



**TRABAJO FIN DE GRADO**

GRADO EN PERIODISMO

PROMOCIÓN 2014/2018

**PERIODISMO SOCIAL: DEL “CAJÓN DE SASTRE” DE LOS  
MEDIOS TRADICIONALES A LAS ALTERNATIVAS DE LOS  
MEDIOS DIGITALES**

**CASOS ABC Y EL ESPAÑOL**

Autor: Rafael Toro Ruiz

Tutora: Rosalba Mancinas Chavez

Facultad de Comunicación

Universidad de Sevilla

2018

# ÍNDICE

---

1. INTRODUCCIÓN .....	3
2. REVISIÓN TEÓRICA .....	5
2.1. Periodismo Social como rama del Periodismo Especializado .....	5
2.2. El protagonismo de la sociedad civil.....	7
2.3. Lucha por “desbancar” informativamente al sector político y económico.....	11
2.4. Vocación de servicio y no de beneficio .....	13
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	17
3.1. Hipótesis.....	17
3.2. Objetivos .....	18
3.3. Justificación y delimitación del tema.....	19
3.4. Metodología.....	21
3.4.1. Metodología de análisis en medios escritos ( <i>ABC</i> ) .....	21
3.4.2. Metodología de análisis en medios digitales ( <i>El Español</i> ).....	26
4. RESULTADOS .....	28
4.1. Prensa impresa, un “cajón de sastre” para el Periodismo Social.....	28
4.1.1. Resultados en <i>ABC</i> .....	29
4.2. Prensa nativa digital, la alternativa que da voz a la sociedad civil.....	36
4.2.1. Resultados en <i>El Español</i> .....	38
4.3. Enfoque: lo negativo, lo positivo y lo necesario.....	46
4.4. Información, opinión y mercancía .....	49
4.5. La fotografía, clave en Periodismo Social.....	51
4.6. Viabilidad de la Sección Sociedad .....	56
5. DISCUSIÓN.....	58
6. CONCLUSIONES.....	61
7. REFERENCIAS .....	62
8. ANEXOS .....	66
8.1. Informaciones analizadas en <i>ABC</i> .....	66
8.2. Informaciones analizadas en <i>El Español</i> .....	70

---

# ÍNDICE DE GRÁFICOS

---

Gráfico 1. Temas en ABC (30)

Gráfico 2. Temas sociales en ABC (31)

Gráfico 3. Autores en ABC (33)

Gráfico 4. Géneros periodísticos en ABC (34)

Gráfico 5. Titulares en ABC (34)

Gráfico 6. Fuentes de información en ABC (35)

Gráfico 7. Temas en El Español (39)

Gráfico 8. Géneros en El Español (43)

Gráfico 9. Autores en El Español (44)

Gráfico 10. Titulares en El Español (45)

Gráfico 11. Nº de fotografías en piezas de ABC (52)

Gráfico 12. Fuente de las fotografías de ABC (53)

Gráfico 13. Nº de fotografías en El Español (54)

Gráfico 14. Fuente de las fotografías en El Español (54)

## 1. INTRODUCCIÓN

**L**as sociedades democráticas claman por un buen Periodismo Social y, mientras tanto, la crisis que vive la propia profesión periodística ha acabado tapando los verdaderos objetivos de una parcela que ha encontrado un hueco relevante lejos de la tradición y el papel.

Las prisas, la inmediatez y el escaso contraste que caracterizan hoy al que denominamos como “Periodismo de Sección” han convertido a la sección Sociedad de los diarios tradicionales en verdaderos “cajones de sastre”, donde todo vale y donde apenas están delimitados los objetivos y las líneas temáticas que pueden introducirse en estos espacios que, normalmente, deberían estar reservados para la sociedad civil pero donde, por el contrario, encontramos una agenda temática demasiado variada y centrada en líneas que apenas tienen que ver con el objetivo del Periodismo Social.

Es por ello que la red se ha convertido en una buena alternativa, la cual ofrece, de la mano de los florecientes medios nativos digitales, una nueva visión mucho más abarcativa de la sociedad en su conjunto, de colectivos que apenas tienen voz en el mundo mediático y que, por ello, toman el protagonismo en este tipo de medios que, a pesar de que no cuentan con secciones sociales propiamente dichas, si apuestan por introducir, con cierta asiduidad, piezas periodísticas que dan el total protagonismo a la sociedad civil y que no impregnan sus informaciones de cuestiones políticas o económicas, líneas que copan actualmente el panorama mediático en sus formatos más tradicionales.

Así, mayores, menores, personas con discapacidad, mujeres, colectivo LGTB, personas sin hogar, pobreza y muchos más grupos, que apenas cuentan con voz en los medios tradicionales, por suerte, han encontrado espacios relevantes en la red, que ha dejado de lado el beneficio para dar un servicio a la ciudadanía y mostrarles, así, la otra cara de la sociedad. La parte olvidada que adquiere protagonismo sin mezclarse con las líneas temáticas que marca el actual sistema de valores implantado en la sociedad.

Así, el Periodismo Social, tan necesario en las sociedades democráticas, ha encontrado una buena vía tras muchos años de indefinición de sus objetivos. La tradición del papel ha dado paso a la alternativa en la red y el protagonismo total para la sociedad civil.

Por ello, en este TFG analizaremos las diferencias más destacadas entre el tratamiento de la información etiquetada como social en diarios de información tradicionales, centrándonos en el caso *ABC*, y el tratamiento de la misma en diarios de información nativos digitales, utilizando para ello *El Español*.

Haremos un análisis exploratorio, utilizando diferentes espacios temporales, de todas aquellas piezas informativas publicadas en la sección Sociedad de *ABC*, así como de las piezas informativas centradas en cuestiones sociales publicadas en la sección Reportajes de *El Español*, con el principal fin de observar y analizar si ambos medios cumplen con los verdaderos objetivos del Periodismo Social y, por ende, valorar la viabilidad de la sección Sociedad en los tiempos de la era de la comunicación y la información digital, donde el beneficio prima al servicio y donde los intereses comerciales, en muchas ocasiones, están por encima de los intereses de la propia ciudadanía.

## 2. REVISIÓN TEÓRICA

### 2.1. Periodismo Social como rama del Periodismo Especializado

La era de la globalización o mundialización ha motivado que las noticias se hayan convertido en un producto de acceso libre para gran parte de la población. El contexto de mercantilización de la información posibilitó el resurgimiento del Periodismo Social, cuyo nacimiento tiene lugar en los Estados Unidos en la década de los 80 y 90 (Llobet, 2009).

Puede decirse que, al hablar de Periodismo Social, estamos tratando con una de las ramas que conforman el Periodismo Especializado, una especialización periodística que tiene como objetivo fundamental centrarse en la sociedad civil y en las organizaciones sociales, alejándose de poderes centrales, fundamentalmente el político y el económico.

El objetivo es enseñar a narrar los hechos de relevancia social de un modo atento a la diversidad, a través de la indagación, la búsqueda de nuevos temas, la elección de titulares, las historias de vida, los reportajes hipertextuales, las fuentes no convencionales e incluso a través de análisis intertextuales y comparativos que contribuyen a fortalecer la comunicación periodística desde un punto de vista intercultural, y a dotarla de herramientas de contexto, pluralidad, contraste y participación (Llobet, 2014: p. 35).

Hacer buen Periodismo Social se ha convertido en un auténtico laberinto lleno de obstáculos, principalmente para aquellos periodistas que quieren embarcarse en él y trabajar codo con codo con la información que tenga a la sociedad civil como principal protagonista.

El panorama mediático hoy privilegia lo interesante sobre lo importante en la jerarquización de las noticias; las tendencias respecto al pluralismo no están tan amplificadas, sino que la anécdota, la trivialidad o la mercantilización condicionan la selección temática y los contenidos. Las rutinas prevalentes siguen siendo la visualización de escenas dramáticas, las noticias programadas, la transnacionalización de la información y la patentización de las privacidades en un contexto de soportes digitales y móviles (Garzón, 2014: p. 36).

Si bien es cierto que esta rama del Periodismo Especializado requiere de la actividad e implicación personal del propio periodista, así como su propia voluntad, el poder ejercido actualmente por los medios de comunicación, así como por los sectores de poder, principalmente el político y el económico, son motivos suficientes por los que el periodista se ve, en la mayor parte de las ocasiones, atado de pies y manos para ejercer esta modalidad de periodismo tan necesaria en el Siglo XXI, lo que acaba derivando en un uso del Periodismo Social convertido, a menudo, en una especie de cajón de sastre, pues no se sabe muy bien a que se refieren los medios cuando muestran secciones especializadas en sociedad o temas sociales (Gallego, 2003).

El Periodismo Social es una tipología periodística explotada con muchos interrogantes, principalmente por la escasa aportación de los grandes conglomerados mediáticos, que apenas apuestan por un periodismo medido, por situaciones que permitan a los periodistas trabajar, durante meses, solo con un tema encima de la mesa, centrando esfuerzos para elaborar piezas plurales, llena de fuentes veraces y que tengan como objetivo una única línea temática para no caer en el tan pesado periodismo generalista o de declaraciones, protagonista en las páginas de la prensa escrita y de las ediciones web de los medios de comunicación.

El conocimiento experto de los especialistas, poco a poco, se ha ido separando de la sociedad en su conjunto, así como de las élites culturales y políticas, quedando estas y aquella exclusivamente a merced de la corriente de pensamiento y de interpretación que ofrecen hoy los medios de comunicación (Fernández del Moral, 2004: p. 17).

Habitualmente, se tiende a identificar la práctica de un periodismo de calidad con el Periodismo Especializado. Como señala M<sup>a</sup> Rosa Berganza Conde (2005: p. 54), la especialización periodística se refiere a la profundización en una parcela del saber, es decir, a una especialización temática. Es el objeto o tema de los mensajes lo que permite su clasificación y la división entre las distintas especializaciones dentro del periodismo. Además, la información periodística especializada se caracteriza por un tratamiento determinado de esos textos sobre contenidos específicos que abarca todo el proceso comunicativo. Por tanto, los textos son el criterio último de especialización.

Por consiguiente, el Periodismo Especializado tiene a los expertos en una determinada materia como principales protagonistas. Son estos expertos, y profesionales de la comunicación, los que se centran en un área del saber determinado de la mano de una metodología de trabajo novedosa, que busca pluralidad, objetividad y veracidad, y que se basa en obviar a la mayor parte de fuentes oficiales de información para ofrecer análisis, explicaciones e interpretaciones fidedignas de la mano de un lenguaje adaptado al público al que se dirige (Berganza Conde, 2005).

Cuando se habla de Periodismo Especializado, según Fernández del Moral (2004), no se debe acotar tanto esta parcela, pues va más allá de una técnica específica de codificación de mensajes o de una mera recopilación de contenidos especializados por materias. Se debe ver esta forma de hacer periodismo como un paso más de las ciencias de la información, una forma de poner los cimientos para luchar contra la especialización del conocimiento.

El Periodismo Especializado es una rama periodística que nace justamente para hacer frente a la especialización en el conocimiento, que intenta hacer posible al periodismo su penetración en el mundo de la especialización, no para convertir a los profesionales en falsos especialistas, no para obligar al periodismo a parcelarse, a subdividirse, sino todo lo contrario: para hacer de cada especialidad algo comunicable, objeto de información periodística, susceptible de codificación para mensajes universales. Este propósito viene a justificar un eje central de comunicación para todas las áreas de especialización objeto de estudio periodístico, un corpus único aplicable después a cada materia en concreto, las actuales o las futuras (Fernández del Moral, 2004: p. 24).

## **2.2. El protagonismo de la sociedad civil**

Voz autorizada para definir Periodismo Social es la de la periodista argentina Alicia Cytrynblum (2004: p. 73). Ella considera que es un periodismo que asume su papel como protagonista de los procesos sociales y que reflexiona sobre su responsabilidad en los mismos, con el principal objetivo de que la comunicación sirva para generar un mejor diálogo entre los distintos actores en la sociedad, jerarquizando

para ello el eje social en los medios de comunicación y explorando su articulación en la agenda diaria con los temas económicos y políticos.

Por tanto, se trata de una rama del periodismo que requiere una gran responsabilidad del profesional de la comunicación a la hora de dar voz a la sociedad civil, fuente clave en esta rama periodística.

La propia Cytrynblum (2004: p. 73) enumera los instrumentos básicos para hacer buen periodismo social. Entre ellos, considera clave:

- Colocar al eje social en igualdad de importancia con el tándem político - económico.
- Brindar una visión más abarcativa de la sociedad con la incorporación de nuevas fuentes.
- Investigar la búsqueda de soluciones.
- Generar perspectiva de derechos, pues el periodismo social busca devolver una visión más amplia que ayude a la construcción de una sociedad más inclusiva.

Por otra parte, Juana Gallego (2009) afirma que el periodismo social es el periodismo que aborda, trata y disecciona los retos más importantes que una sociedad cualquiera tiene planteados en un momento concreto. Con ello, esta periodista tiene el firme objetivo de conseguir que estos temas, protagonizados en su mayoría por la sociedad de a pie, adquieran mayor protagonismo en la agenda pública para que, con ello, la sociedad civil pueda debatir, compartir y conocer los hechos más relevantes que ocurren diariamente.

El objetivo no es otro que crear un producto informativo destinado a que todos los estratos sociales, así como asociaciones civiles, tengan un nivel de participación alto y similar, independientemente de su condición política, social o económica, utilizando para ello estrategias abiertas y plurales (Pérez Curiel, 2003).

Introducir a la sociedad civil y a las organizaciones sociales en los medios de comunicación se ha convertido en un objetivo fundamental para los periodistas comprometidos con la información de verdad. Aquellos que quieren dar voz a las mayorías, convertidas actualmente en minorías.

Un primer paso hacia la construcción de una realidad más inclusiva y eficiente es la incorporación de las organizaciones sociales en los medios de comunicación – lugar por excelencia donde se produce el dialogo social – para que ayuden a encontrar respuesta los desafíos que hoy enfrentamos (Cytrynblum, 2004: p. 74).

Lo que Cytrynblum entiende por Tercer Sector u organizaciones de la Sociedad Civil es que se trata de organizaciones que no tienen fines lucrativos, son voluntarias y tratan temas de interés público: por eso se las conoce como organizaciones de bien público. Un elemento del que carecen los medios de comunicación, atados por los sectores políticos y económicos.

Es por ello que, cuando se habla de entidades civiles, no solo se refiere a las Organizaciones No Gubernamentales (ONG), sino también de todas las asociaciones civiles, mutuas, cooperativas, asambleas vecinales, centros comunitarios y todo tipo de organizaciones que tengan carácter voluntario. Con su inclusión en la agenda y en los contenidos de los medios de comunicación se trata de dibujar un nuevo panorama en el que la sociedad estaría conformada por tres grandes segmentos (Álvarez, 2013):

- El Estado, que sería el Primer Sector.
- El Mercado, que actuaría como Segundo Sector.
- Las Organizaciones Sociales, que se alzarían como un nuevo elemento y conformarían el Tercer Sector.

Hoy más que nunca es evidente que el mundo está continuamente en movimiento, protagonizado por cambios que generan un sinnúmero de informaciones que no siempre son accesibles, por falta de conocimiento, para la población y que, por consiguiente, no son tratadas de manera pormenorizada por los medios de comunicación. Por ello, la incorporación del actor social en la mayor parte de las informaciones que protagonizan el mundo diariamente se ha convertido en uno de los objetivos de aquellos periodistas que se proponen ejercer su profesión con responsabilidad (Cytrynblum, 2004).

Está claro que el actor social debe ser un protagonista continuo en las informaciones lanzadas a diario por los medios de comunicación, por lo que es tarea del periodista tener este objetivo presente continuamente.

El Periodismo Social se ha convertido en la rama de la profesión que defiende de forma más férrea una sociedad democrática. Es el periodismo que piden todos los estratos sociales con menos posibilidades, los que dependen de los medios de comunicación para acceder diariamente a la actualidad que le rodea. Es aquella parcela que se centran en los acontecimientos en los que se ven involucrados un gran número de personas y no solo unos pocos (como puede ocurrir en el periodismo político o económico) y, por tanto, se preocupa en buscar a aquellas personas de a pie que se ven afectadas. Por ello, el periodista centrado en cuestiones sociales tiene la calle como su principal herramienta de trabajo y apuesta encarecidamente por abandonar la redacción (Turati, 2007).

Por ello, la sociedad civil se convierte en un referente clave en la conformación de todas las informaciones, algo que actualmente se ve poco en España, aunque hay referentes como la Agencia de Comunicación Servimedia que apuestan continuamente por ello. Así lo considera Belda García (2007: p. 41), redactor jefe de esta agencia, en su libro de estilo.

Los periodistas inmersos en la rama de Periodismo Social tienen una sensibilidad a la hora de enfrentarse cada día a la elaboración de noticias, y tienen como máxima la defensa de valores sociales en todas las áreas de la vida. Este periodismo, además, engloba y da cabida, como temática por excelencia, todas aquellas cuestiones que habitualmente se han englobado en las secciones de sociedad, pero que ahora amplía sus conceptos a cuestiones económicas, políticas y otras voces. A esto se suma la necesidad de actuar como altavoz de aquellos sectores de la sociedad, en general, y de la ciudadanía, en particular, que buscan en el periodismo un aliado en la expresión de cuestiones que, en menos ocasiones de las deseadas, son tenidas en cuenta, como discapacidad, mujer, inmigración, menores, mayores, solidaridad y ecología, entre otras, y que solo encuentran cabida en momentos muy puntuales, casi siempre cuando las noticias son negativas, escandalosas, luctuosas o incluso con toques de sensiblería.

Es en esta misma situación donde se enmarcan otros autores tales como De la Cruz Álvarez, quien incluye dentro del Periodismo Social campos que, históricamente, han sido menos tenidos en cuenta por parte de la profesión periodística. Los más destacados son: niñez y adolescencia; pobreza y desigualdad; discapacidad e inclusión; respuesta

social empresarial; género y sexismo; participación ciudadana; derechos humanos; economía social; desarrollo sostenible; pueblos originarios y salud.

Con ello, el objetivo fundamental del Periodismo Social se ha convertido en, valga la redundancia, convertir a la población de a pie o a la ciudadanía organizada en un nuevo sector a tener en cuenta por los grandes, medianos y pequeños conglomerados mediáticos, situado al nivel del sector político y económico.

### **2.3. Lucha por “desbancar” informativamente al sector político y económico**

Esta cuestión es contra la que más lucha el Periodismo Social en la actualidad. Poner a la sociedad en la misma posición que el eje político y económico se ha convertido en un auténtico reto para todos los periodistas que apuestan por este tipo de informaciones. Bien es cierto que, actualmente, más del 70% de las noticias que aparecen diariamente en los medios de comunicación diseccionan hasta el más mínimo detalle de la parcela política y económica, algo que cierra cada vez más la mirada de una sociedad que, como consecuencia, se preocupa menos de sí misma y más de cuestiones que copan el panorama de medios.

El periodismo de los medios tradicionales se siente más cómodo con los actores del poder y, por consiguiente, es menos sensible a las informaciones que se producen en el sector social. En los últimos años se ha visto que esa actitud se modifica sólo cuando la sociedad ya dio muestras muy claras de cambio. De ese modo el periodismo, contaminado por la lógica de los actores políticos y económicos, queda rezagado del sentir social y va asimilando en cuenta gotas las acciones de la comunidad organizada, a pesar que estas acciones impactan en la realidad nacional (Cytrynblum, 2004: p. 75).

Los medios tradicionales siguen apostando con fuerza por las fuentes que proceden de actores de la política y de la economía, dejando al actor social en un segundo o, incluso, tercer plano. Mientras eso ocurre, los periodistas enmarcados en esta parcela social de la profesión buscan que la presencia de las organizaciones sociales sea una herramienta cotidiana en todas las secciones. Calidad institucional, seguridad, control de la gestión

pública, educación, derechos, salud y cultura son algunos de los temas en los que trabajan las Organizaciones de la Sociedad Civil (Cytrynblum, 2004).

Teniendo en cuenta esto, la agenda mediática se ha ido conformando de la mano de los actores que tienen más poder en el mundo, es decir, actores de la política y de la economía, y apenas se ha tenido en cuenta que estas dos parcelas necesitan de la influencia del actor social, pues ambas deben desarrollarse atendiendo a las necesidades de todos los estratos sociales y no al margen una de las otras, como habitualmente ocurre en todas las secciones periodísticas (Álvarez, 2013).

Es necesario establecer un compromiso profesional para dar una visión de los acontecimientos que no parta de las directrices marcadas por los poderes político y económico. Este concepto horizontal de la información choca frontalmente con la perspectiva empresarial que entenderá la realidad como una materia prima para elaborar productos diseñados por exigencias del mercado, favoreciendo noticias consumibles y un modelo vertical en el que el poder político se dirige a la ciudadanía de manera unilateral e inapelable. De este modo se pervierte esencialmente el modelo de información como un intercambio cívico, en el que la sociedad puede expresarse, para actuar ésta como un simple eco de las resonancias de los intereses concertados por el poder político y económico (Suárez, 2006, citado en Álvarez, 2013: p. 26 - 27).

