

ANÁLISIS DEL DISCURSO MEDIÁTICO: UN ENFOQUE MULTIDISCIPLINAR

Análisis del discurso mediático: un enfoque multidisciplinar

Editores

Manuel Bermúdez Vázquez
Rafael Diego Macho Reyes

Autores

Manuel Rodríguez Illana
Javier-Eladio Guzmán
Dario Intorre
Pedro Rivas Nieto
Pablo Rey García
Nuria Quintana Paz
Anna Saha
Melissa de A. Cabral
Mercedes Barrutia Navarrete
Esperanza Martín Rodríguez
Sergio Príncipe Hermoso
Aurora García González
Iria Darriba Freire
Maria Stella Galvão Santos
Nilton Marlúcio de Arruda

Sevilla

2017

Análisis del discurso mediático: un enfoque multidisciplinar

Ediciones Egregius
www.egregius.es

Editores:

- Manuel Bermúdez Vázquez
- Rafael Diego Macho Reyes

Autores:

- Manuel Rodríguez Illana
- Javier-Eladio Guzmán
- Dario Intorre
- Pedro Rivas Nieto
- Pablo Rey García
- Nuria Quintana Paz
- Anna Saha
- Melissa de A. Cabral
- Mercedes Barrutia Navarrete
- Esperanza Martín Rodríguez
- Sergio Príncipe Hermoso
- Aurora García González
- Iria Darriba Freire
- Maria Stella Galvão Santos
- Nilton Marlúcio de Arruda
-

Maquetación y diseño: Francisco Anaya Benitez

ISBN 978-84-17270-24-7

NOTA EDITORIAL: Las opiniones y contenidos de los resúmenes publicados en el libro, son de responsabilidad exclusiva de los autores; asimismo, éstos se responsabilizarán de obtener el permiso correspondiente para incluir material publicado en otro lugar.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN. Manuel Bermúdez Vázquez.....	9
CAPÍTULO I. El poder de la palabra: análisis del discurso político, el caso de Obama en el Cairo en 2009. Manuel Bermúdez Vázquez.....	11
CAPÍTULO II. “Ignorantes, paletos y plebeyos”: la andalofobia lingüística de la Academia de los Medios. Manuel Rodríguez Illana.....	19
CAPÍTULO III. ¿Filosofía en el mundo enredado? Javier-Eladio Guzmán.....	39
CAPÍTULO IV. 28-F catalanofobia y unidad de destino: a trinidad discursiva en la estrategia comunicativa. Manuel Rodríguez Illana.....	57
CAPÍTULO V. The effectiveness of the international strategy in the analysis of the political language: Berlusconi´s speech at the chamber of deputies on the 13 TH May 2008. Dario Intorre	76
CAPÍTULO VI. El discurso público del yihad y las modificaciones de la violencia política en Latinoamérica. Pedro Rivas Nieto, Pablo Rey García y Nuria Quintana Paz	93
CAPÍTULO VII. El discurso de odio en los medios de comunicación rusos y españoles (basado en los textos sobre relaciones internacionales). Anna Saha	106
CAPÍTULO VIII. A representação da comida e da bebida alcoólica na série justaça: efeitos e sentidos em uma série da televisão brasileira. Melissa de A. Cabral	112
CAPÍTULO IX. La cobertura de la inmigración ilegal como crítica a la realidad mediática: la especialización periodística como respuesta. Mercedes Barrutia Navarrete	127
CAPÍTULO X. Crisis migratoria y su proyección en prensa: ambigüedad de conceptos y disfunciones informativas. Esperanza Martín Rodríguez y Sergio Príncipe Hermoso	146
CAPÍTULO XI. La fuerza de las palabras. Conceptos que ganan elecciones. Aurora García González e Iria Darriba Freire.	154

CAPÍTULO XII. Discurso y habitus periodístico en la cobertura mediática de la huelga de 2015 en las universidades públicas brasileñas. Maria Stella Galvão Santos	181
CAPÍTULO XIII. Jornalismo e imagem: como atrair o leitor sem, no entanto, comprometer a qualidade do conteúdo noticioso. Nilton Marlúcio de Arruda	194
CAPÍTULO XIV. Jornalismo e Formação. Jornalistas em formação: necessidade e urgência em prepará-los para os aspectos de gestão do negócio. Nilton Marlúcio de Arruda	208

INTRODUCCIÓN

Vivimos en un mundo complejo e intrincado en el que el pensamiento crítico se torna más necesario que nunca. Los investigadores interesados en el análisis del discurso tienen una responsabilidad enorme en nuestro tiempo. Muchas personas acuden a estas disciplinas en busca de una espada. Obviamente se trata de una espada metafórica que viene a significar la capacidad de argumentación y persuasión que es hoy, más que nunca, un arma irresistible y demoledora. Sin embargo, el especialista en análisis del discurso no se queda en esta disciplina por la espada, se queda por otra arma aún más potente, el escudo. Obviamente se trata de nuevo de un escudo metafórico, que consiste en la capacidad de discernimiento y análisis que permite desarrollar el pensamiento crítico y que nos defiende frente al discurso parcial, sesgado y tendencioso que está tan presente en nuestras sociedades avanzadas.

No es baladí que el diccionario de Oxford haya elegido la palabra “posverdad” como la palabra del año 2016 en inglés. La posverdad consiste en que una persona está dispuesta a creer antes algo que encaja con sus expectativas, prejuicios y creencias personales que con la realidad de los hechos.

