁶.

Tangibilidades ante la tecnificación de los Medios, y aquí vengo refiriéndome a los impresos, son las posibilidades del color, que desde 1982 se viene aplicando mundialmente gracias al pionerismo del diario *USA TODAY*. Hay que pensar -y profundizar en otro instante- que desde pequeños tenemos una educación cromática en nuestro cerebro y por tanto una actitud ante los colores, sobre lo cual en el cada día más propiciado mundo impreso en plenitud de cuatricromía, cabría meditar si no se nos avecina un uso inadecuado de todo cuanto suponga tonalidad en el continente y por consiguiente caeríamos (y ojalá no fuese intencionado) en una manipulación que jamás haya conocido la sociedad... No olvidemos que en otras etapas vitales se ha mediatizado la misma desde los contenidos de los mensajes. Y también tengamos pensamiento para patentizar que cada día las empresas están más globalizadas aunque hagan productos locales y que habitamos en occidente dentro de una constante posibilización del llamado pensamiento único... Por tanto, déjense abogar porque desde el continente periodístico se desarrollen canalizaciones pacíficas en la transmisión del mensaje a todo color en un equilibrio de páginas que sean satisfacciones perceptivas en nuestros bullires neuronales. Ya nos remarca Adela Cortina Orts: “La gestión ética de las empresas se ha convertido en algo fundamental en nuestra sociedad”³⁷.

6. El devenir social y el mañana periodístico

El profesor Xosé López proclama: “Muchos editores de publicaciones locales han entendido que los grupos de dinamización sociocultural constituyen uno de los principales ‘aliados naturales’ al igual que los colectivos de la comunidad local organizados. La supervivencia de algunas cabeceras estará condicionada por la capacidad de garantizar la participación democrática en los proyectos informativos, que tendrá como principal objetivo favorecer la circulación de información próxima”³⁸.

El profesor Silverstone dictamina: “Todos necesitamos saber cómo funcionan los Medios y cómo leer y entender lo que vemos y escuchamos”³⁹.

Los ya citados investigadores López, Galindo y Villar abogan: “Habrà que trabajar por la democratización y la democracia comunicativa, por la mejora de calidad del producto final, por la accesibilidad, por la multiplicación de los puntos de producción informativa y, en definitiva, por el futuro de la Comunicación de proximidad”⁴⁰.

³⁵ *Ibíd.*, pág. 23.

³⁶ CHARAUDEAU, Patrick: *El discurso de la información: la construcción del espejo social*. Gedisa, Barcelona, 2003, pág. 303.

³⁷ Declaraciones de Adela Cortina Orts, catedrática de Ética y Filosofía Política en la Universidad de Valencia, a la revista *Perfiles*, n.º. 196, Madrid, marzo de 2004, págs. 50 a 52.

³⁸ LÓPEZ, Xosé: *La Prensa popular gallega: un eslabón para la participación ciudadana en Zer*, n.º. 3, Bilbao, y en www.portalcomunicación.com

³⁹ SILVERSTONE, R. *op. cit.*, pág. 244.

⁴⁰ LÓPEZ, X.; GALINDO, F. y VILLAR, M.: *op. cit.*

El periodista Antonio Franco sugiere: “Cada medio debe hacer un diagnóstico específico respecto a su entorno social concreto y respecto también a la cobertura informativa que recibe ese entorno, la gente que vive en esa localidad, desde medios externos, porque la respuesta que debe dar cada diario está muy en función de cómo es la gente de cada sitio, de cuáles son los *inputs* informativos que recibe esa gente”⁴¹.

Como precisa el estadista Ramalho Eanes al referirse al Periodismo y su definitivo papel en la Sociedad Civil: “Puede y debe ser (...) la vigilancia constante, la descripción crítica e incisiva de los acontecimientos, la representación de las cuestiones que se ponen a la sociedad, el intermediario esencial que permite la comunicación auténtica y oportuna entre los problemas, los responsables políticos y los ciudadanos”⁴². Y aquí nos valdrían las frases recién publicadas por el psicólogo Aquilino Polaino: “La pregunta acerca del porqué de las cosas -sobre todo acerca del propio vivir- dilata e intensifica el horizonte personal, hunde las raíces de la persona en la realidad, vigoriza y robustece su propia inteligencia -hambrienta como está de verdad- y adensa la razón acerca del propio ser y su razón de ser”⁴³.

Ojalá el mañana periodístico sea para una plenitud social dentro del más amplio humanismo donde quepamos todos en tolerancia y libertad.

Universidad de Sevilla, abril de 2004.

⁴¹ FRANCO, A.: op. cit., pág. 41

⁴² Conferencia de Antonio Ramalho Eanes, ya citada en nota anterior de este mismo trabajo.

⁴³ POLAINO LORENTE, Aquilino: *¿Un nuevo modelo de pensar?* en el semanario *Alfa y omega*. Madrid, 8 de abril de 2004, pág. 26.