

dedicado al episodio de los “privilegios y condiciones peculiares” de los presos de ETA en sus estudios universitarios. El Foro de Ermua advirtió al presidente Aznar de estas irregularidades administrativas y académicas, lo que levantó una polvareda en los medios y en la opinión pública (se generó una imagen de complicidad de la Universidad con el terrorismo) y desencadenó la modificación de la Ley Penitenciaria: los presos sólo podrían acceder a la universidad a través de centros de estudios a distancia. Y vuelta a empezar con el eterno conflicto.

Nuevamente se ofrece un relato directo de las fuentes, un análisis y una explicación e interpretación de los acontecimientos, una dinámica propia del investigador y del periodista especializado, dualidad que representa Ofa Bezunartea.

Memorias de la Violencia es una obra que no puede pasar desapercibida, es un libro para aprender a opinar con argumentos, habla de quién, del sufrimiento en primera persona y del por qué, de la opresión de las ideas y de las personas y sobre todo demuestra la valentía de todos aquellos a los que el exilio de ETA no consiguió callar su voz.

Hagamos Memoria. [\[subir\]](#)

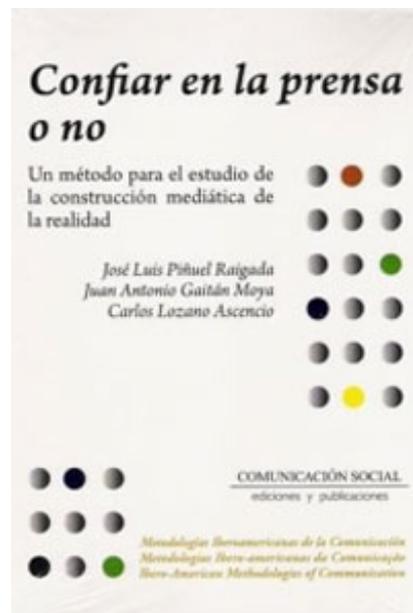
Concha Pérez Curiel
Universidad de Sevilla

CONFIAR EN LA PRENSA O NO. UN MÉTODO PARA EL ESTUDIO DE LA CONSTRUCCIÓN MEDIÁTICA DE LA REALIDAD

Piñuel, José Luis, Gaitán, Juan Antonio y Lozano, Carlos (2013). *Confiar en la prensa o no. Un método para el estudio de la construcción mediática de la realidad*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Salamanca. 206 pp.

El presente método para el estudio de la construcción mediática de la realidad persigue confirmar la pertinencia o no de la práctica del Periodismo, responsable en gran medida de construir la realidad en torno al acontecer público. Se trata de un estudio que se centra en la auto-referencia de los Medios de Comunicación de Masas (MCM) en torno a la verdad y la comunicación.

Se articula en dos bloques. La primera parte, titulada *Periodismo y dominio histórico de existencia*, está fundamentada en una obra anterior, *Ensayo general sobre la Comunicación* (Piñuel y Lozano, 2006). En ella se acota el término acontecer para referirse a aquellos acontecimientos que nos comprometen de alguna manera. Por ello, sólo nos implicaría el acontecer que somos capaces de reconocer. Pero ¿este acontecer reflejado en los Medios, es el socialmente relevante o se está produciendo una construcción mediática de la realidad porque los Medios convierten en acontecer aquello de lo que hablan? Si es aceptado que aquello que publican los Medios de Comunicación de Masas se torna en una realidad percibida y que lo no referido por ellos carece de percepción colectiva, es importante averiguar cómo se gesta la agenda pública a partir de la agenda mediática.



La práctica social del periodismo, hoy *crossmedia*, es la que aporta mayor capital social de conocimientos y competencias en el aprendizaje de la ciudadanía. Los valores atribuidos a la información (v.g. la verdad) se transforman en valores sociales relevantes por su alcance público, lo que pone de manifiesto la responsabilidad de los medios de comunicación en la construcción social de la realidad.