Gran parte de la población de las sociedades occidentales se enfrenta, parca en ropajes de pensamiento crítico, al vendaval que sopla desde la política, la publicidad, la propaganda o la mercadotecnia. El análisis del discurso se ha vuelto una herramienta más importante que nunca. Desde la academia no nos queda más remedio que tomar cartas en el asunto y ponernos manos a la obra y, desde una serie de enfoques multidisciplinares, afrontar esta nueva realidad. La manipulación de la sociedad es la amenaza. El aumento de la irracionalidad es el peligro. Es una obligación de la universidad, como espectadora crítica de la sociedad en la que está inserta, el ofrecer instrumentos adecuados para afrontar esta nueva realidad.

Manuel Bermúdez Vázquez

CAPÍTULO I

EL PODER Y LA PALABRA: ANÁLISIS DEL DISCURSO POLÍTICO, EL CASO DE OBAMA EN EL CAIRO EN 2009.

Manuel Bermúdez Vázquez
Universidad de Córdoba

Resumen

La relación entre el poder y la palabra tiene una larguísima y aquilatada tradición. Los primeros filósofos griegos lo vieron desde el comienzo mismo de la retórica. De hecho, la anécdota recogida del nacimiento de la retórica, atribuida a dos personajes de los que sabemos muy poco, Córax y Tisias, vincula la aparición de la democracia con el uso de las técnicas retóricas para persuadir a un grupo numeroso de ciudadanos.

La palabra, con su sofisticación inevitable de los últimos años, ha contribuido a modelar el mundo tal y como lo entendemos hoy en día. En nuestro tiempo, es decir, en los últimos 20 años, ha habido una serie de discursos que han influido en el diseño no solo de políticas concretas, sino en toda la trama que teje la realidad que nos rodea. Uno de esos discursos de importancia capital fue el que dio el presidente de EEUU, Barack Obama, en la universidad de El Cairo (Egipto) en las postrimerías de la primavera del año 2009. La relación entre el mundo occidental, representado por Obama, y el mundo musulmán, dentro de su inmensa heterogeneidad y variedad, se ha visto enormemente influida por estas palabras allí pronunciadas.

Es nuestro propósito, pues, analizar el contenido y la influencia de este discurso.

Palabras clave: Análisis del discurso, pensamiento crítico, Obama, filosofía, retórica.

Introducción

La discusión sobre los límites del poder y las libertades individuales tiene una rancia tradición filosófica e intelectual (Razeto, L., 1981; Pereira y Patino, 2009) Uno de los pensadores que revolucionó los estudios de este género fue Michel Foucault, quien prestó una atención especial a los modelos de castigo. Manicomios, cárceles, asilos de ancianos son analizados desde el punto de vista de este pensador francés. Considera todas estas instituciones unas estructuras vinculadas a los sistemas de poder que necesitan de una urgente reevaluación. Tras sus análisis de la relación entre el poder y la palabra resulta imposible mirar el mundo de la misma forma.

Foucault ha sido un digno exponente de la modernidad filosófica, su objetivo fue iluminar las zonas de los márgenes de la sociedad que, tradicionalmente, quedaron fuera del análisis del pensamiento filosófico, por ejemplo el ámbito de la homosexualidad, la enfermedad mental, la cárcel.

Los estudios de los sistemas de poder que lleva a cabo el pensador francés tienen su comienzo en el estudio de las cárceles. Toma ese modelo de disciplina social, que parte de la premisa de que la sociedad exige que se castigue y se haga sufrir al delincuente, y lo amplía a todo el espectro social. Pone el énfasis en la relación entre el poder y el saber. Partiendo de un cliché intelectual como es la expresión “el saber es poder” se pregunta cómo actúa el saber para articular el poder. Un grupo de poder establece qué es la verdad, pero no parece que exista una verdad absoluta. Entonces, qué significa el saber. El saber, pues, sería lo que un grupo de gente comparte y que decide que va a ser la verdad. La verdad define lo que va a ser lo correcto y lo incorrecto, la bondad y la maldad, lo normal y lo patológico. A través de esta verdad, el poder disciplinario controla la voluntad y el pensamiento en un proceso que Foucault llama “de normalización”. Normalizar implica numerar y controlar a los individuos para que cumplan su rol dentro del cuerpo social. ¿Cómo se normaliza un cuerpo social? A través del lenguaje, a través de la palabra (Foucault, 2002, pp. 91 y ss.).

Foucault afirma que, aunque nos parezcan naturales o incluso evidentes, los saberes o discursos son fruto de determinadas condiciones. Las prácticas sociales han creado un lenguaje que se apoya en definir los conceptos a través de sus opuestos. Este lenguaje definiría al discurso. Cuando empleamos el concepto “discurso” nos referimos a cualquier cosa escrita o dicha, cualquier elemento que disponga entre sus partes de nociones del lenguaje (Foucault, 2002, p. 36). Foucault, además, le da un sentido específico. Discursos son los escritos pertenecientes a un área de saber técnico y provistos de un saber específico (Foucault, 1997, 50-53). Por ejemplo, aunque quede en los márgenes del estudio previsto en estas páginas, resulta interesante realizar un breve comentario sobre el discurso a propósito de la locura. La forma en que psiquiatras, psicólogos y otros expertos hablan sobre la locura provoca que se defina la locura como anormal. La locura es anormal, por lo tanto, define la normalidad. Que los anormales sean excluidos no implica que no sean importantes. La gente normal se ocupa de estudiar la anormalidad casi de forma obsesiva. Así, podemos establecer que es a través del análisis de la anormalidad como se establecen las relaciones de poder en una sociedad dada. Las personas normales tienen poder sobre las anormales. El psiquiatra define al loco, el médico define al enfermo y el abogado sería la contraparte del delincuente (Foucault, 1998). La locura implica la exclusión de cierta gente a través del confinamiento y el encierro (Foucault, 2003, 31-50).