Una vez que la voz de la sociedad de a pie consigue equipararse a la de los grandes sectores de poder del mundo, el objetivo periodístico queda bastante definido, pues se dirige hacia el tratamiento de los temas sociales desde la normalidad, explicando todo de manera clara, concisa y respetando por igual a todos los sectores involucrados, abriendo nuevos debates que den protagonismo a cuestiones como: infancia, cuestiones de género, drogadicción, inmigración, discapacidad, derechos laborales, de consumo, de relaciones con las administraciones o derechos sociales en general (Belda García, 2007).

No somos voceros de los políticos o empresarios, ellos ya tienen sus propias empresas de relaciones públicas y jefes de prensa, y gastan mucho en publicidad con tal de asegurarse un espacio en nuestros medios. Usaremos sus declaraciones como referencia de la situación diagnóstica del país, dándole el mismo peso que tienen otros actores sociales (Turati, 2007).

Por tanto, es evidente que la labor que cumple, o al menos intenta cumplir, el Periodismo Social, se ha convertido en una necesidad real para conformar una sociedad mucho más democrática, objetiva y real, pues esta rama del Periodismo Especializado se postula como una corriente que busca generar un diálogo permanente entre los distintos actores sociales (Álvarez, 2013).

#### **2.4. Vocación de servicio y no de beneficio**

Es evidente que la sociedad civil es uno de los grupos que más activamente participan, y han participado, en la mayoría de los temas que son de interés general en nuestra sociedad, por lo que dar voz a estos, en igualdad de condiciones, en los medios de comunicación es el objetivo número uno del Periodismo Social, que empieza por mejorar el diálogo entre todos.

Y para ello, se marca un objetivo: “El medio no quiere ser dueño de la información, sino que su principal fortaleza está en el servicio” (Cytrynblum, 2004: p. 104). Pese a ello, hoy el tan deseado cuarto poder ha quedado en mero papel mojado, pues el beneficio sigue primando al servicio y la investigación y la objetividad brillan por su ausencia en los grandes medios de comunicación: la conveniencia ha tomado el protagonismo (Rosalba Mancinas, 2016).

Hacer buen Periodismo Social implica una actualización de la prensa en sus objetivos, y es este quizás el que más cuesta a los grandes conglomerados mediáticos, pues hoy estos se mueven más por la conciencia del beneficio que por la del servicio público, lo que lleva a que, en consecuencia, el Periodismo Social se convierta, en la mayoría de ocasiones, en una sección que no se sabe muy bien en lo que se centra, pues la realidad es que son muchos los medios de comunicación que utilizan esta parcela para tratar temas morbosos, sensacionalistas y alejados realmente del verdadero objetivo del Periodismo Social. Ello porque son incapaces de apostar por el servicio antes que por el beneficio.

El Periodismo Social se propone ensanchar días tras día el espacio de libertad que todos los profesionales tienen en alguna medida independientemente de la empresa en donde trabaje. Se trata de ampliar este lugar de decisión individual

que puede comenzar hoy mismo simplemente con el cuidado del lenguaje y con la mira puesta en ir sumando las pautas de periodismo social propuestas en este capítulo. De menor a mayor: todos los periodistas podemos elegir las palabras que usamos, (...) la utilización de un idioma más inclusivo es una decisión personal raramente censurada por un editor. Un segundo escalón podría ser el sumar una nueva fuente: es poco probable que en las redacciones se castigue el trabajo extra (Cytrynblum, 2004: p. 83).

Irremediablemente, la actualidad manda y esta dice que el periodista se ve atado de pies y manos a la hora de buscar nuevos temas. Hacer un buen uso del Periodismo Social es sinónimo de buscar una nueva mirada demasiado alejada de lo que piden los grandes conglomerados mediáticos, algo que dificulta mucho la labor al periodista, poco acostumbrado a estas nuevas lógicas laborales. Es por ello que el periodista que se embarque en esta rama profesional debe ser consciente que deberá hacer un trabajo extra (Cytrynblum, 2004).

A esta voluntad de servicio del medio de comunicación debe sumarse la voluntad propia del periodista, cuya actitud debe tender a abordar, con respeto y calidad, los temas que más preocupan a la sociedad, observando los hechos desde un ángulo diferente al tradicional, ofreciendo nuevas miradas y teniendo unos objetivos completamente diferentes a lo que se hace actualmente a la hora de informar, todo ello para fortalecer a la ciudadanía, para que así las personas se sepan con derechos y sean capaces de ejercerlos y de modificar sus circunstancias (Turati, 2007).

Pese a que el Periodismo Social, en muchas ocasiones, trata temas que alcanzan las ramas más sensibles de la población, trata de huir del sensacionalismo que, actualmente, caracteriza a este tipo de informaciones en los medios de comunicación. El Periodismo Social no pretende conmover, sino ampliar la mirada de la sociedad y tratando cuestiones a menudo obviadas por los medios desde el respeto y el cuidado de la información. Para ello, habla de la gente común, de a pie, y de cómo este sector se organiza para promover cambios socialmente (Turati, 2007).

Se trata, además, de una modalidad del periodismo que lucha por acabar con los prejuicios e intentar que haya un entendimiento mucho más óptimo entre actores con

objetivos dispares o antagónicos, para lo que se necesitan nuevos recursos, entre los que destacan el uso de nuevas fuentes de información y la mejora en el lenguaje.

En la recuperación del rol social del periodismo hay que considerar que las fuentes de consulta no deben quedar circunscriptas, como en la actualidad, solo a las voces oficiales, sean estas del gobierno de turno, de los encargados de mantener el orden público o grupos disidentes que operan como grupos de poder o de presión. La ciudadanía debe estar presente con el permanente aporte de información de interés público no solo con testimonios directos sino también con lo que algunos periodistas denominan “el traslado de la redacción” para que la gente comparta la producción de la información. De algún modo, pero en el marco de los grandes medios, las nuevas tecnologías han posibilitado la participación de los ciudadanos aportando material en situaciones críticas (Llobet, 2009: p. 66).

Así, los medios de comunicación son el escenario principal donde se legitima el sentir social y cumplen la doble función de informar y mediar entre los actores sobre los que informa. Es decir, el medio es el lugar por excelencia en donde el lenguaje impacta en lo social. El tratamiento que allí se dé a un grupo será determinante de la forma en la representación social que ese grupo adquiere en el imaginario social. (...) Comenzar a utilizar un lenguaje inclusivo que respete a las diferentes expresiones sociales no es un producto instantáneo que se puede comprar en un supermercado, ni está asegurado por la asistencia a un curso. Se trata de un proceso profundo y dinámico que tiene lugar en la conciencia de los periodistas (Cytrynblum, 2004: p. 106).

El Periodismo Social asume una activa responsabilidad en el uso del lenguaje, reconociendo que el periodismo es creador de cultura y como tal puede colaborar o disminuir el establecimiento de prejuicios, por esa razón se esfuerza por evitar la estigmatización y es muy cuidadoso en el uso de adjetivos; difunde derechos, entiende que el periodismo tiene un papel formativo y de mejora del respeto social, como método siempre incluye la perspectiva de las minorías y se ocupa de transferir a la sociedad los derechos de estos grupos; respeta a las minorías; respeta a la persona, pues el periodismo social se centra en el ser humano y en todos los casos abarca en toda su dimensión el valor de la persona (Ejemplo: recomienda no hablar de drogadictos, sino de personas con un problema de adicción) (Cytrynblum, 2004: p. 105).

Es por ello que los periodistas sociales se caracterizan, entre otras muchas cosas, por su enorme compromiso a la hora de incrementar los valores democráticos de una sociedad que demanda continuamente esta manera de informar en cuanto a las informaciones sociales.

Según De la Cruz Álvarez (2010), el Periodismo Social nace para corregir la exclusión de los medios que ha sufrido tradicionalmente el actor social en cuanto a las decisiones que tienen un gran calado para el conjunto de la ciudadanía. Por ello, introduce cinco aspectos fundamentales con el fin de no quedarse en la mera denuncia sin consecuencias:

1. Diagnosticar lo más exactamente posible el problema que se va a tratar e investigar.
2. Escuchar diferentes voces de las personas afectadas a través de un riguroso trabajo de campo para recolectar el mayor número de datos posible para así completar con rigor las piezas periodísticas.
3. Analizar e informar sobre la intervención del Estado en todos los casos; es decir, cuando actúa acertadamente y cuando no.
4. Supervisar las responsabilidades de cada segmento de la sociedad y cuestionar las omisiones.
5. Hacer un seguimiento del caso para evitar que se olvide rápidamente

La sociedad civil tiene derecho a ocupar un espacio propio en los medios de comunicación, así como a erigirse en protagonista de la información que permita dar a conocer las voces disidentes, los movimientos alternativos y las posiciones que tengan argumentos que aportar al debate de los grandes temas que afectan a todos. La labor de los medios debe potenciar y hacer públicos los proyectos que sirvan para facilitar la convivencia comunitaria (Álvarez, 2013).

### 3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 3.1. Hipótesis

Este Trabajo de Fin de Grado está destinado a demostrar que, verdaderamente, la sección Sociedad es un “cajón de sastre” en muchos medios de comunicación, aunque existen opciones que comienzan a tomar protagonismo y que si apuestan por un Periodismo Social de calidad, alejado del papel y más centrados en la nueva era de la comunicación a través de la red.

Hemos detectado demasiadas carencias en cuanto al tratamiento y la delimitación de lo que verdaderamente es el Periodismo Social en la mayor parte de los medios de comunicación españoles, todo ello derivado de la falta de apoyos de los grandes conglomerados mediáticos, que siguen sin apostar por un periodismo de calidad que tenga como protagonista a la sociedad civil y, por consiguiente, deciden guiarse solo por el periodismo de declaraciones, por la trivialidad y, sobre todo, por temas políticos y económicos, de lo que viven en su mayoría los grandes medios de comunicación.

Por ello, pretendemos demostrar que el Periodismo Social no goza actualmente del protagonismo que debería tener como tal, sino que, a menudo, se usa como una especie de “cajón de sastre”, donde se introducen todos aquellos temas que no encajan en las secciones habituales, por lo que se ve como una válvula de escape para los grandes medios de comunicación más que como una sección asentada que da voz a la sociedad civil. Esta acaba convirtiéndose en un producto de comunicación más que intenta satisfacer la demanda de un sector de los lectores y la audiencia que busca el entretenimiento banal y de escasa calidad, mientras que deja a otros con la sensación de que no ofrecen lo que ellos buscan.

Por tanto, queremos dejar claro que, actualmente, existe un concepto equivocado de la sección sociedad, un concepto en el que prima el morbo de la mano de sucesos, cuestiones políticas y económicas o de temas centrados en grandes personajes del mundo del corazón, sin apenas espacio para la sociedad civil. Determinados diarios tradicionales, como por ejemplo *ABC*, uno sobre los cuales centraremos nuestra investigación, utilizan la etiqueta Sociedad para denominar a una sección en la que, normalmente, cabe todo.

Pretendemos también demostrar que, actualmente, existen medios que sí apuestan por este tipo de periodismo, como es el caso de *El Español*, medio en el que la sociedad civil es la única protagonista en todas las piezas con la etiqueta Sociedad y el cual se acerca mucho más a lo que exigen los manuales que hablan de Periodismo Social aunque, para ello, se necesita el apoyo y la compañía de los medios de comunicación, pues parece que no es fácil que, actualmente, estos apuesten por que sus redactores se lleven varios meses trabajando con una única línea temática, pues en la mayoría de medios prima el tiempo, la rapidez, la inmediatez y la actualidad antes que la mesura en el tratamiento de las informaciones.

### 3.2. Objetivos

**Objetivo general (OG).** El principal objetivo de este TFG es establecer las diferencias entre el tratamiento del Periodismo Social en un medio de comunicación tradicional, que ve más la sección Sociedad como una oportunidad para colocar todas aquellas informaciones que el medio no asocia a ninguna sección en particular, y en un medio nativo digital, que si puesta por un modelo social mucho más comprometido con la información de calidad.

Pero, junto a este objetivo principal que guiará todo nuestro TFG, abordaremos una serie de objetivos específicos que consideramos muy relevantes de cara a completar nuestra investigación.

#### **Objetivos específicos (OE).**

**OE1.** Comprobar si, actualmente, es viable para los medios de comunicación contar con una sección sociedad como tal y si esto es positivo o no para el periodismo social en sí, pues el hecho de contar con una sección específica implica darle a esta línea temática ese toque de inmediatez y actualidad que llega a ser perjudicial a la hora de elaborar piezas que tengan a la sociedad civil como principal protagonista.

**OE2.** Analizar los contenidos que el diario *ABC* introduce, de forma diaria, en las páginas de su sección Sociedad, con la intención de observar si este medio de

comunicación cumple con la definición y los principales objetivos de esta parcela periodística.

**OE3.** Averiguar e indagar si el contenido del diario digital *El Español*, así como la forma en que hace uso del Periodismo Social, es más viable a la hora de tratar temas que tengan a la sociedad civil como principal protagonista.

**OE4.** Comprobar el grado de importancia que tiene actualmente la fotografía en las piezas que acompañan a la etiqueta Sociedad.

### **3.3. Justificación y delimitación del tema**

La sección Sociedad se ha convertido en una de las parcelas de los medios de comunicación que más interrogantes despierta. Es frecuente encontrarse con una amplia variedad de periódicos y medios digitales que, de manera frecuente, utilizan esta sección como “cajón de sastre”, incluso tienden a mezclar información y opinión sin dejar protagonismo para la sociedad civil.

El día 3 de marzo de 2018, el diario escrito *ABC* publicó, en su sección Sociedad, una columna de opinión titulada *De Podemos y jubilados*, y subtitulada *El distanciamiento de la Iglesia respecto a los radicales de izquierda no había sido tan claro hasta ahora*. Este ejemplo, como tantos otros, nos lleva a plantearnos si realmente los medios de comunicación pretenden dar voz a la sociedad civil en la sección Sociedad o si, por el contrario, tal y como ocurre en este caso, como en muchos otros a lo largo de los últimos años de proliferación de secciones en los medios, las cuestiones políticas y económicas siguen copando todas las páginas de los periódicos y medios digitales.

Esta columna de opinión, firmada por Santiago Martín, referente mediático durante los pontificados de Juan Pablo II y de Benedicto XVI y fundador de “Los Franciscanos de María”, que utiliza actualmente los medios de comunicación para mostrar su posición en contra del Papa Francisco, aunque también critica otras muchas cuestiones (Vidal, 2017), demuestra claramente en lo que ha derivado el Periodismo Social en medios de comunicación tradicionales como *ABC*.

Este medio decide dar espacio para que Santiago Martín se exprese sobre una cuestión inminentemente política y religiosa, sin tener en cuenta que coloca esta columna en una sección que demanda otro tipo de contenidos.

Podríamos utilizar cualquier otro ejemplo de contenidos publicados en la sección Sociedad de *ABC* o casi de cualquier medio de comunicación español, pues lo cierto es que se ha convertido en una máxima diaria el hecho de publicar informaciones que nada tienen que ver con lo que demanda un buen Periodismo Social, necesario en una sociedad democrática y de derechos.

Los medios de comunicación que se estudiarán para abordar tal investigación son *ABC*, en su edición escrita, y *El Español*, en su edición digital. El uso de ambos, asentados en una ideología similar, se debe a que *ABC* se muestra como claro ejemplo de uso de la sección Sociedad como “cajón de sastre”, mientras que *El Español* es un diario digital que, pese a sus limitaciones y los numerosos problemas económicos que tiene en la actualidad, ha apostado en los últimos meses por abordar un Periodismo Social de calidad, dándole bastante protagonismo a la sociedad de a pie, pese a no contar con una sección Sociedad como tal.

El periodo en el que se centrará la investigación oscila, en el caso de prensa escrita (*ABC*), entre los días 15 de marzo de 2018 y 1 de abril de 2018, tiempo en el que se analizarán todas las informaciones encontradas en la sección Sociedad del diario escrito en su edición de Sevilla, medio que consideramos como ejemplo de uso de esta sección como “cajón de sastre” en relación a su metodología de uso.

Por otro lado, en el caso de la prensa digital (*El Español*), el periodo que utilizaremos transcurrirá desde el día 1 de enero de 2017 hasta el día 1 de abril de 2018, analizando todos aquellos reportajes publicados con la etiqueta Sociedad encontrados en este medio de comunicación nativo digital que etiquetamos como ejemplo alternativo, válido y novedoso de uso y tratamiento del Periodismo Social.

Como hemos ido comentando en páginas anteriores, habrá una parte del análisis que se centrará en el tratamiento que *ABC* hace de las informaciones que cataloga como sociales, de la mano de las piezas periodísticas seleccionadas a lo largo de nuestra investigación mientras que, por otro lado, cuando abordemos el caso de *El Español*, se hará una representación aproximada de la metodología que este diario nativo digital

utiliza a la hora de abordar cuestiones sociales usando para ello, fundamentalmente, piezas en forma de géneros interpretativos, en este caso reportajes.

Consideramos que abordar esta investigación puede ser un buen punto de partida para tomar conciencia del tipo de periodismo que se hace en España cuando se tiene a la sociedad como etiqueta para ganar la confianza de los lectores. Creemos que, pese a que existen estudios avalados por autores que certifican que la sección Sociedad es un cajón de sastre, no encontramos ninguna comparativa entre medios que sí apuesten por un Periodismo Social de calidad, teniendo en cuenta que esta parcela periodística se considera un elemento fundamental en sociedades democráticas.

### **3.4. Metodología**

Para demostrar nuestra hipótesis y así, conseguir nuestros objetivos, utilizaremos, fundamentalmente, dos medios de comunicación de ideología similar: *ABC* (en su edición escrita, como representante de lo que consideramos ejemplo de Periodismo Social como “cajón de sastre”) y *El Español* (en su edición digital, como representante de lo que consideramos ejemplo de tratamiento alternativo del Periodismo Social). Haremos primero un análisis exploratorio utilizando todas las publicaciones durante el periodo de tiempo ya mencionado en el apartado anterior.

Además, se investigaran las piezas sociales publicadas en otros medios de comunicación españoles (como, por ejemplo, de *eldiario.es* y *El País*), tanto escritos como digitales y de manera más informal para, en este caso, ver si se cumple la hipótesis que defenderemos a lo largo de todo nuestro trabajo.

#### **3.4.1. Metodología de análisis en medios escritos (ABC)**

Del medio de comunicación escrito que hemos seleccionado se han recopilado un total de 53 publicaciones a lo largo de los 17 días en los que se centra la investigación (como ya dijimos, del 15 de marzo al 1 de abril de 2018), ellas divididas en: 23 noticias, 17 reportajes, 6 entrevistas, 2 crónicas, 2 análisis y 3 opiniones. Estas publicaciones han sido recogidas directamente de la edición escrita de *ABC de Sevilla* de forma presencial.

Para el análisis de este periódico se ha tomado como referencia el estudio de los profesores de la Universidad de Huelva, Cristina Nieto Báez y José Ignacio Aguaded Gómez (1993), *Aprender a analizar los medios. Instrumento para el análisis de la imagen de la universidad en la prensa*, estudio del cual hemos utilizado algunos de sus apartados para elaborar una ficha propia de análisis para investigar cada una de las publicaciones de la sección Sociedad de este medio de comunicación.

Con esta ficha pretendemos centrar nuestra investigación en una serie de puntos simples que sirvan para demostrar nuestra hipótesis de partida. La ficha de análisis que utilizaremos es la siguiente:

<h1>DIARIO ABC</h1>
<b>Texto N°:</b>
<b>Fecha de publicación:</b>
<b>Género periodístico:</b>
<b>Fotografía:</b>
<b>¿Quién lo firma?:</b>
<b>Titulación:</b>
<b>Tema:</b>
<b>Situación dentro de la página:</b>
<b>Fuentes de información:</b>
<b>Extensión:</b>

Fuente: Elaboración propia (2018) a partir de Nieto Báez y Aguaded Gómez (1993)

Los dos primeros apartados, es decir, *Texto N°* y *Fecha de publicación*, servirán para controlar el número de textos analizados y el día, ello también para reflejar aquellos días en los que se profundice más en esta sección.