Los autores toman el concepto de *autopoiesis* de Maturana y Varela (*El árbol del conocimiento. Bases biológicas del entendimiento humano*. Madrid: Debate, 1984 y 1996). Con ello se refieren al “proceso recíproco

por el cual las actuaciones de los sujetos sobre los entornos, y los cambios de los entornos sobre los sujetos, producen aquellos «dominios de existencia» que evolucionan recíprocamente” (p. 18). La *autopoiesis* es relacionada con el acontecer a través de una estructura espacial de cambios en entornos superpuestos, retomando una esquematización de Moles (*Théorie des objets*. París: Universitaires, 1972), a la que añaden caparazones temporales, analizando “sus márgenes de previsión y sus hábitos cambiantes ante el acontecer esperado e inesperado, frente a cuyas quiebras cambian también los reajustes culturales del comportamiento cotidiano” (p. 75).

Piñuel, Gaitán y Lozano parten de que las reglas de juego para la acción y el discurso “marcan una estructura al acontecer posible (de ser percibido, representado y pautado) conforme al dominio social, en curso, de existencia histórica” (p.37). Concluyen que las normas de juego para la acción social, y las normas del discurso para la expresión, “señalan una estructura a los acontecimientos, de tal forma que los acontecimientos mismos se vuelven percibidos, están representados y terminan regulados de acuerdo con el dominio de existencia histórica en curso” (p. 143).

En este marco, la práctica social de Periodismo se aborda desde las estructuras de producción y consumo de la información periodística en torno al acontecer público, que la superestructura de los discursos periodísticos planifican ordenando los establecimientos de agenda («*agenda building*» «*agenda setting*» y «*agenda framing*») según la representación escénica de entornos sociales y de prescripciones de comportamientos ejecutables en ellos.

La segunda parte tiene una base empírica en un proyecto de investigación de I+D titulado «El discurso hegemónico a propósito de la verdad y la comunicación: lo que dicen los MCM sobre la Comunicación Social» desarrollado por el Grupo de Investigación MDCS (Mediación Dialéctica de la Comunicación Social). El objeto de estudio se enfoca hacia el discurso que sobre la verdad de la comunicación elaboran los medios aspirando a hacerlo hegemónico y que, como concluyen los autores, las audiencias terminan aceptando sin someter a crítica su credibilidad. Su intención es conocer la viabilidad de los cambios a ser planeados tanto para la formación de los periodistas, como para marcar estándares de calidad del servicio público del periodismo (p. 96).

Las hipótesis formuladas son: 1) El interés del acontecer en curso que relatan los MCM se centra en la actividad que los propios medios desarrollan compitiendo entre sí por legitimarse como institución social que establece la agenda pública; 2) Los objetos, acontecimientos y valores mediáticos («segunda realidad» superpuesta al acontecer que se relata) se convierten en referentes sociales que adquieren una existencia autónoma (independiente de la naturaleza de los hechos de los que se habla) y frente a los cuales los actores sociales terminan viéndose comprometidos; 3) El discurso que los MCM convierten en hegemónico transforma las condiciones de verdad y de realidad del acontecer frente al que los agentes sociales se encuentran vinculados.

Conforme al esquema de la Mediación Dialéctica de la Comunicación Social, la metodología se articula recurriendo a un Análisis de Contenido aplicado a una muestra de aquel universo de piezas informativas en prensa (4176) cuyo tema de agenda es un discurso mediático sometido a examen de validez, cuyos resultados se contrastan con el discurso producido por jefes de prensa y directores de comunicación de diferentes tipos de organizaciones: empresas, administración, partidos políticos, sindicatos, asociaciones, etc., a través de la técnica Delphi. Ambas técnicas se exponen, de manera pormenorizada, en Anexos al final del libro. Se trata de una aportación destacable a tenor de la reconocida experiencia de los autores en este campo. No en vano, en esta obra se unen tres dilatadas trayectorias en las que se destilan la aportación en torno a la Epistemología de la comunicación (José Luís Piñuel), la Metodología y las Técnicas de investigación (Juan Antonio Gaitán) y la Divulgación científica y la comunicación de riesgos (Carlos Lozano).