En conclusión, el pensamiento de Foucault nos sirve de umbral al análisis de la realidad política contemporánea, pues su idea de que el poder es una red compleja, multidireccional, continua y azarosa define el escenario internacional del siglo XXI. Y justamente en este contexto surge el discurso de Barack Obama en el Cairo en 2009.

2. El discurso de Obama

El presidente de EEUU, Barack Obama, dio un discurso en la Universidad de El Cairo el día 4 de junio de 2009 que fue una auténtica presentación de su política exterior en relación al mundo musulmán. En un discurso breve de pocas páginas se le comparó con Kennedy y su discurso en Berlín en 1963 e incluso logró cierta reacción positiva de Hamás (Murphy Lewis, 2009, p. 129).

El discurso estaba perfectamente estructurado en varias partes. Primero se ocupó de las relaciones de EEUU con los países musulmanes, para ello se hizo presentar con su nombre completo, Barack Hussein Obama, de modo que se construía un *ethos* apropiado al recordar las raíces y vínculos familiares que el presidente estadounidense tenía con el mundo musulmán. Segundo, habló de la necesaria cooperación entre iguales, lanzando un alegato directo a las relaciones bilaterales entre EEUU y Egipto, un país de gran importancia para la política internacional estadounidense y que, por entonces, era el segundo receptor de ayuda militar de EEUU. Y tercero, un análisis de las cuestiones más peliagudas y controvertidas en el mundo musulmán. Esta última parte fue valiente porque no mostró ningún titubeo a la hora de señalar las divisiones y problemas que el ámbito musulmán tiene, no solo en cuanto a la heterogeneidad de su seno, sino también con las relaciones con el mundo occidental.

Obama, en esta última parte de su discurso, omitió deliberadamente el término “terrorismo” y prefirió emplear el de “extremismo”, para acercarse también al auditorio presente de manera que este pudiera posicionarse sin problemas contra ese elemento de expulsión (Murphy Lewis, 2009, p. 132). La expulsión es una herramienta muy agresiva desde el punto de vista retórico. Como es evidente, el antagonismo precisa de dos elementos enfrentados para producirse y, si se elimina una de esas partes, se acaba también con el antagonismo (Bermúdez, 2016, p. 936). El orador que tiene el uso de la palabra y decide emplear esta estrategia niega una determinada coyuntura que puede estar en el imaginario colectivo de su auditorio.

La mayoría de las afirmaciones que realizó Barack Obama en su discurso podrían ser asumidas por los principales líderes políticos internacionales. La corrección de algunas de las ideas que transmitió es evidente, y existe un claro interés por sentar unas bases comunes para comenzar un diálogo fructífero que permita a EEUU afrontar una nueva etapa en sus relaciones con

el mundo islámico (Castro, F., 2009, p. 2). Fidel Castro, en su análisis del discurso de Obama, contempla la inevitable dificultad que Obama tenía que enfrentar entre los principios que predicó en Egipto y la política exterior agresiva e intervencionista que EEUU lleva practicando prácticamente desde final de la II Guerra Mundial (Castro, F., 2009, p. 4).

Noam Chomsky, por el contrario, consideró que el discurso de El Cairo no era sino un fuego de artificio retórico cuyo único propósito era señalar a Israel y Palestina para que abandonen la tensión del conflicto que les enfrenta (Chomsky, 2009, p. 1). Para Chomsky, la responsabilidad principal del conflicto palestino-israelí recae en Estados Unidos y el papel que ha desempeñado en todo Oriente Medio. Desde la perspectiva retórico, hemos de decir que el discurso de Obama abunda en herramientas como la exaltación y el halago, los recursos más frecuentes en las 6000 palabras que tiene aproximadamente su intervención. La exaltación y el halago sirven, fundamentalmente, para superar la separación inherente que hay entre el orador y el auditorio. Por ejemplo, la exaltación sirve para mostrar una tercera parte que se convierta en un valor común que todos puedan y deban respetar o reconocer (Bermúdez, 2016, p. 933). Con el halago se destacan las cualidades más destacables del auditorio que, en ocasiones, se identifican con posiciones de humildad, incluso reconocimiento de errores.

Chomsky insiste en que hay cierto grado de hipocresía en la intervención del presidente de los Estados Unidos cuando la idea principal que transmite su discurso sobre el conflicto israelí es la misma iniciativa que viene siendo repetida por la política internacional y la propia ONU, la de llegar a un acuerdo biestatal en la región (Chomsky, 2009, p. 2).

Otra de las sugerencias explícitas que hay Obama en el Cairo consiste en invitar a los países musulmanes a normalizar su relación con Israel, pero ignorando olímpicamente el necesario acuerdo político previo.

3. Análisis del discurso

El gabinete de prensa de la Casa Blanca puso especial énfasis en publicitar la intervención de Barack Obama en la universidad cairota. Sus palabras eran esperadas y fueron escuchadas con fruición no solo por el público asistente, sino por prácticamente todo el mundo musulmán y parte del occidental. Sobre todo porque en el momento en que se produjo dicho discurso, junio de 2009, se esperaba un cambio radical de la orientación geo-política de Estados Unidos con los países musulmanes en general y con Oriente Medio en particular.

En El Cairo incluso llegaron a venderse camisetas con el nombre de Obama (González, R. y Soler, E., 2009, p. 1). La mayor parte de los periodistas, políticos y especialistas que analizaron el discurso llegaron a la conclusión de que la impresión que transmitió Obama fue sincera, de modo que, quizá,

aquellas palabras conducirían a un cambio de política radical (González, R. y Soler, E., 2009, p. 1).