El tercer apartado de la ficha lo utilizaremos para analizar el *Género periodístico* al que pertenece cada una de las publicaciones analizadas. Para esta cuestión nos hemos apoyado en las ideas de los autores Martínez Albertos y Raúl Peñaranda. Los géneros periodísticos son las diferentes modalidades de creación lingüística destinadas a ser canalizadas a través de cualquier medio de difusión colectiva y con el ánimo de atender a los dos grandes objetivos de la información de actualidad: el relato de acontecimientos y el juicio valorativo que provocan tales acontecimientos (Martínez Albertos, 1974). Así, siguiendo la idea de autores como Torrico y Muller, y utilizando esta clasificación para nuestra investigación, Peñaranda (2000) clasifica los géneros periodísticos en:

- **Géneros informativos:** relatar hechos de forma fría y sin incluir opiniones: noticia, crónica, entrevista y perfil.
- **Géneros opinativos:** de su mano se dan a conocer ideas y opiniones en contraposición con el reflejo de los hechos. Las opiniones pueden estar ancladas en los valores, ideas y sentimientos del autor de los textos, y no necesariamente en los hechos: editorial, columna o artículo, caricatura de opinión, comentario, crítica o reseña y carta.
- **Géneros interpretativos:** posición equidistante entre el género informativo y el opinativo. No incluye opiniones subjetivas, pero si presenta visiones específicas de los temas. Ofrece una gran cantidad de datos de contexto y visiones contrapuestas para luego ofrecer conclusiones: análisis y reportaje.
- **Géneros de “entretenimiento”:** busca “entretener”, divertir y distraer: tiras cómicas, caricaturas, crucigramas, juegos, horóscopo, etc.

El cuarto apartado lo hemos destinado al uso de *Fotografías* en las publicaciones. La fotografía se ha convertido en uno de los elementos informativos más destacados dentro de la publicaciones, pues es un material orientado a captar de forma automática la atención de los lectores ya que la imagen da mucha más fuerza al testimonio que se narra. El epígrafe de las fotografías cobra tal importancia que, después de los titulares, son las imágenes las que captan la atención del lector (Martini, 2000).

Creemos que la presencia o no de fotografías, así como de la intención de estas, es determinante para analizar que se pretende con una determinada publicación y si, verdaderamente, la etiqueta “Social” se puede vincular al material gráfico o no.

En el quinto apartado analizaremos la *Firma* de la publicación, distinguiendo si se trata de un periodista especializado en Periodismo Social, periodista especializado en otra temática o si, por el contrato, la información la firma una agencia.

El sexto apartado de la ficha lo dedicaremos a la *Titulación* de cada una de las publicaciones. En el analizaremos el tipo de titular, la mancha y la intencionalidad de este. Para ello, utilizaremos la clasificación de José Manuel Zorrilla Barroso (1996), que distingue los siguientes tipos de titulares:

- **Titular apelativo:** pretenden llamar la atención sobre un hecho del que no se presupone que el lector conozca en profundidad, propio de diarios sensacionalistas dedicados a sucesos y noticias de interés humano.
- **Titular expresivo:** palabras sueltas que, a veces, aparecen entre signos ortográficos y que, para su comprensión, se presupone que el lector ya conoce la información que se da en la publicación.
- **Titular informativo:** debe contener sujeto y predicado, es decir, que hace y quien lo hace. Expone la información de actualidad del hecho noticioso.
- **Titular temático:** solo enuncia el tema o la cuestión de la que se va a hablar en la noticia.
- **Titular interpretativo:** da la información de forma ampliada y hace referencia al contexto desarrollado en el cuerpo.
- **Titular creativo:** propios de reportaje y crónicas en el que se juega con las palabras.
- **Titular de actos de habla:** se usa cuando el personaje que es protagonista es lo suficientemente noticiosos para destacar una palabra que ha dicho.

El séptimo apartado de nuestra ficha lo utilizaremos para hablar y analizar el *Tema* principal que aborda cada una de las publicaciones analizadas, con la intención de demostrar si verdaderamente trata una cuestión con la etiqueta social o si, por el contrario, apuesta por una cuestión de índole política o económica, entre otras cuestiones alejadas del Periodismo Social.

El octavo apartado lo dedicaremos a analizar la *Situación dentro de la página* de la publicación concreta. Los criterios de colocación de noticias que aplican los periodistas para valorar sus textos están relacionados con las reglas de distribución de las zonas de atención del lector, que son las siguientes: La página impar es preferente a la par; la superficie de arriba de la página es preferible a la de abajo; el espacio horizontal (número de columnas) es preferible al vertical (longitud de la columna); la “salida” de la página, es decir, la zona exterior, es preferible a la “entrada” (excepto para la primera página de un periódico) (Nieto Báez y Aguaded Gómez, 1993).

En el noveno apartado dedicaremos tiempo para analizar las *Fuentes de información* utilizadas en cada una de las publicaciones. Aquí hablaremos tanto del número de fuentes utilizadas como del tipo de fuentes, cuestión para la cual hemos utilizado la clasificación de Mayoral Sánchez (2005):

- **Intermediarios o agencias informativas.**
- **Fuentes oficiales:** gobierno central, gobierno autonómico, ayuntamiento, sindicato, partidos políticos, patronal, otras instituciones...
- **Fuentes no oficiales:** asociaciones, organizaciones no gubernamentales, expertos, miembros de instituciones u organismos...

Para concluir nuestra ficha de análisis, hemos dejado el décimo apartado para analizar la *Extensión* de cada una de las publicaciones. La relevancia de las noticias viene determinada, entre otras cuestiones, por el espacio que ocupa tanto en el conjunto del periódico en sí como en la página concreta en la que se publica una información determinada, así como por el número de columnas utilizadas (Nieto Báez y Aguaded Gómez, 1993).

El número de columnas que ocupan las informaciones en las páginas de los periódicos es también un importante indicativo del valor que se le concede en el periódico a un importante hecho noticioso. Las columnas son las partes en las que se distribuye un texto periodístico en las diferentes hojas de un periódico, generalmente son cuatro o cinco. Se llama columna de entrada a la de la izquierda y columna de salida a la de la derecha. Las columnas son un indicador de las diferencias estructurales que se pueden observar a primera vista en las distintas noticias. Son también un aspecto formal y de

diseño de los periódicos que es utilizado para atraer la atención del lector (Nieto Báez y Aguaded Gómez, 1993).

### 3.4.2. Metodología de análisis en medios digitales (*El Español*)

Del medio de comunicación digital que hemos seleccionado se han recopilado un total de 38 publicaciones a lo largo de los 455 días en los que se centra la investigación (como ya dijimos, del 1 de enero de 2017 al 1 de abril de 2018, en el caso del medio digital), ellas divididas en: 0 noticias, 38 reportajes, 0 crónicas, 0 entrevistas y 0 opiniones. Estas publicaciones han sido recogidas de la edición digital de *El Español* de forma presencial y seleccionado aquellas que tratan temáticas sociales.

<h1>DIARIO EL ESPAÑOL</h1>
<b>Texto N°:</b>
<b>Fecha de publicación:</b>
<b>Género periodístico:</b>
<b>Fotografía:</b>
<b>¿Quién lo firma?:</b>
<b>Titulación:</b>
<b>Tema:</b>
<b>Situación dentro de la página web:</b>
<b>Fuentes de información:</b>
<b>Extensión:</b>
<b>Sección:</b>

Fuente: Elaboración propia (2018) a partir de Nieto Báez y Aguaded Gómez (1993)

Para el análisis de este diario, al igual que para *ABC*, se ha tomado como referencia el estudio de los profesores de la Universidad de Huelva Cristina Nieto Báez y José Ignacio Aguaded Gómez (1993), *Aprender a analizar los medios. Instrumento para el análisis de la imagen de la universidad en la prensa*, estudio del cual hemos utilizado algunos de sus apartados para elaborar una ficha propia para investigar cada una de las publicaciones de la sección Sociedad de este medio de comunicación.

Con esta ficha pretendemos centrar nuestra investigación en una serie de puntos simples que sirvan para demostrar nuestra hipótesis de partida.

Como se puede comprobar, la tabla de análisis que utilizaremos para analizar las publicaciones de *El Español* es prácticamente igual a la que hemos utilizado para analizar las publicaciones de *ABC* en prensa escrita, solo con una particularidad, pues hemos añadido un apartado más.

El undécimo y último apartado de esta ficha lo dedicaremos para analizar la *Sección* donde irán introducidas cada una de las publicaciones que analizaremos. Creemos necesario añadir este apartado en el caso de las publicaciones en este medio digital pues, como ya hemos comentado a lo largo de nuestra investigación, *El Español* no cuenta con una sección específica con la etiqueta social, sino que utiliza otras etiquetas diferentes para abordar esta cuestión y, a menudo, da protagonismo a la sociedad civil en espacios que utilizan etiquetas como “Reportajes”, algo que creemos conveniente analizar.

Son varias las secciones que podemos encontrarnos actualmente en los diferentes medios de comunicación, ya sean escritos, digitales, televisivos o radiofónicos, pese a que en la mayor parte de ellas imperan ciertas líneas temáticas que copan el protagonismo diario de las informaciones. Las cuestiones sociales se han convertido en una línea más muy a tener en cuenta por los medios, aunque vemos como la mayoría apuestan por introducir todo tipo de temas en este espacio.

Dicho esto, hablar de sección en los medios de comunicación es hablar principalmente de los siguientes espacios: Nacional, Internacional, Economía, Opinión, Deportes, Ciencia y Tecnología, Cultura, Sociedad, Opinión y una serie de espacios más fluctuantes (Gente, Estilo, Conocer, Televisión, Motor, Viajar...).

## 4. RESULTADOS

### 4.1. Prensa impresa, un “cajón de sastre” para el Periodismo Social

El papel ha entrado en una dinámica descendente fruto de las posibilidades que ofrece la nueva era de la información y la comunicación. Las nuevas tecnologías copan el panorama mediático de la mano de redes sociales como Facebook o Twitter, además de la aparición de nuevos medios de comunicación nativos digitales presentados como la alternativa que ofrece una información diferente, alejada de los grandes poderes y sin estar amarrados a intereses más allá de ofrecer una información objetiva, parcial, verificada y verdadera de todo lo que acontece en la realidad.

La palabra “tradición” hoy no comulga del todo con “información veraz”, pues esta se asocia a aquella de forma negativa, siempre relacionando a la tradición hechos como el interés, la manipulación o, incluso, la desinformación, ello por pensar en los poderes que están tras los grandes medios de comunicación con, valga la redundancia, más tradición en nuestro país, véase el caso de la prensa escrita como *El País*, *El Mundo*, *La Razón*, *ABC* y un sinfín de ejemplos más.

Los grandes medios de comunicación escritos han optado en los últimos años por un modelo de periodismo donde prima el beneficio antes que el servicio, donde la inmediatez copa la mayoría de piezas que intentan captar la atención de un lector que, cada vez menos, acude al kiosco a hacerse con ejemplares escritos, lo que motiva que los medios de comunicación busquen continuamente fórmulas para llamar la atención de forma que, en muchas ocasiones, se olvidan de ofrecer informaciones verificadas y de calidad.

Y es esta la situación que afecta, en gran medida, a la sección Sociedad. Los grandes medios de comunicación escritos no tiene claramente definida esta sección, pues a menudo son conscientes, a su entender, de que el periódico tiene que salir a la mañana siguiente y que darán prioridad a aquellos temas que puedan interesar más a la sociedad. Primará un titular impactante, una declaración llamativa o un tema novedoso antes que un reportaje mesurado donde la sociedad civil tome el protagonismo.

Algo parecido a lo que venimos diciendo está ocurriendo en diarios de referencia como *ABC* pues, como hemos observado en nuestro análisis, las informaciones publicadas en

la sección Sociedad poco o nada tienen que ver con lo que verdaderamente es y debe ser el Periodismo Social, pues no se utilizan los que, para autores como Alicia Cytrynblum (2004: p. 73), deberían ser instrumentos básicos para hacer buen Periodismo Social: colocar al eje social en igualdad de importancia con el tándem político económico, brindar una visión más abarcativa de la sociedad con la incorporación de nuevas fuentes, investigar la búsqueda de soluciones o generar perspectiva de derechos, pues el periodismo social busca devolver una visión más amplia que ayude a la construcción de una sociedad más inclusiva.

Desde fuera, el uso que este, así como otros medios, hace de la sección Sociedad es bastante limitado. Tanto en la forma como en el contenido, las piezas publicadas no se asoman a lo que esta tipología periodística demanda. Y ello queda reflejado en los resultados de nuestra investigación.

#### **4.1.1. Resultados en ABC**

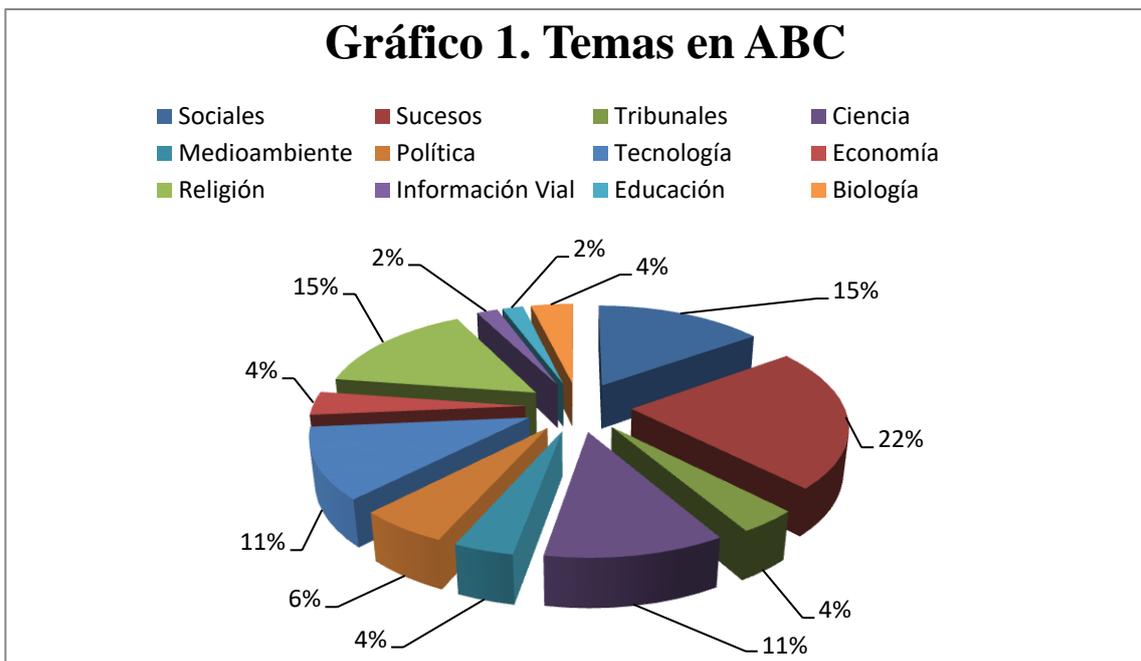
Seleccionamos *ABC* siendo conscientes de que el hecho de utilizar prensa escrita para compararla con un diario de información nativo digital nos pone en una situación interesante en lo que a formas de publicación, información y tratamiento de las piezas sociales refiere. Pero, pese a ello, usamos el contenido de *ABC* por ser este uno de diarios que cuenta con una sección Sociedad como tal en su interior, aunque no funcione como debería ni como la función del Periodismo Social demanda a través de los autores anteriormente mencionados.

*ABC* es uno de los diarios españoles más influyentes y con más tradición desde su nacimiento. De línea conservadora, monárquica y católica, nació en 1903 e, incluso, llegó a tener tendencia republicana durante la Guerra Civil, pues en julio de 1936, las oficinas de Prensa Española fueron controladas por los propios trabajadores y el diario quedó en manos de Unión Republicana, que lo convirtió en su órgano de prensa (Francisco de Luis Martín, 1984).

Dicho esto, la línea editorial de *ABC* está claramente definida, así como los lectores que consumen las informaciones en su edición en papel. Pero en nuestro caso haremos uso, de la sección Sociedad del periódico, un pequeño espacio que el diario dedica a lo que

considera cuestiones sociales, pero que nosotros, por el contrario, consideramos un “cajón de sastre”, pues da la sensación de que, tan solo con echar una ojeada a uno de sus periódicos, el medio utiliza esta parcela para emplazar aquellos temas que no sabe a ciencia cierta en que sección del medio colocar. Afirmamos, por varios motivos que expondremos, que la sección Sociedad de ABC es un espacio donde cabe todo.

Y el primer y más claro ejemplo lo encontramos en el gran número de líneas temáticas que podemos encontrar en las informaciones encontradas a lo largo de los 17 días que dura nuestra investigación. A diferencia de lo que debería ser, ABC no tiene bien definida cual es la línea temática de su sección Sociedad. Lo afirmamos porque, en 53 publicaciones analizadas, hemos encontrado un total de 12 líneas temáticas diferentes y completamente dispares a la línea que se centra en temas sociales. A través del siguiente gráfico podemos observar cuales son las líneas que encontramos en la sección Sociedad de ABC y cuáles de ellas predominan más.

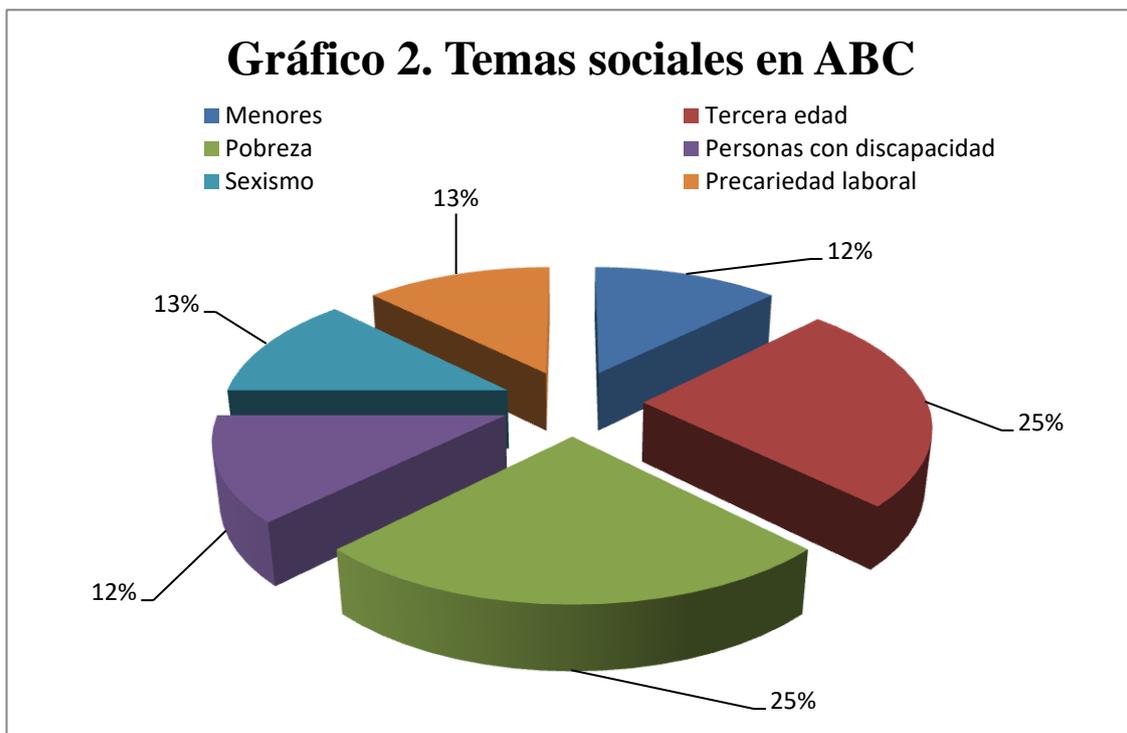


Fuente: Elaboración propia, 2018

En concreto, encontramos las siguientes líneas temáticas: sucesos (12 informaciones), tribunales (2 informaciones), sociedad (8 informaciones), ciencia (6 informaciones), medioambiente (2 informaciones), política (3 informaciones), tecnología (6 informaciones), economía (2 informaciones), religión (8 informaciones), información vial (1 información), educación (1 información) y biología (2 informaciones). Son los

sucesos, la religión y las informaciones sobre ciencia y tecnología las que más destacan en la sección Sociedad de ABC.

Observamos que, pese a que su protagonismo debería ser total, las informaciones referidas a cuestiones sociales también tienen cierto protagonismo, valga la redundancia, en la sección Sociedad, aunque esto tiene varios matices. En concreto, diferenciamos seis temas sociales: menores (1 información), tercera edad (2 informaciones), pobreza (2 informaciones), personas con discapacidad (1 información), mujer (1 información) y precariedad laboral y desempleo (1 información). En total, 9 posibles informaciones de un total de 53 que, además, no todas podemos considerarlas Periodismo Social pues, por ejemplo, en las informaciones referidas a la pobreza no se le da en ningún momento voz al colectivo afectado, el protagonista de tal información.