De los resultados del análisis se extraen los ejes sobre los cuales se hace hegemónico el discurso de los MCM respecto a su propia actividad y en relación a las condiciones de la «comunicación verdadera»:

a) El interés de los acontecimientos en curso que informan los MCM sobre la actividad que los propios MCM desarrollan, más bien está representado como un hecho que debe tenerse en cuenta, como una actividad terminada, concediendo entonces a sus temas y referencias la condición de ser un acontecimiento sobre

cualquier otra premisa, así como recurriendo a una condición epistémica que destaca el conocimiento que se tiene respecto a los temas o referencias de los cuales se habla.

b) Los objetos, los acontecimientos y los valores de información («segunda realidad» superpuesta ante el curso de los hechos dichos) transformados en referencias sociales, adquieren una existencia autónoma independiente de la naturaleza de los hechos de los que se habla y cara a los cuales los protagonistas sociales pasan a enfrentarse entre sí por entrar en competencia, prevaleciendo “lo que se dice” sobre “lo que sucede” y “lo que se hace”;

c) Predomina el discurso desprovisto de epistemes, seguido del discurso criticando la corrección de algunas prácticas periodísticas, como el éxito o el error. Por el contrario, el discurso centrado en la Verdad o la falsedad es mucho menos frecuente, se comparte su aparición con los discursos centrados en la Realidad o la ficción y —esto es lo más sorprendente— con los discursos centrados en la Habilidad o la torpeza de los informadores; y

d) Los resultados de la técnica Delphi confirman que las relaciones entre las organizaciones y los MCM se centran casi siempre en los compromisos personales mantenidos entre los profesionales que, por una parte, contribuyen a poner en escena los acontecimientos de los que se habla, y aquellos otros profesionales que, por otra, distribuyen las imágenes al público, y que esto es un objetivo garantizado por unos «conocimientos técnicos» y no por una exigencia social «de decir la verdad»....

Hay una llamada de atención para los teóricos y los investigadores de la comunicación que consideramos pertinente: se trata de “completar el estudio de los referentes mediáticos (tematización y jerarquía) como valores sociales, con el estudio de los objetos, acontecimientos y valores comunicacionales (discursos éticos y morales)” (pp. 100 y 101). De hecho, constatan que la forma de tratar la verdad y el conocimiento en la comunicación mediática auto-referente puede explicarse a través de la denominada “epistemología de la virtud” (*virtud epistemology*), concepto que E. Sosa (1995, «Perspectives in Virtud Epistemology». *Philosophical Studies*, 78, 221-235) ha desarrollado de forma amplia y que aquí se reelabora por su evidente adecuación para el análisis de la normatividad epistémica del discurso auto-referente en la práctica comunicacional. De modo que preguntarse hasta qué punto esta «epistemología de la virtud» resulta finalmente garantía de verdad en las producciones comunicacionales, resulta inútil: no forma parte de la cuestión, pero sí, en cambio, resulta de importancia suma por constituirse en el punto inicial o de partida de cualquier práctica comunicacional de índole profesional.

Como Piñuel, Gaitán y Lozano expresan al comienzo de su exposición, “confiar en la prensa no es asunto baladí”. Y al finalizar su lectura, la obra se convierte en una aportación en el ámbito de la investigación en comunicación que, por su interesante marco teórico en el planteamiento, y por su metodología de análisis, contribuye decisivamente al examen histórico de la construcción mediática de la realidad cuyo conocimiento imponen los discursos hegemónicos en los MCM, y cuyo criterio gnoseológico deriva de una curiosa “epistemología de la virtud”, ciega ante la responsabilidad social del Periodismo.

Los autores han seguido posteriormente estudiando los discursos hegemónicos de la Prensa en el ámbito del cambio climático. Y sobre este gran reto del siglo XX cabe plantearse, a colación de la presente obra, desde una perspectiva aplicada, el siguiente cuestionamiento: ¿cómo aborda/rá la práctica del periodismo la quiebra del acontecer supuesta la incorporación de una *transición* (Meadows et al, 1992, *Más allá de los límites del crecimiento*. Barcelona: Círculo de Lectores), o una *metamorfosis* (Morin, 2011, *La Vía para el futuro de la humanidad*. Barcelona: Paidós), o un *giro copernicano* (V Informe del IPCC-Panel Intergubernamental de Cambio Climático) para atender el reto del cambio climático? Posiblemente la responsabilidad social de la práctica del periodismo adquiere una dimensión hasta ahora inédita, dada su función de cooperar tan decisivamente a la construcción y reproducción de nuestro dominio social de existencia en este momento histórico. [[subir](#)]

Rogelio Fernández Reyes
Universidad de Sevilla