Joschka Fischer, el que fuera ministro de asuntos exteriores alemán y vicescanciller en el periodo que va de 1998 a 2005, comenzó su análisis diciendo que “los grandes discursos son minusvalorados demasiado a menudo al ser considerados meras palabras. Pero, de hecho, pueden llegar a tener consecuencias muy poderosas” (Fischer, J, 2009, p. 1). Esta afirmación de Fischer pudo tener su razón porque, pocas semanas después del discurso de Obama, se confirmaron ciertos cambios en países como Irán, o Líbano, en este último hubo unas elecciones donde los partidos pro-occidentales inflingieron una dura derrota electoral a Hezbollah y sus aliados.

En general, podemos establecer tras el análisis pormenorizado de los párrafos que constituyen el discurso cairota de Obama que los elementos más suaves del elenco de instrumentos retóricos que el presidente norteamericano tenía a su disposición dominaron su intervención. Dicho con otras palabras, el uso de la exaltación, el halago y el desplazamiento (Bermúdez, 2016, pp.932-934) conducen a una política de la mano tendida buscando más la conciliación que el conflicto (González, R. y Soler, E., 2009, p. 1). Sobre todo se persigue mejorar la imagen de EEUU en los países árabes.

Se produce, de este modo, un contraste marcado con la política exterior de la administración Bush. Sin embargo, este contraste está más allá de las tradicionales etiquetas de política de “halcones” frente a “palomas” (Murphy Lewis, 2009, p. 132). El discurso de Obama no permite establecer con claridad cuál de ambas posturas encaja mejor con su mensaje.

El evitar el uso de la palabra “terrorismo” supone también un gran cambio de estilo. Las frecuentes citas de la Biblia como del Corán y la Torah muestra (González, R. y Soler, E., 2009, p. 1), de nuevo, una propuesta de convivencia con cierto regusto ecuménico y, sobre todo, de respeto por todas las religiones. Respeto que se profesa pero que también se exige. Pues el respeto es un concepto binario, o se ejerce o no se ejerce, no hay grados de respeto.

El discurso de Obama en El Cairo supuso un evidente giro de la política exterior de EEUU en Oriente Próximo. Además, facilitó las relaciones transatlánticas y mejoró la imagen de EEUU en los países árabes. La solicitud de coordinación entre la Unión Europea y Estados Unidos que vino de la mano del manifiesto que propuso el periódico francés *Le Monde* junto con otros medios de comunicación contó con la firma de diversos políticos europeos (*Le Monde*, 2009).

El propósito final de la estrategia retórica de Obama en Egipto fue transformar la imagen de su país para que pasara de vil enemigo a un aliado sólido y constructivo, si bien también crítico.

Ahora bien, de los problemas que afrontaba el mundo en 2009, hemos visto que, a pesar de las buenas intenciones que mostraba Obama, algunos se han resuelto a medias, como el programa nuclear iraní, que, a día de hoy, parece detenido gracias al acuerdo internacional con el país persa, pero otros de estos problemas no han hecho sino agudizarse.

Quién le iba a decir al presidente norteamericano que, a pesar de sus buenas palabras, toda la primavera árabe estaba aún por estallar. Quién sabe si no en una mínima manera influida por las palabras de El Cairo. La aparición del Estado Islámico, su control sobre grandes zonas del territorio de Irak y Siria, la venta ilegal del petróleo de estas zonas, el golpe de estado fallido en Turquía, el enfrentamiento entre el país de la península de Anatolia y EEUU a causa de Fethullah Gulen, a quien acusa de la participación en el golpe del verano de 2016, todos estos asuntos han venido a dar al traste con la nueva política exterior que proponía Obama en su discurso. Por no hablar de la victoria electoral de Donald Trump con un discurso racista y xenófobo contra los musulmanes.

Podemos decir, entonces, que, si bien las palabras de Obama fueron tenidas en cuenta como sinceras en el momento de ser dichas, en la práctica quedaron en agua de borrajas.

4. Conclusión

Terminamos con Michel Foucault, con el que empezamos estas páginas. En su libro *Microfísica del poder*, Foucault afirma que el sistema capitalista se perpetúa gracias al ejercicio de poderes que se hayan presentes en la sociedad, los llama “micropoderes” (Foucault, 1980, p. 107-119). Así, según el pensador francés, Marx estaría equivocado al considerar que el poder pasa por el enfrentamiento entre dominantes y dominados. Según Foucault, el poder está presente en todas las partes de la sociedad, el estado y los grupos sociales hacen uso del poder. El poder se ejerce de manera sutil en la familia, la escuela, las organizaciones políticas, instituciones, fábricas, incluso en los lazos íntimos. Esto lo llevo al concepto de “sociedad disciplinaria” (Foucault, 1980, p. 150-152).

Solo los individuos disciplinados de una sociedad capitalista, a través de sus mentes y sus cuerpos, deben tener un pensamiento metódico y una aceptación de las normas según requerían las sociedades de control. Esos individuos eran los aceptados y eran los únicos que se consideraban aptos para asegurar la productividad necesaria en un mercado capitalista. Pero este modelo fue cambiando con la llegada de la postmodernidad. El control pasó a la seducción, al hedonismo y el consumo casi compulsivo. Para definir ese ambiguo sistema de relaciones entre el poder y la vida cotidiana Foucault creó el término “biopolítica”, concepto que implica que la ideología capitalista requiere el control del cuerpo del individuo. Va más allá del

control social. Lo principal sería el control biopolítico, de modo que sea el propio cerebro de la persona el que se autocontrole.