Fuente: Elaboración propia, 2018

Además, a lo largo de la publicaciones, hemos encontrado algunas que intentan presentarse como cuestiones sociales pero que, tras una lectura mesurada, esconden otro tipo de líneas temáticas. En concreto podemos mencionar dos ejemplos:

- La bebida con sabor a chocolate que puede cambiar la historia del síndrome de Down. Aquí se aprovecha un tema social, en concreto el colectivo de personas con discapacidad, para tratar una cuestión

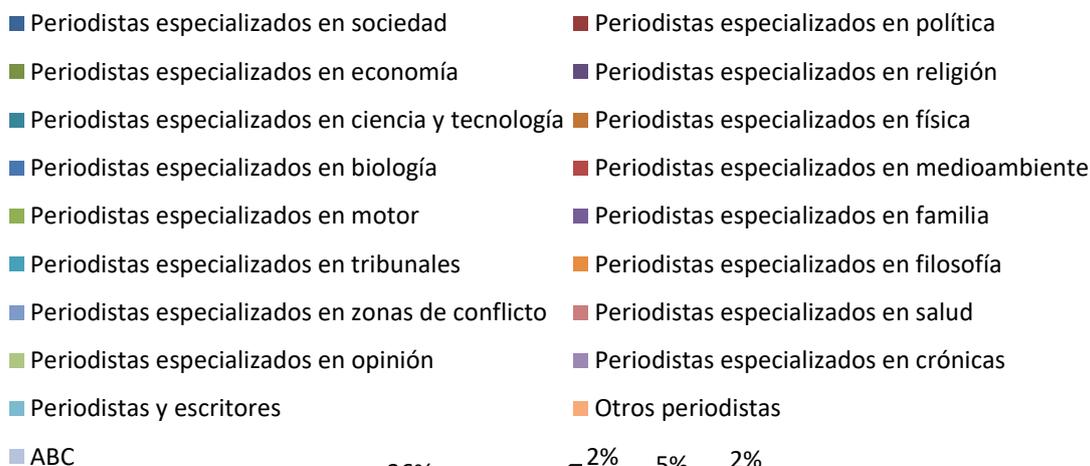
meramente científica, pues se habla del uso de un batido de chocolate que, diariamente, toman las personas con síndrome de Down y que podría mejorar su nivel cognitivo y autonómico, sin dar voz al colectivo y solo centrándose en el descubrimiento científico.

- *El Papa llama criminales a los clientes de la prostitución.* Parece que, al incluir la palabra “prostitución” en el titular de la información (colectivo vulnerable) va a hablar de este colectivo, pero lo cierto es que solo se centra en declaraciones morbosas y llamativas de Papa Francisco, por lo que no puede considerarse Periodismo Social, pues tampoco da protagonismo en ningún momento al colectivo.

Otro de los motivos fundamentales por lo que consideramos que la sección Sociedad de ABC es un “cajón de sastre” es por la propia autoría de cada una de sus informaciones. Junto a las numerosas líneas temáticas que encontramos en esta sección, llama bastante la atención el hecho de que el medio no tenga claramente definidos a los redactores que publican informaciones en esta sección. Incluso se puede decir que la sección Sociedad de ABC no cuenta con redactores asignados a lo sumo para conformar los informaciones que forman parte de este espacio sino que, por el contrario, aquí quedan emplazadas un grupo de piezas seleccionadas a posteriori. A través del siguiente gráfico podemos ser conscientes del número de redactores (especializados en todo tipo de líneas temáticas dispares a las informaciones sociales) que, a lo largo de 17 días, pasan por la sección Sociedad, en la mayoría de ocasiones sin ser periodistas especializados en esta sección, como así señala la propia definición que el mismo medio da de estos redactores.

Encontramos 19 tipos de periodistas especializados en diferentes cuestiones: sociedad (2 periodistas), política (1 periodista), economía (3 periodistas), religión (2 periodistas), ciencia y tecnología (4 periodistas), física (3 periodistas), biología (1 periodista), medioambiente (3 periodistas), motor (1 periodista), familia (1 periodista), tribunales (2 periodistas), filosofía (1 periodista), conflictos (1 periodista), salud (1 periodista), opinión (3 periodistas), crónicas (1 periodista), periodistas y escritores (1 periodista), otros periodistas (11 periodistas), y ABC (1). Ello se refleja en el siguiente gráfico.

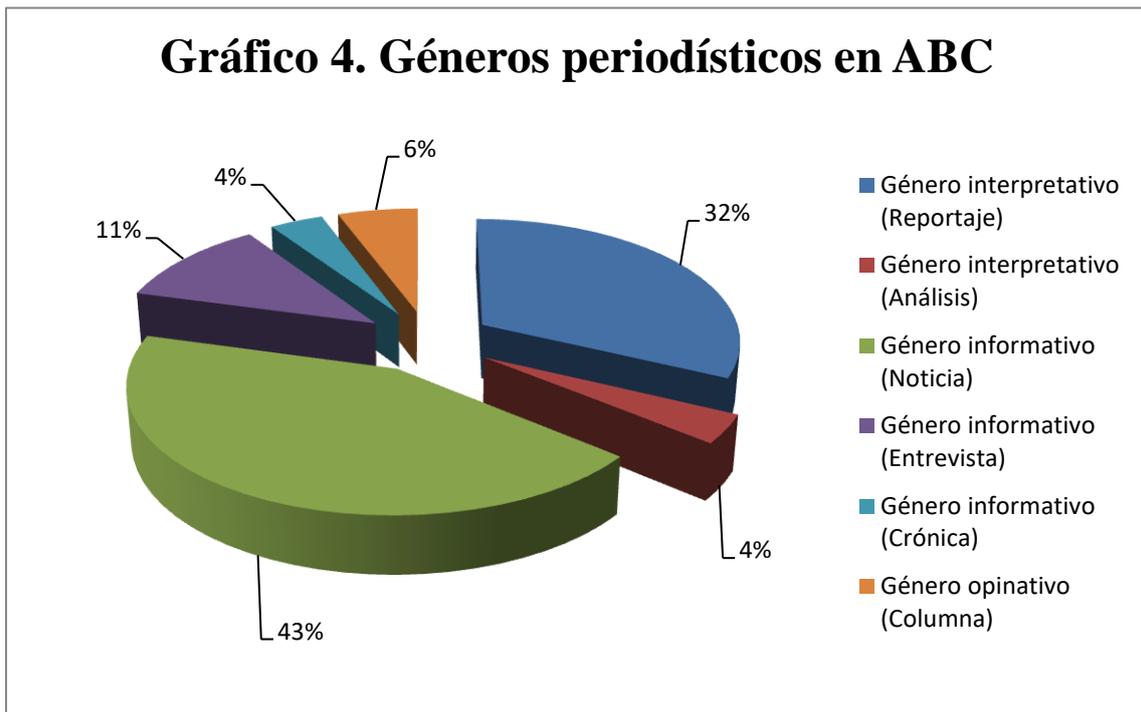
### Gráfico 3. Autores en ABC



Fuente: Elaboración propia, 2018

El medio utiliza aquí, incluso, a jefes de otras secciones que conforman el diario, a corresponsales en países extranjeros, a columnistas de referencia o a periodistas freelance que colaboran, en contadas ocasiones, con *ABC*. Todos ellos agrupados en torno a la sección Sociedad, algo que no ocurre en secciones como política, economía, nacional o internacional, espacios que si tienen claramente definida su línea temática y sus redactores asignados.

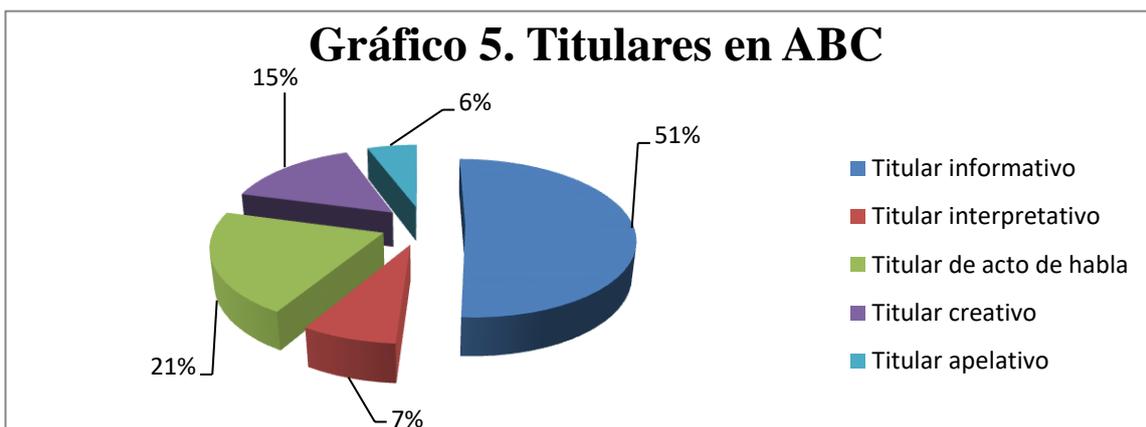
Ya incluso en los géneros periodísticos podemos encontrar una enorme variedad de piezas dispares. Predomina, fundamentalmente, la noticia (género informativo) con hasta 23 piezas, seguida del reportaje (género interpretativo) con 17 piezas, la entrevista (género informativo) con 6 piezas, la columna (género opinativo) con tres piezas y, por último, el análisis (género interpretativo) y la crónica (género informativo), con dos piezas cada uno.



Fuente: Elaboración propia, 2018

Lo cierto es que, a menudo, *ABC* dedica solo dos páginas (cuatro, como máximo, y en contadas ocasiones) durante la semana a la sección Sociedad y, en la mayoría de ocasiones, es un reportaje el que abre la sección. Solo observamos más espacio los domingos, momento en que el medio apuesta por hasta seis páginas del diario y utiliza varios reportajes junto a noticias de actualidad.

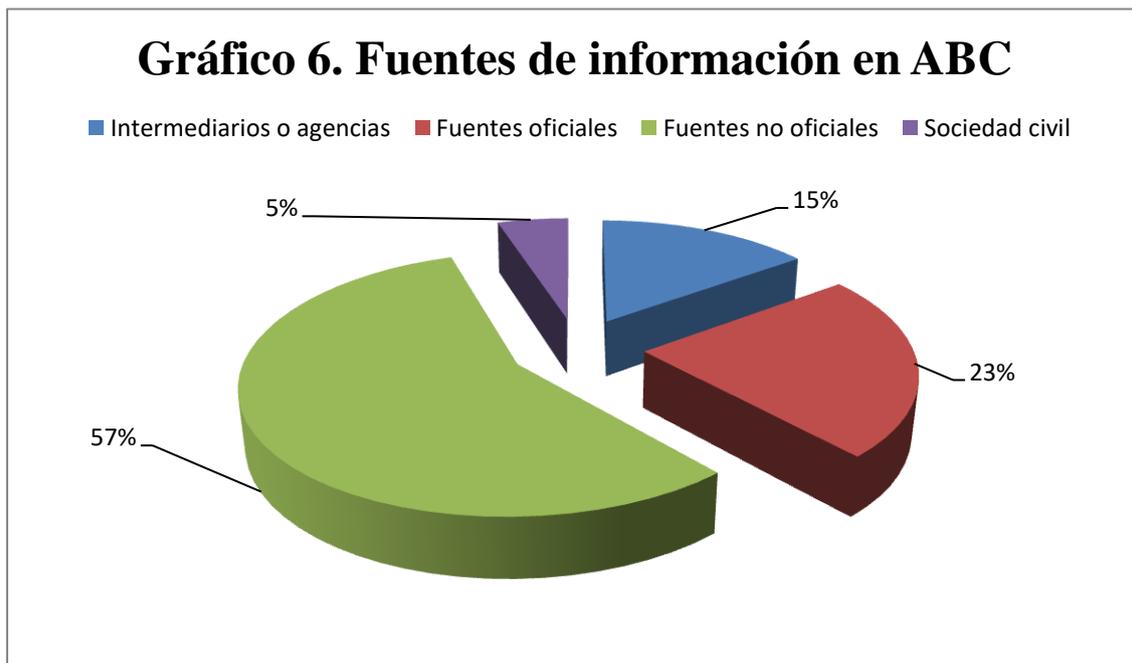
En los titulares utilizados en esta sección encontramos una situación muy parecida a las anteriores. No está claramente definido el estilo en cuanto a la construcción de los titulares de las piezas, pues observamos hasta cinco tipos diferentes en las informaciones de la sección Sociedad de *ABC*: predominan los titulares informativos (27 piezas), seguidos por los titulares de acto de habla (11 piezas), los titulares creativos (8 piezas), los titulares interpretativos (4 piezas) y los titulares apelativos (3 piezas).



Fuente: Elaboración propia, 2018

En cuanto a las fuentes, en las informaciones publicadas en *ABC* podemos observar un buen número de ellas en cada una de las piezas (casi siempre tres fuentes de información), aunque casi ninguna de ellas tienen como protagonistas a la sociedad civil (a diferencia, por ejemplo, de lo que si ocurre en diarios como *El Español*, donde las informaciones con la etiqueta Sociedad tiene como única protagonista a la propia sociedad civil, de la mano siempre de entrevistas directas).

En este caso, encontramos hasta 9 intermediarios o agencias informativas, 14 fuentes oficiales, 34 fuentes no oficiales y tan solo 3 fuentes con protagonismo para la sociedad civil en tres de los reportajes que, más arriba, etiquetamos como sociales (porque, fundamentalmente, utiliza como hilo conductor entrevistas a los protagonistas de la información, que fundamentalmente son miembros de colectivos con menos voz mediática).



Fuente: Elaboración propia, 2018

Estas son las tipologías de fuentes que protagonizan las informaciones que *ABC* publica en la sección Sociedad: agencias (1), declaraciones (1), especialistas (14), revistas (6), propio periodista (4), sociedad civil (3), asociaciones y fundaciones (6), miembros asociaciones y fundaciones (5), prensa (1), políticos (7), estudios (4), fuentes religiosas (2), fuentes policiales y de emergencias (2), testigos (4), víctimas (2) y fuentes municipales (3).

#### **4.2. Prensa nativa digital, la alternativa que da voz a la sociedad civil**

El uso de Internet como soporte principal alejado del papel, la radio o la televisión, se ha convertido en la piedra angular de un sinfín de medios de comunicación que, con muchas más dificultades que los tradicionales, nacen casi a diario para ofrecer una información parcial, objetiva y alejada de los grandes poderes que copan el panorama mediático actual.

La prensa nativa digital, caracterizada en muchas ocasiones por la no pertenencia a grandes grupos mediáticos, lucha diariamente contra el problema de la rentabilidad, pues es consciente de que su fuente de financiación debe ir mucho más allá de la publicidad y debe centrarse en la búsqueda de suscriptores, por ejemplo, o bien en la captación de socios y donaciones, todo ello para conseguir financiación que les permita realizar un periodismo mesurado, lejos de las prisas que caracterizan a los medios tradicionales sostenidos por grandes grupos a sus espaldas, ya sean entidades bancarias, fondos de inversión u otro componente del panorama económico mundial (Ramón Reig y Aurora Labio, 2017).

Con ello, el desarrollo y crecimiento de las redes sociales ha motivado un aumento en la actividad de determinados medios de comunicación que han centrado esfuerzos solo en tener visibilidad en esta plataforma, una fórmula que busca dar un nuevo paso en lo que a periodismo refiere. El ámbito digital como medio o emplazamiento natural ha posibilitado que la población más joven, incluso aquellos que utilizan Internet con asiduidad, tenga un punto de vista mucho más amplio de los acontecimientos, pues la parrilla de medios de comunicación a la que se enfrenta diariamente le posibilita tener un punto de vista mucho más desarrollado de los acontecimientos y no tan polarizado en la derecha o en la izquierda más rancia.

Es por ello que la industria periodística se ha visto enfrentada, de la noche a la mañana, al “boom” de los considerados diarios nativos digitales, algunos con gran reputación en España como *eldiario.es*, *El Confidencial*, *Vozpopuli.com*, *infoLibre*, *OKDiario* o *El Español*, entre otros, todos ellos, en muchas ocasiones, dirigidos por periodistas de renombre (Pedro J. Ramírez en *El Español*, Eduardo Inda en *OKDiario* o Jesús Cacho en *Vozpopuli.com*). La creciente importancia de las redes sociales en el proceso comunicativo ha posibilitado el auge de estos nuevos medios de comunicación, que se

han adaptado más a las necesidades de una sociedad que venía – y viene – demandando una información no sujeta a los grandes poderes políticos y económicos como si está la que ofrecen los medios de comunicación más tradicionales.

Y son estos nuevos medios los que, desde nuestro punto de vista, están apostando por un Periodismo Social que aparte la vocación de beneficio y saque la vocación de servicio a la ciudadanía. El Periodismo ejerce un papel capital en la sociedad pues, a través de él, el ciudadano de a pie conoce todo lo que acontece a su alrededor. Es por ello que la labor periodística debe ir siempre encaminada a servir al conjunto de la sociedad, objetivo desvirtuado y deteriorado en las últimas décadas, donde la inmersión de los grandes poder políticos y económicos en los medios de comunicación ha posibilitado que los medios tradicionales sirvan a sus dueños en busca del beneficio y dejen a la sociedad desinformada o con informaciones subjetivas e imparciales.

El aumento continuo de usuarios en Internet y redes sociales ha posibilitado el nacimiento de estos nuevos medios nativos digitales, con orientación de carácter más informativo y un distanciamiento de las secciones más opinativas (Salaverría y Negro, 2013) que, desde nuestro punto de vista, apuestan por un Periodismo Social novedoso, olvidando secciones a lo sumo y utilizando la etiqueta “Sociedad” desde los antecedentes y el contexto de piezas, en su mayoría, esparcidas por secciones protagonistas del medio, lo que les permite dejar a un lado la sección tradicional para que el periodista no se vea atado de pies y manos a la actualidad e inmediatez.

Ello ha posibilitado que las nuevas generaciones estén incluso mejor informadas que sus antepasados, pues estas, a menudo, tienen la posibilidad de acudir tanto a medios tradicionales como a estos nuevos medios digitales, donde las redes sociales juegan un papel protagonista.

Y en estas circunstancias nace *El Español*, actualmente con problemas económicos pero no sujeto a ningún grupo mediático. De hecho, para su nacimiento, Pedro J. Ramírez, su fundador y director, hizo uso de un crowdfunding por el cual consiguió un total de 220.000 euros en las aportaciones de 350 personas en solo 24 horas, llegando a los 500.000 euros en pocos días (Fernando García Mongay, 2015).

*El Español* es un diario que nace con máximas como que el negocio del papel es insostenible, centrándose en la defensa de lo digital como “el futuro del periodismo

actual”. De ideología neoliberal, defiende la liberalización de la economía, el libre comercio, la reducción del gasto público y la intervención del Estado en la economía a favor del sector privado lo que, a priori, podría hacer pensar al lector de a pie que, como otros tantos, la temática social no será el punto fuerte del diario de Pedro J, pero la realidad es bien diferente. *El Español* es la excepción que confirma nuestra regla.

#### **4.2.1. Resultados en El Español**

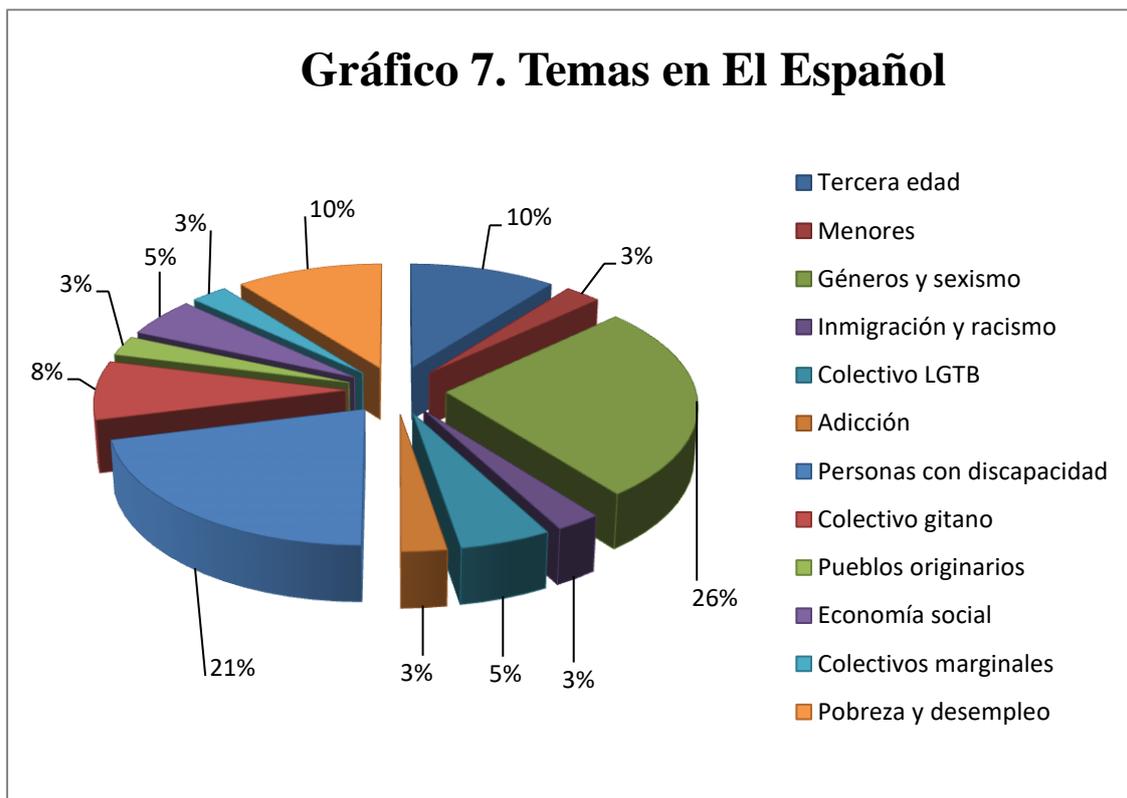
Analizados los resultados obtenidos en las publicaciones encontradas en el diario *ABC*, nos centraremos ahora en las piezas que hemos seleccionado del diario nativo digital *El Español*, un medio que hace uso de la etiqueta Sociedad de una forma completamente diferente a la manera de utilización en los medios de comunicación tradicionales pues, como hemos hecho hincapié a lo largo del trabajo, *El Español* no cuenta con una Sección Sociedad como tal lo que, a priori, ha dificultado un poco la labor de búsqueda y recopilación de informaciones referidas a temas sociales.