Todo esto nos lleva a pensar que las raíces del modelo ideológico y político que impera en la mayor parte del mundo tiene unos objetivos muy claros. Objetivos que van más allá de los deseos de sus propios líderes. De modo que resulta muy difícil proponer alternativa que modifiquen el curso de todo el proceso. Así, pudimos ver que el discurso de Obama no pasó de ser un mero *desiderátum*, una aspiración a un cambio de la política internacional que evitara mayores conflictos. Sin embargo, hemos asistido, impávidos, al aumento del enfrentamiento, la exacerbación del cainismo, la capacidad destructiva del terrorismo y la aparente imposibilidad de diálogo entre las sociedades occidentales y algunos grupos vinculados al islamismo radical.

En los últimos años, sobre todo desde el año 2009, cuando se presenta el discurso de Obama, hemos asistido al cambio del mundo, a la impotencia aparente de las palabras para lograr un mundo mejor. Pero no debemos rendirnos. La palabra dicha, como la flecha lanzada y la oportunidad perdida, no retorna jamás. Y deja huella. Estas palabras de El Cairo han dejado huella. Quién sabe a dónde terminarán arribando.

No queda sino reivindicar el poder de la palabra. La necesidad de utilizar la metáfora que nos legó Eduardo Galeano cuando decía que qué era el horizonte. Esa línea que se aleja conforme te acercas, inalcanzable. Das un paso y el horizonte retrocede un paso. Das otro paso y otro paso que retrocede el horizonte. ¿Para qué entonces sirve perseguir este imposible? Para caminar.

5. Bibliografía

- Bermúdez, M. (2016). “Análisis del discurso político contemporáneo: el camino de la retórica a la política”. Actas del I Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento, Universidad de Sevilla, 928-940.
- Castro Ruz, F. (2009). “El discurso de Obama en El Cairo”. *Cuba Debate* (<http://www.cubadebate.cu/reflexiones-fidel/2009/06/08/discurso-barack-obama-cairo-egipto-al-azhar/#.WWn-RIjyIU>).
- Chomsky, N. (2009). “El discurso de Obama en El Cairo”. *Sin permiso. República y socialismo también para el siglo XXI*, pp. 1-4 (<http://www.sinpermiso.info/textos/el-discurso-de-obama-en-el-cairo>).

- Fischer, J. (2009). "The Middle East in Motion", Project Syndicate, pp. 1-3 (<http://www.factsandarts.com/current-affairs/the-middle-east-in-motion/>).
- Foucault, M. (1980). *Microfísica del poder*, Madrid, Ediciones de La Piqueta.
- Foucault, M. (1997). *Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- Foucault, M. (1998). *Historia de la locura en la época clásica*, México D.F., Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (2002). *La arqueología del saber*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Foucault, M. (2003). *Vigilar y castigar*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- González, R. y Soler, E. (2009). "Obama en el Cairo: la fuerza de las palabras", *Opinión CIDOB (Centre for International Affairs)*, pp. 1-5 (https://www.cidob.org/publicaciones/serie_de_publicacion/opinion/mediterraneo_y_orientemedio/obama_en_el_cairo_la_fuerza_de_las_palabras).
- Le Monde* (2009). "Européens et Américains doivent souvenir, ensemble, la politique de M. Obama au Proche-Orient" (http://www.lemonde.fr/idees/article/2009/06/22/europeens-et-americains-doivent-soutenir-ensemble-la-politique-de-m-obama-au-proche-orient_1209922_3232.html).
- Murphy Lewis, P. (2009). "La doctrina Obama: un análisis del discurso de El Cairo", *Estudios Internacionales* 163, pp. 129-133.
- Pereira Otero, C. A. y Patino, A. A. (2009). "Los límites del principio de la libertad individual", XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Universidad de Buenos Aires, pp. 1-8 (<http://cdsa.academica.org/000-062/1952.pdf>).
- Razeto, L. (1981). "Libertad individual y estado", *Revista de Estudios Sociales*, n. 28-29, pp. 60-75).

CAPÍTULO II

“IGNORANTES, PALETOS Y PLEBEYOS”: LA ANDALOFOBIA LINGÜÍSTICA DE LA ACADEMIA EN LOS MEDIOS”

Manuel Rodríguez Illana

1. Introducción

“Históricamente considerada, Andalucía es producto de una colonización. Andalucía ha sido colonizada desde el siglo XIV casi sin interrupción hasta nuestros días por gentes del Norte”, decía un diputado liberal cordobés en las Cortes Constituyentes republicanas de 1931 (*cit.* por Pérez Trujillano, 2015); una colonización cuyo proceso arranca del siglo XIII (Arenas Posadas, 2015: 125-149). Esta “colonia situada al sur”, como reconocía el propio Ministerio de Comercio franquista en 1967 (VV.AA., 1975) ve su economía supeditada a las necesidades de acumulación de capital de centros exteriores (Delgado Cabeza, 2013: 75). Aunque oficialmente no se reconozca esta situación colonial, la abundante riqueza material de Andalucía se encuentra enajenada en otras manos (Rodríguez Guillén, 2016). Aparte de este colonialismo literal, recorreremos el eje ideológico que concreta la *colonialidad del poder* entendida como opresión lingüística del grupos etnorracial subordinado (Grosfoguel, 2006: 158-159) ocupándonos del *colonialismo psicológico* merced a la cual “un gran sector de andaluces se esfuerza por imitar el acento, la lengua, las costumbres y el modo de vida del colono, al que consideran como perteneciente a una cultura superior, asumiendo los prejuicios con los que la colonización cultural ha estigmatizado al Pueblo Andaluz” (Manzano, 2016: 15-17). Una lengua que “se desprecia porque es la lengua del territorio inculto, la del gracioso y así se promueve en todas las televisiones, principalmente en Canal Sur” (Gutier, 2010). En una situación de colonialismo con colonialidad o inferiorización racial (Grosfoguel, 2016), el estereotipo denigratorio sobre el/la andaluz/a *que se come las eses* rememora el viejo arquetipo del martinicano *come-erres* que incurre en grotescas sobrecompensaciones en su afán por ceñirse a la *dicción correcta* de la lengua de la metrópoli (Fanon, 2016: 51-52).

La estigmatización lingüística de la lengua de Andalucía, empero, se incardina en el marco general de lo que se conoce como *nacionalismo lingüístico español o españolismo lingüístico*, ideología totalitaria y etnocida según cuyas coordenadas fundamentales las demás lenguas son menos entendibles que el castellano, están menos unificadas y más dialectalizadas que él, son menos útiles, limitan (empobrecen y aíslan) a las personas, conocerlas y usarlas es un lujo caprichoso, promoverlas es un atropello impositivo a los

derechos individuales y la *lengua común*, la obligación de conocerlas es intrínsecamente reprochable y el castellano (“español”) está siendo sometido a una agresiva persecución en las Comunidades Autónomas con lengua propia distinta de él, tal como lo ha definido y analizado Moreno Cabrera (2010: 17-18).

2. Método

De acuerdo con la metodología del análisis de contenido (Bardin, 1996; Krippendorf, 1990) y el del discurso (Van Dijk, 1993), examinaremos la visión expresada por miembros del estamento académico y universitario (concretamente, de la Real Academia Española y la Universidad de Sevilla) acerca del andaluz en programas televisivos y textos periodísticos. Ofreceremos de forma directa los extractos textuales seleccionados al tiempo que comentaremos las respectivas implicaciones ideológicas de cada uno en el apartado siguiente.

3. Resultados

En una de las ediciones de *El cascabel al gato*², programa del canal 13TV, propiedad de la Iglesia católica, bastión permanente de la unidad político-territorial del Estado español (Taibo, 2014:100-101), y financiado a través de la casilla correspondiente del IRPF³, presentador y tertulianos/as hicieron uso de la falacia *ad hominem* para atacar al antropólogo y profesor de Cultura Andaluza en la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla Juan Porrah, a propósito de una de sus intervenciones como concejal en el Ayuntamiento de Mijas. Para descalificarlo, sacaron a colación algunos de los trabajos y propuestas de transcripción ortográfica del andaluz por parte de Porrah en la web de la ZEA (Zoziedá pal Ehtudio 'el Andalus / Sociedad para el Estudio del Andalus) con ánimo de burla trufando sus invectivas en torno al supuesto “catetismo”, “analfabetismo” y “delirio” de esta labor, plagándolas de epítetos peyorativos. Uno de ellos fue el de “animales analfabetos”, con el que se hacían eco de un tweet del académico de la RAE Arturo Pérez Reverte, de acuerdo con la *hybris del punto cero* o soberbia del paradigma epistemológico dominante, el cual intenta pasar por exento de ideología alguna (Rodríguez-Iglesias, 2016b). La anatematización hacia el uso del andaluz sin maquillar en contextos considerados 'formales', o hacia las iniciativas de escritura, se revela en realidad como un simple prejuicio de *supremacismo lingüístico* (Muñoz Navarrete, 2009: 19-21), a pesar de que proponer un estándar escrito para el andaluz distinto de la lengua estándar castellana peninsular tiene sentido igual que lo tuvo en su día proponer y

2 <https://www.youtube.com/watch?v=xADI1cOLUSU>

3 <http://www.publico.es/economia/comunicacion/iglesia-financia-13tv-dinero-recibe.html>

desarrollar el del castellano, si tiene respaldo social (Moreno Cabrera (2013: 12); proyecto que, en el caso de Andalucía, permitiría revalorizar la cultura popular andaluza de base oral y hacer frente a la estigmatización del andaluz (Porrah Blanco, 2000: 157).

De dicha concepción de la superioridad de la lengua escrita sobre la oral, científicamente anacrónica y occidentalocéntrica, da muestras el director del grupo de investigación de la Universidad de Sevilla “El Español Hablado en Andalucía”, “EHA”, bizarra perífrasis utilizada para, acorde con toda situación diglósica, negarle entidad a la modalidad minusvalorada o *lengua B* (Garcés, 2007: 232); en este caso, el andaluz⁴, a pesar de su clara diferenciación, sobre todo en cualquier pueblo del interior andaluz, respecto al estándar enseñado a las personas extranjeras (Porrah Blanco, *ibíd.*: 155-157). El director del citado grupo, Antonio Narbona, “académico correspondiente” de la RAE⁵ protagoniza una entrevista televisiva realizada por la propia US y emitida por El Correo de Andalucía TV⁶, en la que el entrevistado afirma literalmente que “la cultura escrita es la cultura, en el fondo”; por oposición a la oral (cabría preguntarse, ante tal afirmación, si el flamenco, o el romancero, solo empezaron a ser cultura cuando a alguien le dio por recoger sus textos orales por escrito). Narbona y su equipo, financiado y premiado por la Junta de Andalucía para negar la entidad lingüística del andaluz, practican la impostación vallisoletanizante en sus intervenciones orales públicas ocultando su lengua vernácula, salvo para los momentos de chiste y chascarrillo, lo que induce la idea de la presunta incapacidad del andaluz para aprehender determinadas situaciones (Porrah, *ibíd.*: 38). La afirmación de que solo la escrita es cultura se basa en la ideología etnocida españolista consolidada con la consagración legislativa del capitalismo de 1812 que borró y minusvaloró los saberes de transmisión oral (Rodrigo Mora, 2000).