*El Español* es un diario joven, seleccionado en este trabajo por tener una ideología similar a *ABC* y por convertirse en una excepción dentro del panorama periodístico, pues consideramos que, pese a que no vemos una sección Sociedad bien delimitada en su plataforma y que su ideología puede tender a hacer creer al lector más progresista que no hará un buen tratamiento de las cuestiones sociales, lo cierto es que trata este tipo de temas con la delicadeza que demandan, utilizando un vocabulario acorde a las situaciones y dando el total protagonismo a la sociedad civil pues, como hemos podido constatar, la mayor parte de fuentes de información que se utilizan en sus reportajes sociales son civiles. Es decir, el medio da voz a la sociedad. Desde personas con discapacidad hasta personas de la tercera edad, menores, desempleados, etc.

Si atendemos a la definición que da Belda García, redactor jefe de la Agencia de Comunicación Servimeda, en el libro de estilo de este medio, así como De la Cruz Álvarez, podríamos seleccionar una serie de líneas temáticas que forman parte, o al menos deberían formar parte, de la Sección Sociedad en los medios de comunicación. Estas líneas temáticas serían: personas con discapacidad, género y sexismo, racismo, menores, tercera edad, pobreza, desigualdad, adicción, colectivo gitano, colectivos

marginales, derechos humanos, participación ciudadana, economía social, desarrollo sostenible, pueblos originarios y salud.

En la gráfica observamos como todas las publicaciones que hemos seleccionado del diario nativo digital *El Español* conllevan, de una forma u otra, la etiqueta sociedad, pues todos los temas basan su argumentación en historias centradas en la sociedad civil y en colectivos menos protagonistas mediáticamente en medios tradicionales: tercera edad (4 reportajes), menores (1 reportaje), género y sexismo (10 reportajes), inmigración y racismo (1 reportaje), desigualdad en el colectivo LGTB (2 reportajes), adicción (1 reportaje), personas con discapacidad (8 reportajes), colectivo gitano (3 reportajes), pueblos originarios y costumbres sociales (1 reportaje), economía social (2 reportajes), pobreza y desempleo (4 reportajes) y colectivos marginales (1 reportaje).



Fuente: Elaboración propia, 2018

Las líneas que se siguen dentro de estos reportajes son bastante variadas y siempre intentan mostrar la realidad de los colectivos desde un punto de vista diferente y siempre desde la normalidad y cercanía con la de ha de tratarse dichos temas.

Los reportajes más abundantes a lo largo de los 455 en los que se han buscado informaciones en *El Español* son referentes a género y sexismo (10 reportajes, 26%), personas con discapacidad (8 reportajes, 21%), tercera edad (4 reportajes, 10 %) y colectivo gitano (3 reportajes, 8%).

- **Género y sexismo**: Es el tema estrella de los reportajes sociales en *El Español*. El diario da mucho protagonismo a la mujer en sus líneas temáticas, pues encontramos reportajes sociales que, a la vez, intentan desmontar tópicos interiorizados socialmente.

*“Soy valiente y leal legionaria”*: La igualdad llega al antiguo corazón del machismo. Así titulan Pepe Barahona y Fernando Ruso uno de los reportajes centrados en la mujer y publicado recientemente, en concreto el 8 de marzo de 2018. Ambos acompañan durante un día a un grupo de mujeres legionarias para mostrar su día a día en la legión y para intentar erradicar el machismo existente en esta parcela.

Las ancianas boxeadoras de Cádiz: así se entrenan para noquear al machismo. Un ejemplo más del tipo de reportajes que nos encontramos en *El Español*. En este caso, los mismos autores acompañan durante una sesión de entrenamiento a un grupo de ancianas gaditanas que utilizan el boxeo como integración de personas mayores que sufrieron el maltrato de sus parejas.

Maika, la costalera expulsada por ser mujer: “Pienso llegar al Vaticano”. En este caso se trata la discriminación a la mujer en la Semana Santa y en el mundo de los costaleros.

- **Personas con discapacidad**: esta línea temática es utilizada de forma bastante llamativa, pues muestra a personas con discapacidad de forma totalmente diferente de cómo se mostraría normalmente en medios tradicionales, donde a menudo prima el morbo. En este caso, *El Español*, a través de la mirada de Barahona y Ruso, intenta mostrar una imagen de normalidad e inclusión de las personas con discapacidad.

Ana y su cinturón amarillo: “¿Yo? ¿Karate? ¿En silla de ruedas y sin brazos?” En este caso, el deporte adaptado sirve para mostrar una visión diferente de un grupo de personas con diferentes discapacidades que practica Kárate sin complejos (síndrome de Down, parálisis, amputaciones, deformaciones...).

Raúl, el ciego rapero que rima con música los miedos de los invidentes. Aquí se muestra el día a día y los temores diarios de las personas invidentes de la mano de la figura de Raúl Martínez, un rapero invidente que ilustra esos miedos a través de la música para hacer consciente de ello a la sociedad. Le pone voz a la desigualdad que viven estas personas y *El Español* da protagonismo a esta historia.

- **Tercera edad:** el diario sigue la misma dinámica y, desde una imagen de inclusión y normalidad, muestra historias de personas de la tercera edad.

La revolución de los abuelos: así son los pensionistas que ponen en jaque a Rajoy. Tercera edad y problemática de la reforma de las pensiones de gobierno de Mariano Rajoy. *El Español* deja a un lado su ideología y da voz a aquellos pensionistas que viven como pueden con el dinero que reciben mensualmente.

Las heridas en carne viva de otra anciana víctima de la residencia andaluza del terror. *El Español* pone voz y rostro a ancianos que sufren vejaciones en residencias españolas.

- **Colectivo gitano:** *El Español* también da voz a un colectivo tan vulnerable socialmente como el de los gitanos, también haciendo mella en su inclusión.

El viva gitano a la Guardia Civil: "Si se pierde el respeto a ley, ¿qué queda?". *El Español* da voz al colectivo gitano para que opine sobre el

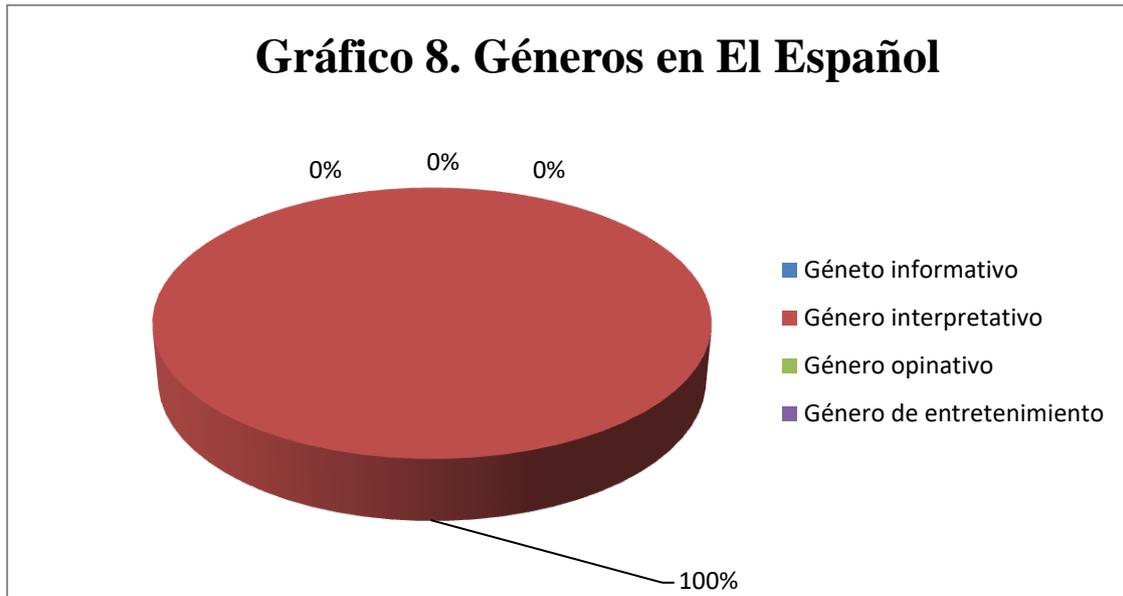
movimiento independentista catalán. Da voz a un sector vulnerable de la población para conocer la opinión de estos sobre un tema candente de la actualidad.

*Jennifer, de gitana transexual oculta a “monumento” de Córdoba. El Español* relata la historia de Jennifer, una gitana transexual que planta cara a la doble exclusión social a la que ha estado sometida siempre pero que, finalmente, ha conseguido superar de cara a que sus familiares, amigos y vecinos la traten con total naturalidad, mostrando la lucha diaria de esta mujer por conseguir normalidad en su vida.

Así, *El Español* apuesta por la temática social en sus informaciones, y prueba de ello es que, en lo referente a géneros periodísticos, consideramos a este medio un diario pionero y modelo en su metodología por varios motivos. En primer lugar porque, como se puede apreciar en la anterior gráfica, este diario solo utiliza el género interpretativo, en este caso el reportaje, para tratar cuestiones sociales. Esto quiere decir que el diario apuesta encarecidamente por las cuestiones que tienen a la sociedad civil como principal protagonista, dándole un protagonismo destacado en el medio y utilizando para ello piezas periodísticas elaboradas con mesura y que no tienen a la inmediatez y/o actualidad como principal valedor, pues son informaciones que rozan lo literario – narrativo y que se pueden consumir en cualquier momento, pues no parece que tengan fecha de caducidad.

Sin duda, es una de las características más valoradas en los reportajes de temática Social de *El Español*. El único interés del medio es el de entretener y concienciar a base de visibilizar la realidad de colectivos vulnerables con piezas que pueden ser consumidas en cualquier momento, pues el paso del tiempo no deteriorará historias procedentes única y exclusivamente de la voz de sus protagonistas:

- Sufrimiento de desempleados.
- Historias de personas con discapacidad.
- Mujeres que relatan situaciones de machismo.
- Transexuales que narran como han conseguido normalizar sus vidas tras numerosos años de lucha por su inclusión social.



Fuente: Elaboración propia, 2018

Turati (2007) afirma que el Periodismo Social se ha convertido en la rama de la profesión que defiende de forma más férrea una sociedad democrática. Es el periodismo que piden todos los estratos sociales con menos posibilidades, los que dependen de los medios de comunicación para acceder diariamente a la actualidad que le rodea. Es aquella parcela que se centran en los acontecimientos en los que se ven involucrados un gran número de personas y no solo unos pocos (como puede ocurrir en el periodismo político o económico) y, por tanto, se preocupa de buscar a aquellas personas de a pie que se ven afectadas. Por tanto, el periodista centrado en temas sociales tiene la calle como su principal herramienta de trabajo y apuesta encarecidamente por abandonar la redacción.

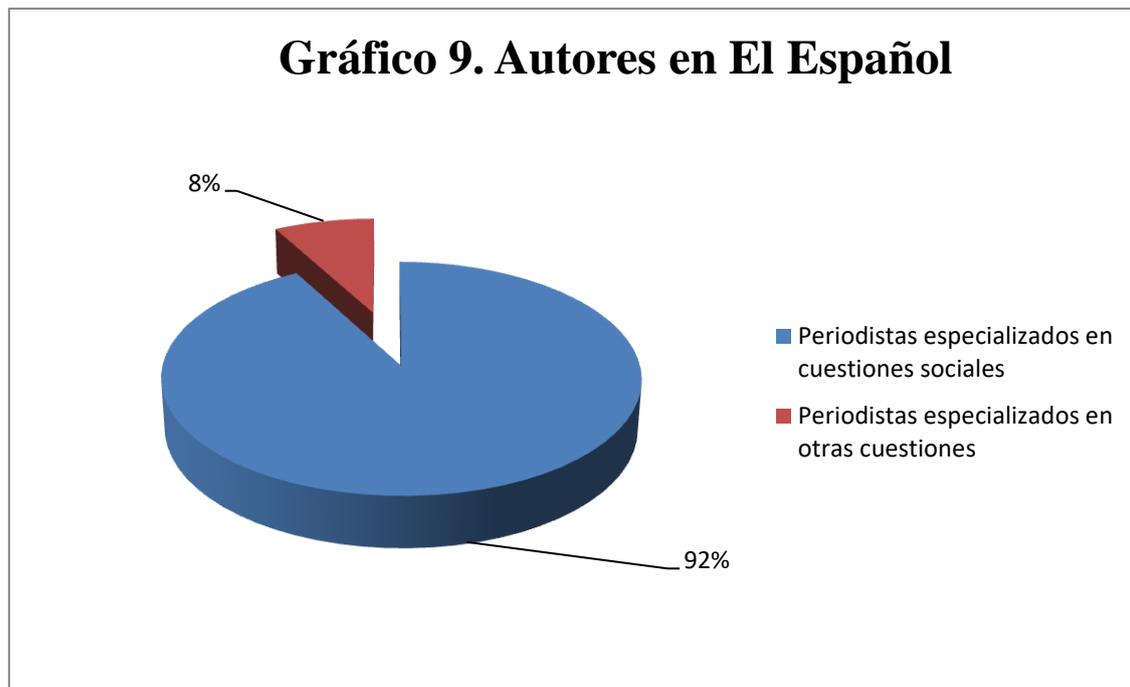
Es por ello que otro de los puntos a valorar preferentemente en *El Español* es el hecho de que todos sus reportajes sociales están protagonizados por la sociedad civil. El método de información más utilizado es la entrevista en profundidad a sus protagonistas, haciendo así un periodismo social de calidad, el que defienden autores como Turati, que apuestan por que los periodistas “se preocupen de buscar a aquellas personas de a pie que se ven afectadas”.

Ello queda perfectamente constatado en prácticamente todos los ejemplos que hemos utilizado en nuestra investigación, aunque podemos destacar algunos de ellos: *“Los niños tienen pene, vagina o lo que quieran”*: *Sevilla-Madrid en el verdadero autobús trans*. Las fuentes de información utilizadas en este reportaje son Tamara, Mario, Mar

Cambrollé y Luna (transexuales que viajan en el autobús), así como Ángel (coordinador del Área de Libertad de Expresión Afectivo-Sexual de Izquierda Unida). En primer lugar, se da voz a los verdaderos protagonistas y/o afectados para combinar ese testimonio (principal) con la voz de un representante político (fuente oficial), todo a través de entrevistas directas y propias de *El Español* para narrar la lucha del colectivo transexual para reparar el daño de décadas de discriminación.

Pepe Barahona y Fernando Ruso pasan un día completo viajando con ellos y los acompañan en un autobús hasta el Congreso de los Diputados en Madrid, donde iban a entregar una propuesta de Ley Transexual estatal. Ello permite a los redactores conocer más a fondo y de forma mucho más personal el testimonio de sus protagonistas.

Aprovechando de nuevo los nombres de Pepe Barahona y Fernando Ruso, otro punto a destacar en *El Español* sería la delimitación y/o parcelación de los redactores que, a menudo, se dedican con exclusividad a las temáticas sociales, en este caso el periodista sevillano Pepe Barahona y el fotógrafo gaditano Fernando Ruso. Son los que se encargan, a menudo, de elaborar piezas periodísticas con la etiqueta Sociedad, siempre en formato interpretativo (reportaje). Andros Lozano y Pedro Cifuentes, con dos y un reportaje cada uno, respectivamente, son la otra cara de la moneda.

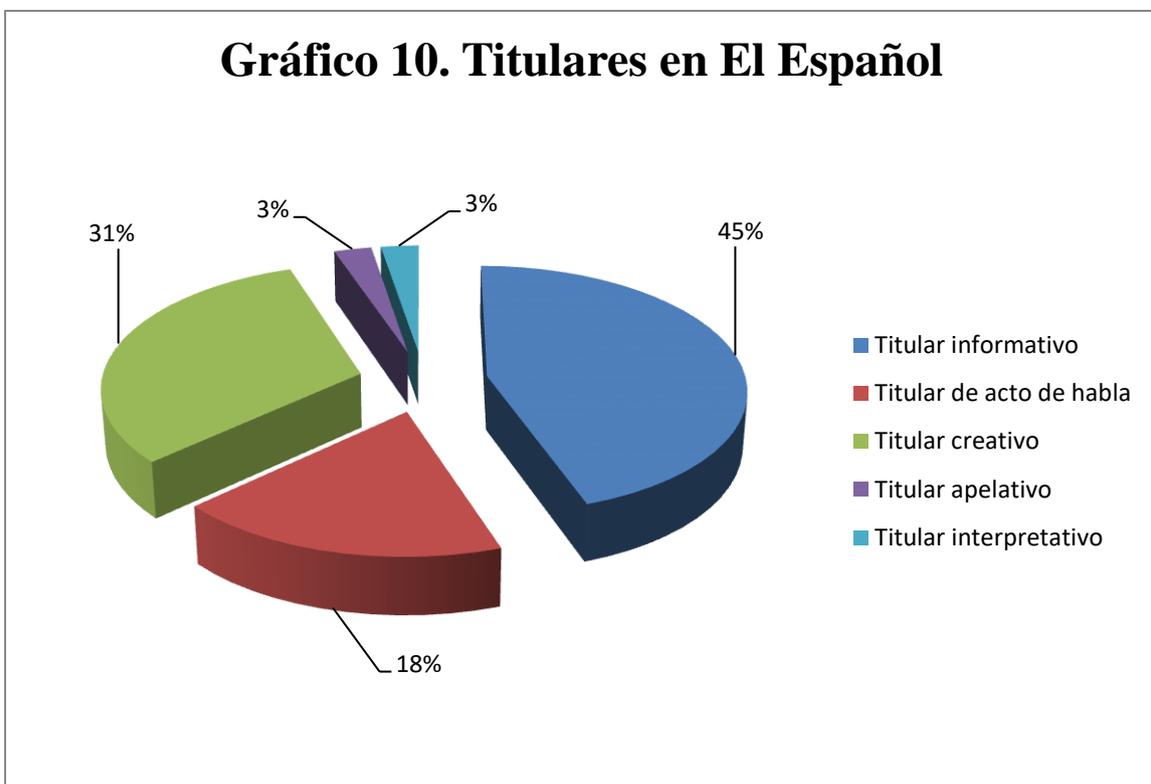


**Fuente: Elaboración propia, 2018**

A diferencia de *ABC*, *El Español* delimita a la perfección aquellas personas que dedican tiempo a estos temas pues, como observamos en *ABC*, este medio da entrada a redactores en la sección Sociedad que, o bien dirigen otras secciones de temática muy diferente, o bien están especializados en otras líneas (ciencia, tecnología, medioambiente, religión...).

Con ello, en lo referente a los titulares que se usan en las piezas de *El Español*, sobresalen, fundamentalmente, los titulares informativos (17) y creativos (7), acordes al género del reportaje, además de los titulares de acto de habla (12), centrados siempre en alguna declaración llamativa de los protagonistas de las piezas sociales, aunque también encontramos titulares apelativos (1) e interpretativos (1). Pongamos algún ejemplo:

- *Alex, 12 años, transexual: “Soy un hombre que menstrua todos los meses”* (acto de habla).
- *Al fútbol le sobran pelotas y estas cinco mujeres lo sufren* (creativo).
- *Así operarán al gaditano que perdió 172 kilos y aún le sobran 40 de piel* (informativo).