El 12/VIII/2016 fue emitido en Andalucía Televisión, canal de la RTVA, un capítulo de la serie *Andalucía: mitos y tópicos* que versaba sobre “El habla andaluza”⁷, en el que otro de los miembros del mismo grupo, el profesor titular Miguel Roperó, aportaba una escasamente coherente visión sobre el andaluz y sobre su presencia en los medios. Cuando se le preguntaba por la existencia o pertinencia de un 'andaluz neutro', defendía esto:

4 <http://grupo.us.es/ehandalucia/>

5 <http://www.rae.es/la-institucion/los-academicos/academicos-correspondientes-espanoles>

6 Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=EdAe1uWkfZs> (7:39).

7 <https://www.youtube.com/watch?v=DjHluEYAY9I>

Lo de 'neutro', ¿eso qué es? Es decir, un modelo que no sea de nadie y que lo podamos usar todos. Eso es un riesgo grande, porque perdemos nuestra identidad. La solución andaluza hasta ahora me parece perfecta, y es que podemos hablar en andaluz culto en un telediario, porque existe un andaluz culto (el que tú [en referencia a la persona que le entrevista] usas es un andaluz culto) [...], porque la aspiración es un rasgo culto del andaluz, y lo decimos todos, y tiene prestigio, y te lo dicen desde los políticos más importantes hasta los actores más importantes.

No son lo mismo las lenguas orales o *naturales* (la inmensa mayoría de las que existen) que las *cultivadas* o artificiales (producto de una estandarización, a partir de lenguas orales). En primer lugar, es obvio que el andaluz no ha experimentado un proceso de normalización (establecimiento de una versión estándar), por lo cual carece de sentido la misma noción de 'andaluz culto' en la actualidad; lo tendría si se hubiera creado un andaluz que se enseñara en el ámbito académico y se usara en los medios de comunicación. Desde el mismo nacimiento de Canal Sur, la “solución andaluza” a la que se refiere Roperó para los telediarios no fue otra que parapetarse en el paradigma teórico negacionista de las hablas andaluzas para así ceñirse al único modelo estándar de referencia establecido a día de hoy: el castellano oficial. Por otra parte, el criterio para determinar ese andaluz culto es clasista y *ad hominem*, de acuerdo con criterios socioeconómicos relativos a la clase social, “desde los políticos más importantes hasta los actores más importantes”, en sus palabras.

Prosigue su alocución el académico centrándose en la caracterización lingüística del andaluz en sí:

¿Qué es el andaluz hoy? Es una variedad, una modalidad, del español. ¿Cuál es nuestra lengua? La lengua española; igual que los mexicanos, los argentinos, o los de Burgos o Valladolid. En Valladolid hablan español; y en Burgos, español; y en Sevilla, español; y en México, español. Español, la lengua común. Y ahora, el modo, la manera de hablar español en Andalucía es el andaluz. [...] Un granadino no habla igual que un sevillano, pero, bueno, tampoco la normalización lingüística es la panacea que nos salve de todo. ¡Te cargas la riqueza, que es lo que más nos identifica a los hablantes andaluces! Esa variedad del andaluz, que te habla un jiennense, te habla un cordobés, te habla un malagueño, y es distinto y todos nos entendemos. ¿Por qué nos vamos a cargar esa variedad? [...] ¿Nos interesa a los andaluces diferenciarnos fuertemente? Planteátelo. Porque si solamente, por ejemplo, como... un vasco habla en euskera. Le entienden los 5.000, 10.000 o 20.000 que entiendan. Tú, cuando hablas andaluz, te entienden 400 millones y es la lengua en importancia segunda en el mundo cultural nuestro, después del inglés.

Encontramos aquí la alusión literal al castellano (“español”) como “la lengua común”, uno de los mitos fundamentales del nacionalismo lingüístico español basado, a partir del hecho innegable de que es la lengua más utilizada y generalizada del Estado, en “introducir más o menos subrepticamente la idea de que los españoles nos entendemos exclusivamente gracias al español, porque es la única lengua comprensible por todos”, es decir, que “tiene una propiedad extraordinaria, casi mágica: se trata de la única lengua en la que todos los españoles pueden entenderse” (Moreno Cabrera, 2010: 13-14). También está presente el axioma del *español global* en torno a la difusión internacional del castellano, que oculta el origen colonialista e imperial de las lenguas (estándar) más extendidas.

Teniendo en cuenta que el documental fue producido por Canal Sur en 2008, es posible que el comienzo de la crisis llevara a Ropero a aplicar sus particulares recortes a las estadísticas sobre el uso del euskera, las cuales, según una información aparecida ese mismo año (*20Minutos.es*, edición Vizcaya, 23/VII/2008)⁸, cifraban en 775.000 el número de hablantes (que lo dominan), a las/os cuales habría que sumar 459.000 cuasi-euskaldunes (que se defienden en esa lengua), lo que nos deja, como mínimo, más o menos un millón y cuarto de personas que lo entienden. Más allá, la idea de que no sea viable encontrar normas unificadoras para lo que hablan 9 millones de personas (andaluz) pero sí es magnífico para lo que hablan 400 millones, es una idea absurda. Pero además, cuando se habla de inglés o español como lengua internacional se está pensando en el inglés o español estándar, el que se enseña a los extranjeros, pero algo muy distinto es que que todos esos millones y millones de hablantes que se asignan a esas lenguas internacionales hablen esa lengua estándar, de acuerdo con Moreno Cabrera (*ibíd.*:16), quien señala con fina ironía, el carácter incoherente de estos argumentos⁹: hay gente que está encantada con que el español vaya a ser obligatorio en Brasil (país donde no se ha hablado nunca) pero a quienes les parece muy mal que el catalán sea obligatorio en Cataluña porque, claro está, ninguna acción del castellano es impositiva ni vulnera derecho alguno. Para hablar media hora con 440 millones de personas necesitaríamos unos 36.000 años. Por el mismo argumento, habría que aprender chino porque se habla con mil o dos mil millones de personas.