**Fuente: Elaboración propia, 2018**

### 4.3. Enfoque: lo negativo, lo positivo y lo necesario

Las casi cien piezas analizadas han servido para demostrar que, al menos en España, el Periodismo Social funciona de verdad, principalmente, en la red, espacio donde la medida y la objetividad impera sobre el beneficio, la trivialidad y la subjetividad. Ello sirve para hacer un breve repaso a la importancia del enfoque de las diferentes informaciones que han sido seleccionadas para abordar nuestro análisis. Un enfoque que no siempre es igual y que varía en demasía del papel a la red.

Las nuevas tecnologías han abierto nuevas puertas para un desarrollo más eficaz del periodismo. Las plataformas digitales han cambiado de forma radical la forma de elaborar piezas periodísticas o de cubrir acontecimientos de actualidad, pues los usuarios ansían acceder a las informaciones casi automáticamente, al mismo tiempo que los hechos ocurren, lo que obliga al periodista a adaptarse completamente a estas nuevas situaciones.

Esforzarse por desarrollar trabajos más medidos, analíticos y reposados de la mano de formatos muy variados conlleva que, como hemos podido observar en *El Español*, el enfoque que se da a las piezas periodísticas se centre más, en este caso, en lo que denominamos como positivo y necesario dentro de un buen desempeño del Periodismo Social. Y esto lo afirmamos por varios motivos.

En primer lugar, por las líneas temáticas que encontramos en los reportajes de *El Español* que conllevan, de una forma u otra, la etiqueta sociedad. En ellos, este medio de comunicación nativo digital apuesta encarecidamente por centrarse únicamente en mostrar una imagen de lo verdaderamente necesario de la mano de fuentes de información directa, usando testimonios reales y parcelando la información que se da, sin salirse del tema que guía cada uno de los reportajes y dando la sensación continuamente de que la única intención del medio es divulgar la situación de colectivos que tienen poca voz social y mediática con respecto a los poderes políticos o económicos.

Esto queda reflejado en la gran mayoría de piezas periodísticas que hemos seleccionado en *El Español*, aunque podemos mencionar dos casos que, realmente, llaman la atención por su relevancia en esta cuestión.



La revolución de los abuelos: así son los pensionistas que ponen en jaque a Rajoy.

Así titula Pepe Barahona y Fernando Ruso un reportaje centrado en la tercera edad y en la problemática de las pensiones que, en las últimas semanas, ha sido protagonista en el Congreso. Esta pieza, lejos de convertirse en un alegato político en un artículo de opinión centrado en verter críticas al gobierno, apuesta por dar voz al colectivo, en este caso de la tercera edad, pues se considera que es lo realmente necesario y positivo

de cara a que los lectores comprendan tal situación, pues la mayoría de medios de comunicación han apostado anteriormente por dar protagonismo solo al plano político. Así, los problemas del colectivo para salir adelante día a día con pensiones mínimas protagonizan un reportaje que es claro ejemplo de cómo lo necesario prima ante el morbo y la trivialidad.



El hasta luego de los jornaleros de Somonte, la finca cuatro veces ocupada por el SAT: “Habrà una quinta”.

Así titula Pepe Barahona y Fernando Ruso un reportaje centrado en colectivos sin hogar. En esta pieza se da protagonismo, principalmente, a todos los afectados por esta situación, así como al propio desalojo de la finca ocupada por jornaleros andaluces. Al igual que en la anterior pieza analizada, aquí encontramos una situación similar pues, lejos de convertirse

en un artículo de opinión extenso, donde las cuestiones políticas o económicas primen al resto, el medio apuesta por entrevistar a cada uno de los afectados para que estos relacionen la situación que viven, así como el día a día de una persona que sufre las

consecuencias directas de la pobreza. Lo necesario vuelve a primar para ofrecer lo que verdaderamente importa a los lectores.

Dicho esto, podemos decir que prácticamente el 100% de las piezas seleccionadas en *El Español* cumplen con la dinámica de mostrar lo positivo y lo necesario dentro de lo que es un Periodismo Social de calidad, aquel que apuesta por dar voz a la sociedad civil, los verdaderos protagonistas de estas piezas periodísticas.

La otra cara de la moneda podemos verla en *ABC*, donde lo negativo y lo no necesario en Periodismo Social priman en piezas periodísticas que no siguen una línea concreta en sus temáticas sino que, más bien, apuesta por publicar todos aquellos materiales que el medio entiende que pueden hacer referencia a la etiqueta sociedad, convirtiéndose en un verdadero “cajón de sastre”.

La sección Sociedad no necesita, por ejemplo, de piezas periodísticas centradas en sucesos y, en cambio, *ABC* da un protagonismo bastante relevante a estos temas en esta sección. Hasta el 22% de las informaciones seleccionadas se centran en sucesos, mientras que también podemos encontrar otros temas no necesarios como son ciencia, economía, política, tecnología, medioambiente o religión. Pongamos algún ejemplo.

*Llega el tinte de grafeno, coloración duradera sin dañar el cabello*, género informativo (noticia) centrado en temáticas alejadas del Periodismo Social, en este caso es una información referente a una cuestión científica, como es la utilización del grafeno para cambiar el color del cabello sin dañarlo. Información no necesaria y, en este caso, negativa, pues no hace más que dañar los objetivos que persigue un buen Periodismo Social.

*Úrsula Mascaró: “Hemos despertado porque el separatismo nos iba a arrasar”*, género informativo (entrevista) centrado en una cuestión meramente política. Se habla del independentismo trasladado a las Islas Baleares, analizando así el idioma catalán que se trasladó primero a las aulas y, actualmente, a la sanidad, lo que está conllevando la fuga de profesionales porque el catalán apenas se comprende. En esta entrevista se aprovecha para atizar al PSOE balear, en una muestra de provecho del medio para sacar a la luz su propia ideología, más a la derecha. Una prueba más de que *ABC* no decide apostar por lo realmente necesario o lo positivo, sino más bien por el interés propio, el beneficio y la trivialidad, líneas que se pueden catalogar como negativas, pues no hacen

más que ensuciar la imagen y los principales objetivos de un buen Periodismo Social, el que debería primar tanto en medios escritos como en medios nativos digitales.

#### **4.4. Información, opinión y mercancía**

Nuestro análisis centrado en piezas periodísticas de *ABC* y *El Español* ha servido, junto a lo ya mencionado, para confirmar que, en los diferentes géneros periodísticos, muchas veces es difícil diferenciar la opinión de la información. Durante los últimos años, son muchos los periodistas que consideran que la propia escritura periodística consiste en algo parecido a escribir desde el punto de vista personal, pues en numerosas piezas informativas el propio periodista intercala sus propias impresiones y opiniones (Kovach y Rosenstiel, 2003: 219).

Es por ello que, pese a lo que debería ser, la diferenciación entre lo informativo y lo opinativo en los diferentes medios de comunicación, principalmente aquellos con mayor peso y tradición, no siempre son explícitas ni resultan nítidas. El periodista, en la actualidad, provoca en demasía que una determinada noticia, reportaje o crónica se convierta, en realidad, en un texto repleto de juicios categóricos de su autor (Susana Herrera Damas y Carlos Maciá Barber, 2010: p. 186), lo que daña al Periodismo Social.

Así, la Resolución 1.003 sobre ética del periodismo del Consejo de Europa (1993) establece en su artículo 3 que “el principio básico de toda consideración ética del periodismo debe partir de una clara diferenciación entre noticias y opiniones, evitando cualquier confusión” (arts. 5 y 6). Dicho esto, el periodismo debe entenderse como un servicio público orientado a ofrecer cuantos más datos permitan al destinatario para que este comprenda la realidad y forme un criterio propio (Libro de Estilo Vocento, Principios Editoriales, 1.1.), alejado de la opinión propia del periodista.

Por tanto, la diferenciación entre opinión e información en cualquier medio de comunicación o en cualquiera que sea la plataforma debe ser clara, nítida y escrupulosa, pues para cada una de ellas existen secciones específicas ya que, en caso contrario, de nada serviría contar en los medios de comunicación con secciones específicas para la opinión, pues consideramos que en la actualidad colea, en demasiadas ocasiones, la opinión por cualquiera de las secciones de los medios, principalmente de los escritos con

más tradición, como es el caso de *ABC*, buscando fundamentalmente convertir la información en mercancía y, así, generar más beneficios.

Observamos en las diferentes piezas periodísticas seleccionadas en *ABC* como, en muchas ocasiones, la información y la opinión van de la mano en los diferentes géneros periodísticos utilizados en la sección Sociedad. La etiqueta social se utiliza, en demasía, para colocar piezas que conjugan información y opinión y que no en pocas ocasiones se convierten en mercancía, en productos que buscan el beneficio económico y la llamada de atención de los lectores. Encontramos ejemplos:

- *El PSOE pide rebajar las penas por el atropello mortal de ciclistas*. Género informativo, en este caso noticia, centrado en una cuestión fundamentalmente política, pues se habla de la tramitación de la reforma del código penal para aumentar la pena de los conductores que atropellan mortalmente a ciclistas. En esta pieza periodística se aprovecha una cuestión delicada para “atizar” al PSOE con respecto a su posición en esta cuestión, saliendo a la luz la ideología de *ABC*. La noticia se convierte en un cuadrilátero de batalla entre representantes de diferentes partidos políticos unidos a la opinión personal del redactor, que aparece en demasiadas ocasiones de la mano de frases como “*El PSOE pide que sean solo seis años, dos más que lo que fija ahora el Código Penal, que son cuatro*” o “*Igualmente, rechazan la creación de un subtipo específico en el Código Penal, que incluya el delito de abandono del lugar del accidente*”.

Dicho esto, hemos podido constatar como la opinión se ha convertido en otro de los grandes inconvenientes para el Periodismo Social, pues son varios los medios, entre ellos el que hemos seleccionado en nuestro análisis, *ABC*, que entienden la sección Sociedad como una más donde el beneficio debe primar ante cualquier otra cuestión.

La separación entre información y opinión en las piezas periodísticas se exige, aunque esta dependa, en última instancia, de la honradez de los propios periodistas, los cuales deben dejar su ideología a las puertas de la redacción y respetar la máxima de que, en lo informativo e interpretativo, los juicios deben ser formulados por el propio lector (Manual de estilo para informadores de radio: RTVE, art. I.6 [A]).

#### **4.5. La fotografía, clave en Periodismo Social**

A día de hoy, es difícil asimilar como buena una pieza periodística cuando no contiene documentos gráficos. La fotografía se ha convertido en un pilar básico del periodismo, principalmente en aquel que se centran en temas muy parcelados y pensados previamente antes de redactar. Periodismo y fotografía van de la mano, tanto como la importancia de las fuentes orales – civiles – dentro de los reportajes con la etiqueta Sociedad.

Edward Goyeneche señala en su trabajo *Fotografía y Sociedad* los numerosos usos que puede aportar un buen conjunto de imágenes. De su mano, los lectores pueden encontrarse y asimilar en ellas usos familiares, políticos o económicos, por ejemplo cumpliendo funciones de integración social, de representación del prestigio y de las jerarquías sociales, así como de valores asociados al género o a las identidades políticas y profesionales.

Dicho esto, entender y conocer a un determinado colectivo social pasa tanto por su propio relato como por la representación gráfica de su día a día, de su entorno y, sobre todo, de su físico y expresión. La importancia de la fotografía es tal que está en todas las facetas de la vida de un ser humano, pues nuestra memoria guarda tanto imágenes agradables como desalentadoras, pero todas ellas forman parte de nuestra realidad y del entorno que nos rodea, presencia en todo lo humano que ha hecho de la fotografía un elemento indispensable (Alfonso de la Quintana García, 2012) que no siempre es bien tratado por los medios de comunicación.

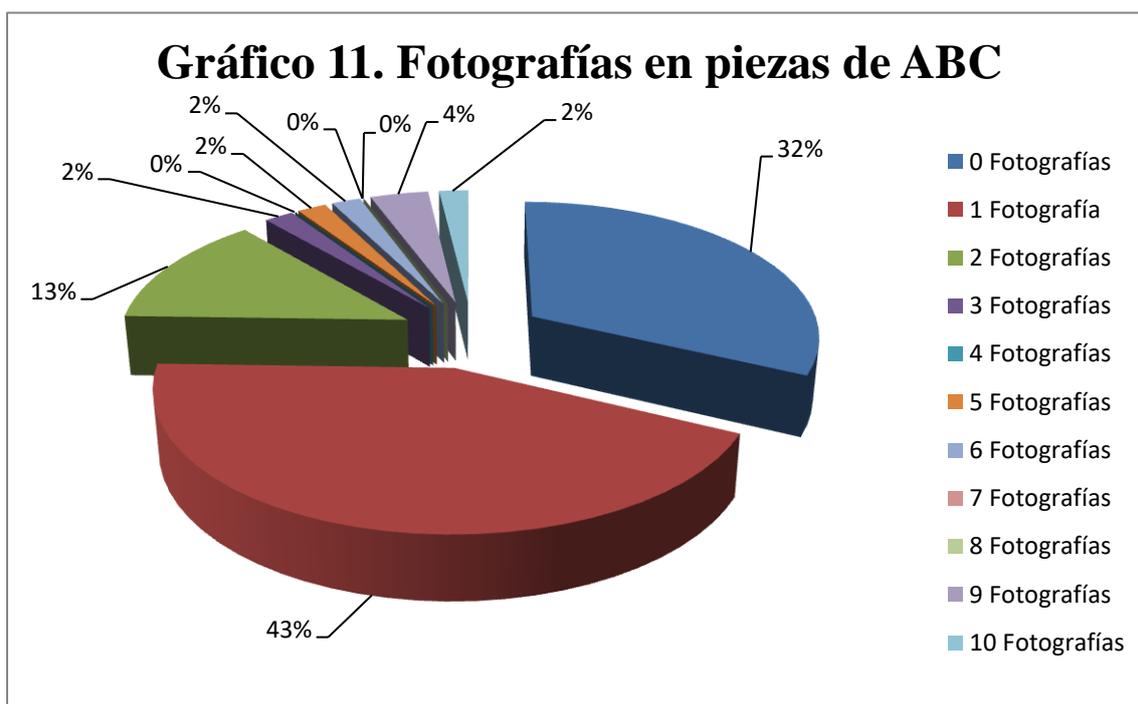
La fotografía se intercambia y se consume de manera simbólica. Esta se encuentra avalada, técnica, social y culturalmente en su funcionalidad práctica. Podemos decir que hemos sido educados sentimentalmente frente al objeto fotográfico.

Frente a la imagen fotográfica, muchas veces sentimos añoranza por un pasado que ya fue. Evocamos, en la representación, la imagen de algún ser querido y lo cargamos como amuleto en carteras, bolsos, collares, llaveros, libretas o paredes. El sentimentalismo que le otorgamos a la fotografía remarca su valor de uso práctico y borra su valor de copia o de simulación: La fotografía es la realidad, y el objeto real a menudo se considera una decepción. Deseo, nostalgia, añoranza, recuerdo, amor y hasta

odio; el objeto fotográfico se transmuta en la representación de la imagen que proyecta. Lo abstracto (el sentimiento, las emociones) encuentra su correspondencia frente a la foto-objeto, desvaneciéndose en la superficialidad y en la apariencia de la imagen. Social y culturalmente, somos interpelados a condensar nuestra experiencia en el objeto fotográfico y a atribuirle la misma emotividad. En cierta medida, se trata de humanizarlo. Es muchas veces impensable, en el mundo contemporáneo, que una familia no tenga fotografías de sus hijos o de sus miembros, pues es el objeto fotográfico el que permite diagnosticar la realidad vivida, fijarla en la memoria familiar (Mydalis Mayline Lugo Marrero, 2014: 131).

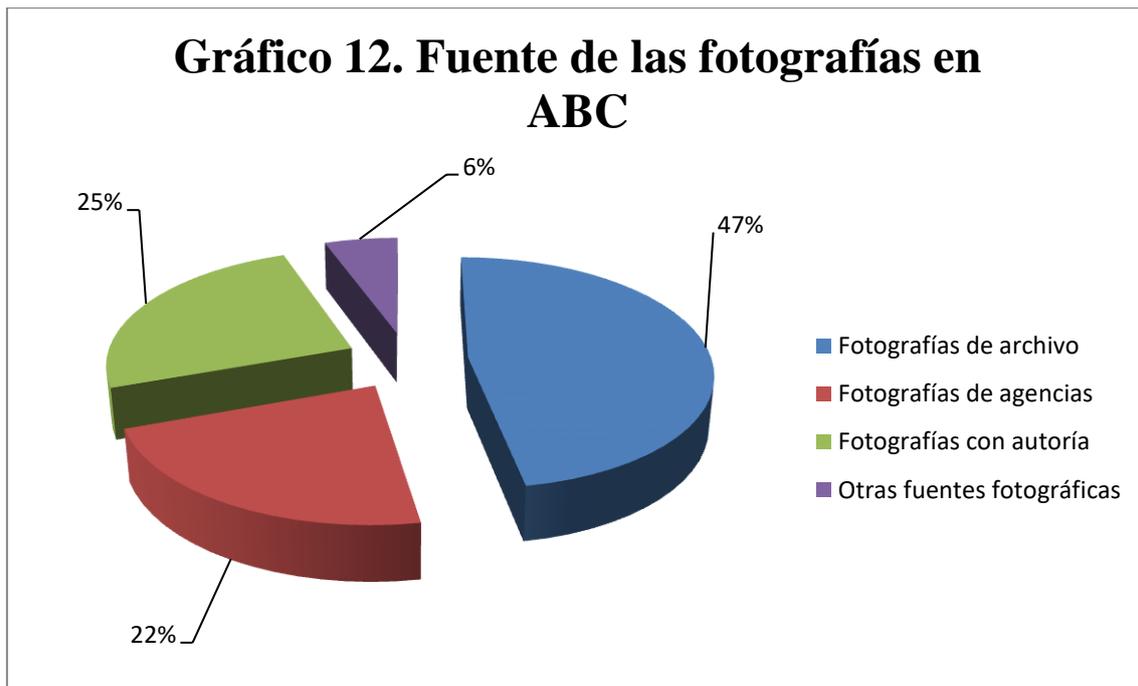
Es por ello que, una vez concluido nuestro análisis en *ABC* y *El Español*, podemos afirmar que la fotografía cumple una función clave en el Periodismo Social, algo que queda reflejado, fundamentalmente, en *El Español*, diario que contrasta con *ABC*, pues *El Español* decide dar una importancia capital a la fotografía, todo lo contrario que *ABC*, que apuesta más por fotografías de agencia, archivo o similares.

En primer lugar, es bastante relevante señalar el número de fotografías utilizadas en las piezas periodísticas de *ABC*: 10 fotografías (1 pieza informativa), 9 fotografías (2 piezas informativas), 6 fotografías (1 pieza informativa), 5 fotografías (1 pieza informativa), 3 fotografías (1 pieza informativa), 2 fotografías (7 piezas informativas), 1 fotografías (23 piezas informativas) y 0 fotografías (17 piezas informativas). Impera, principalmente, o no utilizar fotografías o solo hacer uso de una para ilustrar la información.



Fuente: Elaboración propia, 2018

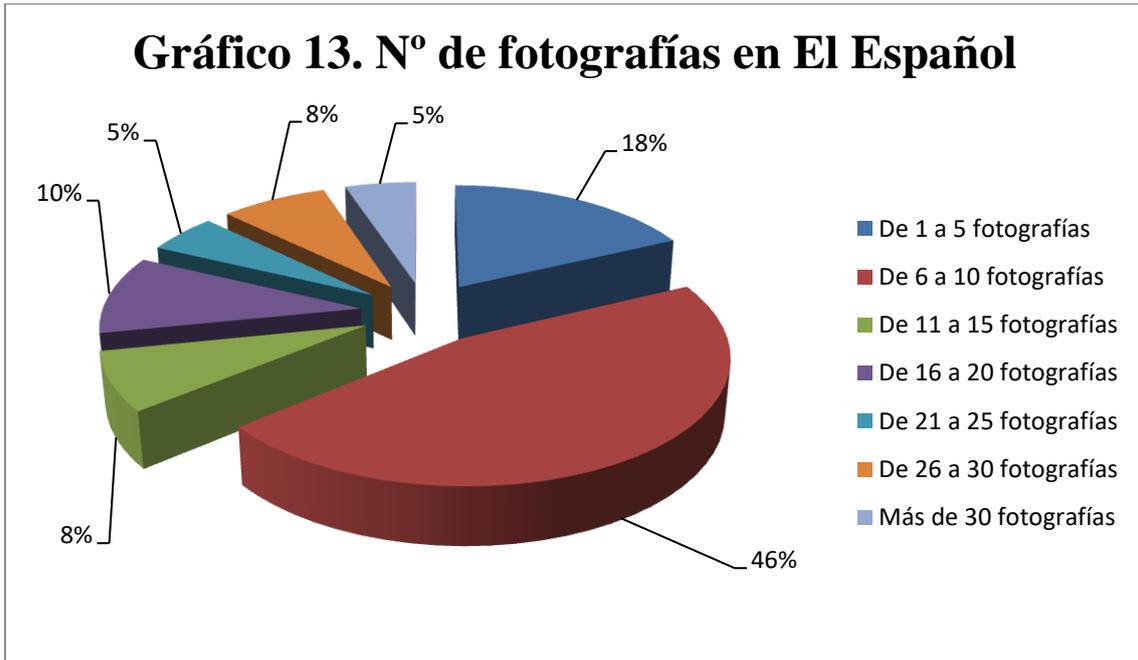
Junto a ello, es bastante revelador el hecho de que apenas tengan fotógrafos propios en las piezas periodísticas publicadas en la sección Sociedad, pues la mayoría de fotografías o proceden de agencias o, por el contrario, son fotografías de archivo que, en muchas ocasiones, ni tan siquiera llevan firma. En concreto, encontramos 17 piezas con fotografías de archivo, 8 piezas con fotografías de agencias, 9 piezas con fotografías de autor y 2 piezas con fuentes ajenas.



Fuente: Elaboración propia, 2018

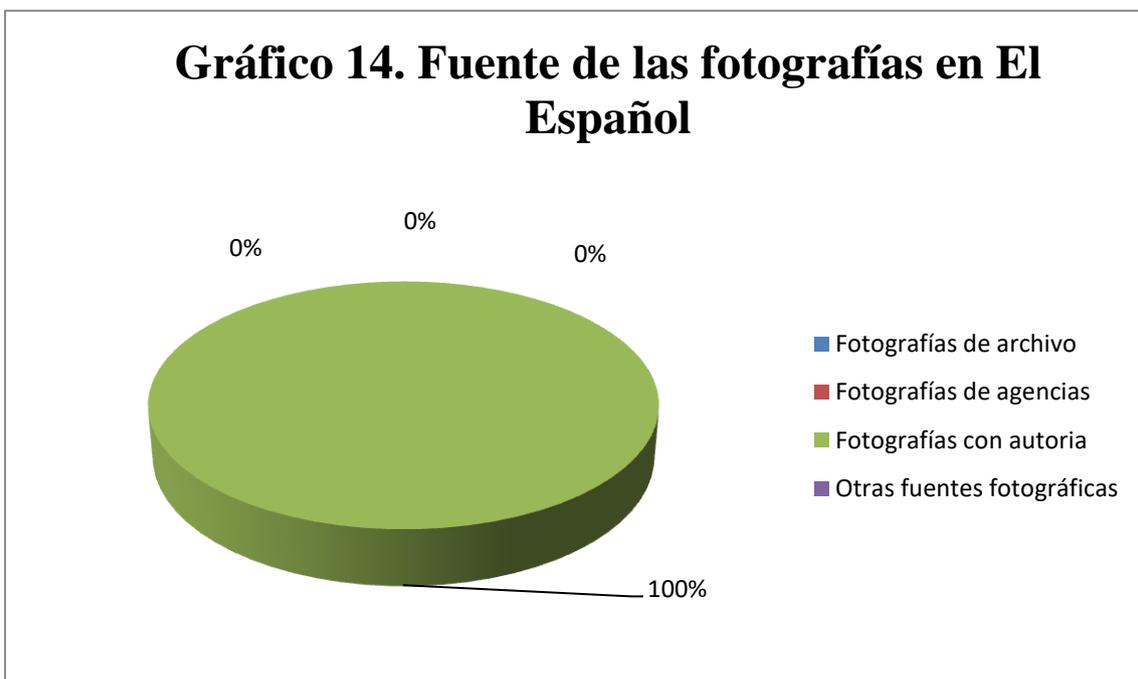
Por el contrario, la otra cara de la moneda la podemos ver continuamente en *El Español*, que si decide apostar por un trabajo gráfico acorde al trabajo escrito, dando prácticamente el mismo protagonismo y la misma relevancia a ambas parcelas y cuidando la imagen tanto, o incluso más, que la propia redacción, algo que se refleja en todos los reportajes analizados con la etiqueta sociedad a lo largo del periodo que hemos seleccionado.

En concreto, estos son los resultados de las piezas informativas seleccionadas en este medio de comunicación nativo digital: de 1 a 5 fotografías (7 reportajes), de 6 a 10 fotografías (18 reportajes), de 11 a 15 (3 reportajes), de 16 a 20 fotografías (4 reportajes), de 21 a 25 fotografías (2 reportajes), de 26 a 30 fotografías (3 reportajes) y más de 30 fotografías (2 reportajes).



Fuente: Elaboración propia, 2018

Además, *El Español* sí que cuenta con la parcela fotográfica bien estudiada y pensada. Para ello, cuenta casi en exclusiva con un solo fotógrafo para este tipo de reportajes. Fernando Ruso es el encargado de firmar todos los reportajes fotográficos inmersos en los redactados, dando así un toque personal y diferente con respecto a todo lo publicado en otros medios de comunicación.



Fuente: Elaboración propia, 2018

Dicho esto, no solo es relevante el hecho de que *El Español* utilice gran cantidad de fotografías en sus reportajes sociales o que solo utilice un único fotógrafo especializado en esta temática. También lo es porque las fotografías publicadas siguen completamente el hilo conductor de la redacción. Todas las fotografías publicadas se caracterizan por tener un sentido muy marcado: todas pretenden mostrar la verdadera realidad de los colectivos protagonistas, ya sean mediante sus rostros (siempre presentes en los reportajes), el entorno, las actividades que desarrollan en su día a día o escenas y detalles muy reveladores. Pongamos un ejemplo.

Podemos utilizar el reportaje *Las ancianas boxeadoras de Cádiz: así se entrenan para noquear al machismo* como ejemplo claro de método de uso de fotografías en *El Español*.



Ana, Dolores, María y Carmen junto a la sede de la asociación de vecinos. Fernando Ruso

REPORTAJES / DEFENSA PERSONAL

## Las ancianas boxeadoras de Cádiz: así se entrenan para noquear al machismo

En el barrio de Santa María, las jubiladas reciben clases de pugilismo. Aprenden a defenderse, a la vez que consiguen verbalizar situaciones de maltrato y violencia que han vivido durante su octogenaria vida.

11 febrero, 2018 - 02:29



Boxeadoras octogenarias. Fernando Ruso



Manuela Aragón recibe instrucciones de Jesús para protegerse ante una agresión. Fernando Ruso



Carmen Sánchez, 80 años, viuda. Ha vencido al cáncer en dos ocasiones. Fernando Ruso



Ana Franco, 72 años y vecina del barrio de Santa María de Cádiz. Fernando Ruso

Estas cinco imágenes son solo un pequeño ejemplo de las muchas que podemos observar en los reportajes de *El Español*. Aquí observamos cómo las mismas ayudan a los lectores a comprender mucho mejor la realidad y los rostros de los protagonistas de los reportajes. Todas ellas son tratadas con enorme delicadeza y respeto, con el único objetivo de dar voz a los protagonistas de los colectivos.

#### **4.6. Viabilidad de la Sección Sociedad**

Hemos comprobado como la forma, el tratamiento y la metodología en cuanto al uso de la sección Sociedad varía mucho de un medio de comunicación a otro, sobre todo de un medio escrito a un medio nativo digital, como hemos podido comprobar de la mano de *ABC*, en su edición escrita, y de *El Español*, en su edición digital. Por lo tanto, no está de más valorar la viabilidad que puede tener en la actualidad contar o no con una sección Sociedad como tal pues, como hemos podido ver, el hecho de tener una sección parcelada no implica directamente un buen tratamiento de la misma, pues puede ocurrir, como observamos en *El Español*, que la no presencia de esta sección llegue a ser incluso más positivo para el tratamiento de la etiqueta sociedad.

Con la sección Sociedad de *ABC* hemos sido conscientes de como una sección propiamente dicha puede implicar demasiados puntos negativos, los que caracterizan al periodismo actualmente de la mano de la nueva era de la comunicación y la información con sus nuevas tecnologías y redes sociales. La inmediatez, la rapidez y la trivialidad, ello para ganar lectores de forma rápida y sin apenas medida o reflexión, se ha adueñado de todo aquello que se introduce en secciones que copan diariamente los medios de comunicación escritos, algo latente en *ABC* y en su sección Sociedad, donde hemos visto que cabe todo y que los temas tratados en ella apenas tienen relación entre sí ni dan protagonismo a los verdaderos protagonistas: la sociedad civil.

Mientras tanto, es evidente como en *El Español*, donde no existe una sección Sociedad como tal, el tratamiento de los temas con la etiqueta sociedad es mucho más personalizado, crítico, reflexivo y medurado, dando a ellos el tiempo necesario para una elaboración óptima de las piezas escritas y gráficas, sin prisas y sin el tiempo como único protagonista, convirtiendo a estos reportajes en piezas que pueden ser consumidas

en cualquier momento y fecha, algo que da un plus de calidad y que, incluso, llega a rozar lo literario.

Dicho esto, se puede afirmar que el hecho de contar con una sección Sociedad puede llegar incluso a ser más negativo para este tipo de periodismo ya que, como ocurre en otras secciones, esto acaba por mezclar los temas sociales con cuestiones que nada tienen que ver con ellos. Es decir, se trata más bien de seguir un modelo similar al que sigue *El Español*, que apuesta por tratar esta línea temática de forma más natural y sin forzar nada, colocando la etiqueta sociedad en una sección más general, denominada “Reportajes”, donde incluye todos aquellos temas que necesitan de bastante tiempo para una elaboración óptima de las piezas, quitando así a este periodismo la presión de la inmediatez y la actualidad.

## 5. DISCUSIÓN

El análisis de dos medios de comunicación referentes en España, cada uno en sus plataformas, como son *ABC* y *El Español*, centrándonos fundamentalmente en las informaciones sociales, nos ha servido para demostrar una serie de aspectos que no hacen más que dañar la imagen, forma y función del periodismo, con todo lo que ello implica.

En primer lugar, a través de las piezas periodísticas seleccionadas, hemos sido testigos de la enorme diferencia existente en el trato del Periodismo Social en un medio de comunicación tradicional escrito y un medio de comunicación nativo digital. A diferencia de lo que debería ser, lo cierto es que la labor del periodismo varía en demasía del papel a la red, algo que consideramos que puede llegar a ser positivo y negativo a la misma vez pues, pese a lo negativo, existe hoy algo de luz en el desempeño profesional de esta parcela periodística, fundamentalmente en la red.

Así, creemos que los medios de comunicación más tradicionales, centrándonos en nuestro caso en *ABC*, ven la sección Sociedad más como un “cajón de sastre” donde cabe todo. En este espacio deberían primar las informaciones centradas en la sociedad civil como principal protagonista y, de la mano de nuestra investigación, hemos podido constatar que no es así, pues las piezas periodísticas podrían formar parte de otras muchas secciones. Es más, las informaciones sociales no son las que tienen mayor protagonismo, pues encontramos otras líneas temáticas con mayor relevancia en la sección Sociedad, como puede ser Sucesos, Ciencia y Tecnología o Política, entre otros muchos temas que apenas tienen relación con las cuestiones sociales y que no hacen más que manchar el verdadero objetivo del Periodismo Social.

Dicho esto, consideramos que los medios más tradicionales ven más la sección Sociedad como una oportunidad para colocar todas aquellas informaciones que no saben muy bien a qué parcela del diario debería pertenecer y, por el contrario, no tienen claramente definidos los objetivos, funciones y materiales que diariamente incluyen en este espacio.

Por el contrario, creemos que el Periodismo Social que se hace hoy en la red se ha convertido en una muy buena alternativa para dar una visión nueva a los lectores de lo

que verdaderamente es el Periodismo Social. De la mano de *El Español*, hemos podido constatar que los medios nativos digitales apuestan por dar voz a la sociedad civil, a pesar de no contar con secciones Sociedad específicas para ello. Intentan, de la mano fundamentalmente de reportajes mesurados, objetivos, parciales y contrastados, contactar con los protagonistas de los colectivos sociales para hacerlos protagonistas en un mundo en el que, a menudo, se sienten desplazados.

Podemos afirmar que el uso de fuentes que se hace en la red, hablando de Periodismo Social, es lo que más se acerca a la verdadera definición de esta parcela periodística, pues la entrevista a los protagonistas de determinados colectivos vulnerables de nuestra sociedad guía todas las informaciones que conllevan, de una forma u otra, la etiqueta sociedad.

Por tanto, consideramos que los medios nativos digitales, en referencia a piezas periodísticas centradas en la Sociedad, cumplen los estandartes de la profesión periodística y, en concreto, los de esta parcela del periodismo, pues dan total protagonismo a la sociedad civil y apuestan más por el servicio que por el beneficio y la inmediatez, aumentando así la calidad de la democracia a nivel global.

Junto a ello, consideramos que, actualmente, existe un desorden importante en cuanto a las autorías de las piezas sociales. En primer lugar, porque los medios más tradicionales y en formato escrito apenas cuentan con periodistas especializados en cuestiones sociales, sino que tienden más, siguiendo la ley del “cajón de sastre”, a hacer uso de compañeros encargados de otras secciones para completar las piezas de esta sección, quitando así rigor y credibilidad a estas informaciones.

A su vez, afirmamos que los medios nativos digitales son una buena alternativa, también, porque podemos ver como en las piezas periodísticas centradas en la sociedad cuentan con periodistas y fotógrafos especializados que, normalmente, elaboran estas informaciones, lo que da aún más credibilidad y calidad a todo lo que se cuenta en este tipo de informaciones.

Creemos, por tanto, que la sección Sociedad hoy es una parcela en desuso en algunos medios de comunicación, fundamentalmente, porque ella no hace más que perjudicar a las cuestiones que tienen a la sociedad civil como principal protagonista. En este tipo de informaciones, la inmediatez, la actualidad y las prisas que caracterizan al que

denominamos como “Periodismo de Sección” hacen un flaco favor a una línea temática que requiere de tiempo, dedicación, crítica y reflexión.

Para concluir, nuestra investigación también nos ha servido para recalcar el valor que tiene la fotografía actualmente en el periodismo. Hoy, el Periodismo Social no pueden entenderse sin un buen reportaje gráfico que no solo acompañe a lo escrito, sino que sea un complemento necesario y casi obligatorio en las piezas periodísticas centradas en la sociedad, pues dichas fotografías no hacen más que aumentar la calidad de las piezas, así como concienciar a la sociedad para que esta tenga una comprensión de los colectivos mucho más amplia y desarrollada.

## 6. CONCLUSIONES

- **C1.** Los medios de comunicación tradicionales, poniendo *ABC* como ejemplo analizado, utilizan la sección Sociedad como un “cajón de sastre” donde caben todas aquellas líneas temáticas que no tienen una clara definición.
- **C2.** Los medios de comunicación nativos digitales, poniendo *El Español* como ejemplo analizado, se presentan actualmente como una buena alternativa para ofrecer un Periodismo Social de calidad, acorde a los estándares de la profesión periodística y de esta parcela, dando así el total protagonismo a la sociedad civil y elaborando piezas medidas, parciales, objetivas y contrastadas.
- **C3.** Los medios de comunicación tradicionales no cuentan siempre con redactores y fotógrafos especializados para tratar las cuestiones sociales.
- **C4.** Los medios de comunicación nativos digitales cuentan siempre con redactores y fotógrafos especializados para tratar las cuestiones sociales.
- **C5.** La inmediatez y la presión existente en los medios tradicionales afecta a la calidad de las piezas periodísticas centradas en cuestiones sociales, a menudo poco contrastadas y con escasas fuentes sociales.
- **C6.** Los diarios nativos digitales, pese a vivir con la presión de la red, apuestan por piezas periodísticas sociales que rozan lo literario y que pueden consumirse en cualquier momento.
- **C7.** No es viable actualmente contar con una sección Sociedad como tal en los medios de comunicación, pues ello implica que la inmediatez y la actualidad prime ante la medida y el contraste de fuentes que tengan a la sociedad civil como protagonista.
- **C8.** El Periodismo Social debe ir de la mano de reportajes fotográficos que muestren la realidad de los diferentes colectivos sociales tratados y que complementen, con calidad, a la redacción de las piezas periodísticas.

## 7. REFERENCIAS

Álvarez Díaz, A., (2009), *Periodismo social, una nueva mirada a la realidad*, Actas I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, Universidad de La Laguna, Santa Cruz de Tenerife, Sociedad Latina de Comunicación Social. 8-11 de diciembre. <https://bit.ly/1zgZ5zP>

Álvarez, A., (2013), *Periodismo Social: la voz del tercer sector*, Tenerife, España, Cuadernos Artesanos de Comunicación.

Belda García, L.M., (2007), *Periodismo social: el compromiso de la información*, libro de estilo de Servimedia. Madrid: Servimedia, 2ª edición.

Berganza Conde, M.R., (2005), *Periodismo Especializado*, Navarra: Ediciones Internacionales Universitarias.

Cytrynblum, A., (2004), *Periodismo social. Una nueva disciplina*, Buenos Aires: Editorial Inclusiones, 2ª edición.

De Dios, L.M., (2007), *Periodismo Social*, Jornada de Periodismo Social, Tordesillas: Obra Social de Caja España.

De la Cruz Álvarez, A., (2010), *El tratamiento de las informaciones sobre Discapacidad e Inclusión y Desarrollo Sostenible en los periódicos tinerfeños*, Soportes Audiovisuales e Informáticos, Serie Tesis Doctorales.

De la Quintana, A., (2012), La fotografía periodística: un arte a subasta, *Arte y Sociedad: Revista de Investigación*, Número 1, Universidad Rey Juan Carlos I (Madrid). <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-LaFotografiaPeriodisticaUnArteASubasta-3868724.pdf> (consultado el 19/04/2018).

Barriga Bravo, J. J., (2006), Entrevista publicada en la web del II Congreso Internacional de Alfabetización Tecnológica, celebrado el 29 y 30 de noviembre y el 1 de diciembre de 2006 en Badajoz. <https://bit.ly/2HILXc1>

Fernández del Moral, J., (2004), *Periodismo Especializado*, Barcelona: Ariel.

Gallego, J. (2009), La perspectiva de género aplicada a la información, en Luengo Cruz, María y Fustes Corpas, Celia (coords.), *En la agenda de los medios: el periodismo social como clave del desarrollo*, Universidad Carlos III. Madrid, pág. 35. <https://bit.ly/1zgZ5zP> (consultado el 18 de febrero de 2018).

Gallego Ayala, J., (2003), *Información de Sociedad. Del suceso a la calidad de vida*, Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona, Colecciones Materials, Servei de Publicacions (consultado el 12/03/2018).

García Mongay, F. (2015), Diez claves para conocer el nuevo proyecto de Pedro J. Ramírez, *20 Minutos*, Edición Web. <https://bit.ly/2JMkk8I> (consultado el 06/04/2018).

Goyeneche Gómez, E., (2009), Fotografía y sociedad. *En Fotografía y sociedad*, 15- 38. Medellín, Colombia: La Carreta, 2009 (consultado el 19/04/2018).

Herrera Damas, S. y Maciá Barber, C., (2010), Periodistas y ciudadanía ante la mixtura de información y opinión en los mensajes periodísticos. Investigación de campo en la Comunidad de Madrid (2007-2009), *Estudio sobre el Mensaje Periodístico*, 16, pp. 185-208. <https://bit.ly/2JMoBHG> (consultado el 18/04/2018).

Israel Garzón, E., (2014), Educar en el periodismo social e intercultural, *Aularia, Revista Digital de Comunicación*, Vol. 3, No. 2. <https://bit.ly/2sXKitC>

Kovach, B. y Rosenstiel, (2003), *Los elementos del Periodismo*, El País (Santillana), 284 páginas (consultado el 18/04/2018). <https://bit.ly/2JzJmXu>

Llobet, L., (2009), Periodismo social y cívico, nuevas propuestas... siempre dentro del sistema establecido, *Temas de Comunicación*, Universidad Católica Andrés Bello, N° 19, pp. 59-78. <https://bit.ly/2JOORCR>

Lugo Barrero, M., (2014), El valor de la fotografía, *Oficios Terrestres. Revista electrónica sobre ciencias sociales desde la comunicación y la cultura*, N° 31, pp. 124-135, Recinto universitario de Mayagüez, Universidad de Puerto Rico. <https://bit.ly/2HJWYtx> (consultado el 19/04/2018).

Mancinas Chávez, R. (2016): Fundamentos teóricos de la Estructura de la Información. Cuadernos Artesanos de Comunicación, 106. La Laguna (Tenerife): Latina. <https://bit.ly/2JzSXxu>

Martínez Albertos, J. L. (1974). *Redacción Periodística. Los Estilos y los Géneros en la Prensa Escrita*. Barcelona: ATE.

Martini, S. (2000): *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.

Mayoral Sánchez, J., (2005), Fuentes de información y credibilidad periodística, *Estudios sobre el mensaje periodístico*, Nº 11, <https://bit.ly/1wnsZNP> (consultado el 08/03/2018).

Nieto Báez, C. y Aguaded Gómez, J. I., (1993), *Aprender a analizar los medios. Instrumento para el análisis de la imagen de la universidad en la prensa*, <https://bit.ly/2MinWMq> (consultado el 05/03/2018).

Peñaranda, R., (2000), *Géneros periodísticos: ¿Qué son y para qué sirven?* Sala de Prensa, Año III, Vol.2, <https://bit.ly/2JxblaA> (consultado el 07/03/2018)

Pérez Curiel, Concha (2003): Especialización periodística y democratización del conocimiento: estudio de las fuentes institucionales, en Herrera Aguado, Carmen (Ed.): *Técnicas, procesos y ámbitos del periodismo especializado*, Serie Comunicación, Padilla libros Editores y librerías, Sevilla.

Reig, R. y Labio, A. (2017), *El laberinto mundial de la información. Estructura mediática y poder*, Barcelona: Editorial Anthropos, 2017, 302 pp. (consultado el 06/04/2018).

Salaberría, R. y Negredo, S. (2013). *Caracterización de los cibermedios nativos digitales*. En: Cabrera, M. A., *Evolución de los cibermedios: de la convergencia digital a la distribución multiplataforma*. Fragua, 175-180 (consultado el 06/04/2018).

Suárez Villegas, J.C., (2006), *Pluralismo social y participación ciudadana: garantías institucionales del debate público*, IX Congreso Ibercom, Sevilla-Cádiz.

Turati, M., (2007), *Apuntes para un periodismo social*, Prensa Escrita, Web. <https://bit.ly/2JHS95J> (consultado el 08/02/2018).

Martín, F., (1984), *La postura de ABC ante la cuestión social en el primer bienio republicano*, *Studia Historica. Historia contemporánea*, Nº 2, págs. 169-184 (consultado el 09/05/2018).

Martínez Fernández, V.A., Juanate y Boga, O., Crespo Pereira, V., Dolores MahauadBurneo, M. (2015), *Prensa nativa digital y redes sociales: cibermedios en Facebook y Twitter*, Vol. 2, Num. 2, pp. 42-50. <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-PrensaNativaDigitalYRedesSociales-5293935.pdf> (consultado el 06/04/2018).

Vidal, J. M., (2017), *Santiago Martín “culpa” a Ada Colau del atentado de Barcelona*, Religión Digital, Web, <https://bit.ly/2MkiA3m> (consultado el 03/03/2018).

Zorrilla Barroso, J. M., (1996), *El titular de la noticia. Estudio de los titulares informativos en los diarios de difusión nacional*. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Periodismo I. <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19911996/S/3/S3003401.pdf> (consultado el 07/03/2018).

## 8. ANEXOS

### 8.1. Informaciones analizadas en ABC

Nieves, J. M., (15 de marzo de 2018), Adiós a la mente prodigiosa que puso el Universo a nuestro alcance, *ABC de Sevilla*, pp. 60-63.

Mukhanov, V. (15 de marzo de 2018), Solo comparable a Einstein, *ABC de Sevilla*, p. 61.

Israelián, G. (15 de marzo de 2018), El mejor comunicador, *ABC de Sevilla*, p. 62.

Cirac, I. (15 de marzo de 2018), Revolucionó y popularizó la física, *ABC de Sevilla*, p. 63.

Miranda, I., (16 de marzo de 2018), El hogar es el escenario del 70% de las agresiones a niños, *ABC de Sevilla*, pp. 62-63.

Acosta, A., (16 de marzo de 2018), Llega el tinte de grafeno, coloración duradera sin dañar el cabello, *ABC de Sevilla*, p. 63.

Montañés, E., (17 de marzo de 2018), El furor por los huertos urbanos divide a los científicos, *ABC de Sevilla*, pp. 60-61.

Alcaraz, M., (18 de marzo de 2018), Úrsula Mascaró: “Hemos despertado porque el separatismo nos iba a arrasar”, *ABC de Sevilla*, pp. 70-71.

Domínguez, M. P., (18 de marzo de 2018), No hay pensión sin soledad, *ABC de Sevilla*, pp. 72-73.

Álvarez, L., (18 de marzo de 2018), “Darte al prójimo es sonreírle, tenderle la mano o solo escuchar”, *ABC de Sevilla*, p. 74.

Ramírez de Castro, N., (19 de marzo de 2018), La bebida con sabor a chocolate que puede cambiar la historia del síndrome de Down, *ABC de Sevilla*, pp. 90-91.

Montañés, E., (19 de marzo de 2018), Un trabajo “verde” que les capacita, *ABC de Sevilla*, p.91.

Mezkua, U., (20 de marzo de 2018), Uber frena su programa de coches sin conductor tras el primer atropello mortal, *ABC de Sevilla*, p.63.

Ginés, G., (20 de marzo de 2018), España se prepara para la llegada de los drones con pasajeros, *ABC de Sevilla.*, p. 64.

Cuartango, P., (20 de marzo de 2018), Robots sexuales, *ABC de Sevilla*, p. 64.

Miranda, I., (20 de marzo de 2018), “Si una mujer no quiere ser madre la llaman loca, eso no es libertad”, *ABC de Sevilla*, p. 65.

Boo, J. V., (20 de marzo de 2018), El Papa llama criminales a los clientes de la prostitución, *ABC de Sevilla*, p. 65.

Daniele, L., (21 de marzo de 2018), La Iglesia recibe más fondos que nunca del IRPF pero pierde contribuyentes, *ABC de Sevilla*, p. 63.

Álvarez, M. J., (21 de marzo de 2018), Investigan si un hombre mató a sus dos hijos antes de arrojar al tren, *ABC de Sevilla*, p. 63.

Amorós, A., (22 de marzo de 2018), Ciudad del Cabo, la primera gran urge que se enfrenta a vivir sin agua, *ABC de Sevilla*, p. 62-63.

Hierro, J. (22 de marzo de 2018), 48.000 euros de multa por patear a una mujer y grabarlo en vídeo, *ABC de Sevilla*, p. 64.

Stegmann, J. G. (22 de marzo de 2018), “Tenemos la mejor Sanidad del mundo, pero ya es insostenible”, *ABC de Sevilla*, p. 64.

Álvarez, M. J., (22 de marzo de 2018), El parricida de Getafe: “He matado a mis hijos; no quiero que sufran”, *ABC de Sevilla*, p.64.

Boo, J. V., (22 de marzo de 2018), Dimite el prefecto de Comunicación tras manipular una carta de Benedicto XVI, *ABC de Sevilla*, p. 65.

Arechederra, Luis P., (23 de marzo de 2018), El asesino de Nagore ya está en libertad condicional y puede ejercer la Psiquiatría, *ABC de Sevilla*, pp. 62-63.

Cervilla, P., (23 de marzo de 2018), El PSOE pide rebajar las penas por el atropello mortal de ciclistas, *ABC de Sevilla*, p. 63.

Montañés, E. y Cabezza, A., (23 de marzo de 2018), Un alud mata a dos personas en el Pirineo catalán en un momento de máximo riesgo, *ABC de Sevilla*, p. 64.

Ojer, P., (24 de marzo de 2018), «Tenía todo el derecho a saber que el asesino de mi hija estaba en la calle», *ABC de Sevilla*, pp.64-65.

ABC, (24 de marzo de 2018), Una maltratada, a quien se indultó tres veces, acaba en prisión, *ABC de Sevilla*, p. 65.

Ventoso, L., (25 de marzo de 2018), Disrupción tecnológica. La mayor revolución jamás conocida, *ABC de Sevilla*, pp. 84-85-86-87.

Calleja, I. S. y Delgado, A., (25 de marzo de 2018), Muere aplastado por un árbol un niño de 4 años en el parque de El Retiro, *ABC de Sevilla*, p. 88.

Montañés, E., (25 de marzo de 2018), «Hay que recuperar el delito de fuga; ahora solo multan con 100 euros», *ABC de Sevilla*, p. 88.

Domínguez, M. P., (25 de marzo de 2018), Siempre habrá esperanza, *ABC de Sevilla*, pp. 90-91.

Ayestaran, M., (26 de marzo de 2018), Con la cruz a cuestas, *ABC de Sevilla*, pp. 72-73.

Boo, J. V., (26 de marzo de 2018), El Papa anima a los jóvenes a gritar ante las manipulaciones, *ABC de Sevilla*, p. 72.

Moreno, M. y Garcia, A., (26 de marzo de 2018), Buscan a la pareja de una mujer asesinada junto a una cuneta, *ABC de Sevilla*, p. 73.

Cervilla, P., (27 de marzo de 2018), Los menores podrán cambiar su sexo y nombre en el Registro desde los 16 años, *ABC de Sevilla*, p. 71.

Sánchez, J.M., (27 de marzo de 2018), Todo lo que Facebook sabe de ti y tú ignoras, *ABC de Sevilla*, pp. 72-73.

De Jorge, J., (27 de marzo de 2018), Descubren un exoplaneta con la misma composición de Mercurio, *ABC de Sevilla*, p. 73.

Cuartango, P., (27 de marzo de 2018), En el camino, *ABC de Sevilla*, p. 73.

Peraita, L., (28 de marzo de 2018), En busca del aula perfecta, *ABC de Sevilla*, pp. 70-71.

López Sánchez, G., (28 de marzo de 2018), Descubren el intersticio, un nuevo órgano en el cuerpo humano, *ABC de Sevilla*, p. 72.

Peraita, L., (28 de marzo de 2018), “Envidia a esas mujeres que van tan divinas con su panza por la calle”, *ABC de Sevilla*, p. 72.

Vera, M., (28 de marzo de 2018), Los Mossos detienen en Barcelona al “estafador del amor”, *ABC de Sevilla*, p.73.

De Jorge, J., (28 de marzo de 2018), Los chavales que más saben de matemáticas, *ABC de Sevilla*, p. 73.

Cabeza, A., (29 de marzo de 2018), Un estudio abre la puerta a detectar el alzhéimer antes de que aparezca, *ABC de Sevilla*, pp. 72-73.

Aguiló, J.M., (29 de marzo de 2018), Descubierta la primera galaxia sin materia oscura, *ABC de Sevilla*, p. 73.

López Sánchez, G., (30 de marzo de 2018), La estación espacial china va fuera de control en dirección al sur de Europa, *ABC de Sevilla*, p. 69.

Boo, J.V., (30 de marzo de 2018), “Soy un pecador como vosotros, pero represento a Jesús”, *ABC de Sevilla*, p.70.

Ansorena, J., (1 de abril de 2018), Segundo accidente mortal de un coche sin conductor en Estados Unidos, *ABC de Sevilla*, p. 69.

Serrano Oceja, J.F., (1 de abril de 2018), La tentación del juvelinismo, *ABC de Sevilla*, p. 70.

Boo, J.V., (1 de abril de 2018), El Papa invita a superar “esa actitud pusilánime que sepulta la esperanza”, *ABC de Sevilla*, p. 70.

Álvarez, L., (1 de abril de 2018), “Apoyamos a las hermandades impulsando la empleabilidad”, *ABC de Sevilla*, p. 71.

## 8.2. Informaciones analizadas en El Español

Barahona, P. y Ruso, F., (10 de marzo de 2018), Raúl, escopeta en mano para defender su casa tras el brutal temporal en Huelva, *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/20180310/raul-escopeta-defender-casa-brutal-temporal-huelva/290721868\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20180310/raul-escopeta-defender-casa-brutal-temporal-huelva/290721868_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (8 de marzo de 2018), "Soy valiente y leal legionaria": La igualdad llega al antiguo corazón del machismo, *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/20180308/valiente-legionaria-igualdad-llega-antiguo-corazon-machismo/290222195\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20180308/valiente-legionaria-igualdad-llega-antiguo-corazon-machismo/290222195_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (3 de marzo de 2018), La revolución de los abuelos: así son los pensionistas que ponen en jaque a Rajoy, *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/20180303/revolucion-abuelos-pensionistas-ponen-jaque-rajoy/288972166\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20180303/revolucion-abuelos-pensionistas-ponen-jaque-rajoy/288972166_0.html)

Lozano, A. (25 de febrero de 2018), 'Negro', 'mono', 'vete en patera': así es el Alma de África de Jerez, "el equipo más insultado de España", *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/20180225/negro-patera-titular-alma-africa-insultado-espana/287471815\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20180225/negro-patera-titular-alma-africa-insultado-espana/287471815_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (23 de febrero de 2018), "Los niños tienen pene, vagina o lo que quieran": Sevilla-Madrid en el verdadero autobús trans, *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/20180223/ninos-vagina-quieran-sevilla-madrid-verdadero-autobus-trans/287221973\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20180223/ninos-vagina-quieran-sevilla-madrid-verdadero-autobus-trans/287221973_0.html)

Lozano, A., (22 de febrero de 2018), Las heridas en carne viva de otra anciana víctima de la residencia andaluza del terror, *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/20180222/heridas-carne-anciana-victima-residencia-andaluza-terror/286722436\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20180222/heridas-carne-anciana-victima-residencia-andaluza-terror/286722436_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (22 de febrero de 2018), Álex, 12 años, transexual: "Soy un hombre que menstrúa todos los meses", *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/20180222/alex-anos-transexual-hombre-menstrua-meses/286722473\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20180222/alex-anos-transexual-hombre-menstrua-meses/286722473_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (11 de febrero de 2018), Las ancianas boxeadoras de Cádiz: así se entrenan para noquear al machismo, *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/20180211/ancianas-boxeadoras-cadiz-entrenan-noquear-machismo/283722411\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20180211/ancianas-boxeadoras-cadiz-entrenan-noquear-machismo/283722411_0.html)

Cifuentes, P., (3 de febrero de 2018), Las azafatas contraatacan: “El veto de la F1 es una tontería, quita el trabajo a las mujeres”, *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/20180203/azafatas-contraatacan-f1-tonteria-quita-trabajo-mujeres/281972939\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20180203/azafatas-contraatacan-f1-tonteria-quita-trabajo-mujeres/281972939_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (28 de enero de 2018), El Whatsapp es un peligro: rupturas, infidelidades y adicción... hablan las víctimas, *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/20180128/whatsapp-peligro-rupturas-infidelidades-adiccion-hablan-victimas/280222819\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20180128/whatsapp-peligro-rupturas-infidelidades-adiccion-hablan-victimas/280222819_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (20 de enero de 2018), Maika la costalera expulsada por ser mujer: “Pienso llegar al Vaticano”, *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/20180120/maika-costalera-expulsada-mujer-pienso-llegar-vaticano/278473080\\_0\\_278502156\\_13.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20180120/maika-costalera-expulsada-mujer-pienso-llegar-vaticano/278473080_0_278502156_13.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (16 de diciembre de 2017), Al fútbol le sobran pelotas y estas cinco mujeres lo sufren, *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/20171216/futbol-sobran-pelotas-mujeres-sufren/269723761\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20171216/futbol-sobran-pelotas-mujeres-sufren/269723761_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (3 de diciembre de 2017), En la Siberia de Jaén: el pueblo con 8 cementerios y cheques bebé de 1000 euros, *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/20171201/266224468\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20171201/266224468_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (16 de noviembre de 2017), Así operarán al gaditano que perdió 172 kilos y aún le sobran 40 de piel, *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/20171115/262224934\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20171115/262224934_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (11 de noviembre de 2017), El diván de los horrores del psiquiatra Criado: cinco víctimas narran sus abusos, *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/20171110/260974902\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20171110/260974902_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (7 de octubre de 2017), El viva gitano a la Guardia Civil: "Si se pierde el respeto a ley, ¿qué queda?", *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/20171006/252225713\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20171006/252225713_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (23 de septiembre de 2017), Por qué niñas de 13 años como Ana, Lu o Inma sueñan con ser miss, *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/20170922/248725649\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20170922/248725649_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (2 de septiembre de 2017), Del cerdo ibérico se aprovecha hasta la mierda: el aceite curativo de Rafaela, *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/20170901/243476112\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20170901/243476112_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (5 de agosto de 2017), Campeonato mundial de comba: el juego de niñas quiere ser olímpico, *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170804/236477148\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170804/236477148_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (28 de julio de 2017), Ana y su cinturón amarillo: "¿Yo? ¿Karate? ¿En silla de ruedas y sin brazos?" *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/deportes/otros-deportes/20170727/234477610\\_0.html](https://www.elespanol.com/deportes/otros-deportes/20170727/234477610_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (16 de julio de 2017), Jennifer, de gitana transexual oculta a "monumento" de Córdoba, *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/20170714/231227777\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20170714/231227777_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (8 de julio de 2017), Con 60 grados en la chabola y asustados por si se incendia con ellos dentro, *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170705/228977926\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170705/228977926_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (30 de junio de 2017), El hasta luego de los jornaleros de Somonte, la finca cuatro veces ocupada por el SAT: "Habrá una quinta", *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/20170630/227727805\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20170630/227727805_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (18 de junio de 2017), Viaje a los pueblos con más pobres de España: nueve de los diez primeros son andaluces, *El Español*, Edición Web. [https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170617/224477958\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170617/224477958_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (10 de junio de 2017), Esta profesora no entra en una cárcel, sino en un instituto: un día con los valientes que enseñan en las Tres Mil Viviendas, *El*

*Español*, Edición Web.

[https://www.elespanol.com/reportajes/20170609/222478197\\_0\\_222507749\\_1.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20170609/222478197_0_222507749_1.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (6 de junio de 2017), Fran, el niño con parálisis cerebral al que le dijeron que no andaría, marca su primer gol, *El Español*, Edición Web.

[https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170605/221478326\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170605/221478326_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (27 de mayo de 2017), “No quiero que mi hijo salga de la cárcel. Si vuelve me va a matar”, *El Español*, Edición Web.

[https://www.elespanol.com/reportajes/20170526/218978532\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/20170526/218978532_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (18 de mayo de 2017), Raúl, el ciego rapero que rima con música los miedos de los invidentes, *El Español*, Edición Web.

[https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170517/216728967\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170517/216728967_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (13 de mayo de 2017), José, el sargento gitano de la Guardia Civil que pone orden en el cuartel con su guitarra flamenca, *El Español*, Edición Web.

[https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170512/215478734\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170512/215478734_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (1 de mayo de 2017), Flamenco inclusivo para vivir una Feria de Abril sin barreras, *El Español*, Edición Web.

[https://www.elespanol.com/espana/sociedad/20170430/212478870\\_0\\_212508749\\_1.html](https://www.elespanol.com/espana/sociedad/20170430/212478870_0_212508749_1.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (30 de abril de 2017), El twerking sensual de 6 sevillanas: “os movemos así para ser poderosas, no para que nos violen”, *El Español*, Edición Web.

[https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170427/211729351\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170427/211729351_0.html)

Lozano, A., y Ruso, F., (15 de abril de 2017), Viaje por el “pentágono” del paro: los cinco pueblos con más desempleo de España están ¡en Cádiz!, *El Español*, Edición Web.

[https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170414/208479393\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170414/208479393_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (28 de marzo de 2017), Los lunes sin sol: madrugar para entregar cien currículums y seguir en el paro, *El Español*, Edición Web.

[https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170327/203980175\\_0.html](https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170327/203980175_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (8 de marzo de 2017), “Tengo tetas y caderas y no me vale el chaleco antibalas de hombre que me da la Guardia Civil”, *El Español*, Edición Web.  
[https://www.elspanol.com/reportajes/grandes-historias/20170308/199230722\\_0.html](https://www.elspanol.com/reportajes/grandes-historias/20170308/199230722_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (7 de marzo de 2017), La selección española de amputados se puede quedar fuera de la Eurocopa por 2.500 euros, *El Español*, Edición Web.  
[https://www.elspanol.com/deportes/20170306/198730689\\_0.html](https://www.elspanol.com/deportes/20170306/198730689_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (28 de febrero de 2017), 'El Calorro', el boxeador que "nació con las manos en los codos", *El Español*, Edición Web.  
[https://www.elspanol.com/reportajes/grandes-historias/20170224/196230842\\_0.html](https://www.elspanol.com/reportajes/grandes-historias/20170224/196230842_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (20 de febrero de 2017), Maratón heroico en Sevilla: los padres que empujan a niños discapacitados, *El Español*, Edición Web.  
[https://www.elspanol.com/deportes/otros-deportes/20170219/194980777\\_0.html](https://www.elspanol.com/deportes/otros-deportes/20170219/194980777_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (3 de febrero de 2017), Las Cadiwoman, las chirigoterías que luchan contra el machismo en el carnaval de Cádiz, *El Español*, Edición Web.  
[https://www.elspanol.com/espana/20170202/190731924\\_0.html](https://www.elspanol.com/espana/20170202/190731924_0.html)

Barahona, P., y Ruso, F., (16 de enero de 2017), Una Guardia Civil madre: “Pedí reducir horario y me mandaron a lavar coches”, *El Español*, Edición Web.  
[https://www.elspanol.com/reportajes/20170115/186231873\\_0.html](https://www.elspanol.com/reportajes/20170115/186231873_0.html)