Ropero continúa usando al euskera como *sparring* de la *lengua global*, en una clara muestra de supremacismo y de *imperialismo lingüístico panhispánico* (Moreno Cabrera, 2014):

8 <http://www.20minutos.es/noticia/401470/0/euskera/euskadi/euskaldunes/>

9 https://www.youtube.com/watch?v=qJpZgIR_J9E (29:58 en adelante.) Conferencia sobre el nacionalismo lingüístico español pronunciada el 22 de mayo de 2009. Universitat Oberta de Catalunya (Barcelona). Jornada “10 anys de Filologia catalana. El camí de la recerca”.

Un euskaldún, un señor que hable vasco solamente, tiene muy pocas posibilidades comunicativas. Tiene que aprender inglés o tiene que aprender otras lenguas (castellano). Nosotros, sin dejar de hablar nuestra lengua (porque el español es tan nuestro como de la gente de Burgos: hemos contribuido a su prestigio y a su expansión, el español de América), por lo tanto, porque es nuestra, se nos identifica como hablantes andaluces. Es decir, que las señas de identidad no las perdemos, y al mismo tiempo tenemos una lengua que nos permite muchas posibilidades comunicativas.

Dicho en otras palabras, según su supremacismo etnocida españolista (Moreno Cabrera, 2010: 17-18), es inútil e innecesario que un/a castellanohablante aprenda catalán, euskera o gallego (lenguas con “muy pocas posibilidades comunicativas”; por tanto, menos útiles, que *limitan, empobrecen y aíslan*), pero una persona de estos tres entornos lingüísticos sí debe aprender la *lengua común*. Vuelve a mezclar la lengua escrita (el castellano estándar), que es la única cuya unidad se puede mantener, con la oral (en este caso el andaluz), con la que “se nos identifica en todas partes”. Si sucede dicha identificación externa de las/os hablantes andaluzas/ces es no por una especial “personalidad lingüística” sino, simplemente, porque el proceso histórico de normalización de lo que él llama “español” se ha realizado tomando como base el castellano oral, esto es, lo que se habla en el centro y norte de la Península (justo el “de la gente de Burgos” a la que hace referencia), como veíamos *supra* (recordemos, Muñoz Navarrete, *op. cit.*: 20-21); lo cual hace que, precisamente, las formas de hablar de territorios ajenos a esa zona sean más reconocibles. Todo esto nos lleva a otros dos mitos del nacionalismo lingüístico español. Primero, el de la *conversión del castellano en español*, que “Con el correr de los tiempos el dialecto local castellano se ha convertido en un idioma cualitativamente superior; ha pasado de ser dialecto a ser lengua; ha pasado de castellano a español” (Moreno Cabrera, *ibíd.*: 11). Segundo, el derivado de la *dialectalización del castellano moderno*: al convertirse en español, el castellano moderno habría pasado a ser un dialecto de la lengua española). Esto no tiene justificación lingüística alguna y supone una manipulación ideológica. Se dice falsamente que el castellano, el andaluz o el canario son dialectos del español entendido por la lengua normalizada y estandarizada. Muy al contrario, las diversas variedades castellanicas, andaluzas o canarias no son variaciones de ese español estándar, sino, directamente, de un conjunto de variedades castellanicas desde la Edad Media hasta nuestros días mediante una serie de cambios lingüísticos diacrónicos. Es sobre la base de algunas variedades urbanas del castellano de Toledo, Burgos o Madrid a partir de la cual se estableció una lengua artificial, el español estándar, elaboración culta y literaria del castellano vulgar, y que se propuso como modelo lingüístico de prestigio (realmente, privilegio). En otras palabras, el “español” es un dialecto o va-

riedad del castellano, lo que no puede ser admitido por el nacionalismo lingüístico español, ya que presenta su lengua como un idioma que excede los localismos y regionalismos (*ibíd.*: 12-13), ideario que se fundamenta en la indisoluble unidad de la nación española, en la visión de que el castellano es el exponente lingüístico de dicha indisolubilidad y en la convicción de que esta lengua es definitoria en sí mismo de una españolidad no impuesta, sino natural e imprescindible para la convivencia y la paz” (*ibíd.*). En efecto, Miguel Roperro enuncia finalmente: “Ser español, ser andaluz; hablar español, hablar andaluz... no son realidades antagónicas ni enemigas, sino que son mutuamente complementarias y enriquecedoras”. En conclusión: hablar andaluz es hablar español; ser andaluz/a es *ser español/a*.

En el sector más *hooligan* se encuentran las posiciones a favor de desterrar al andaluz ya ni siquiera de lo escrito sino incluso de la oralidad formal de los medios de comunicación. En este sentido se manifestaba el miembro y exdirector de la RAE Manuel Alvar, en “Hablar andaluz”, *El País – Andalucía*, 25/I2001¹⁰ (localizado gracias a Díaz Salgado, 2011: 55-58):

Buscar presentadores que hablen en andaluz para contar los partes de guerra de Kosovo es una idea que me parece de una sandez supina [...] Aquí leo pretextos como el de una televisión andaluza. Me pregunto ¿para qué? Más aún, hay un hombre que da o daba los informes sobre el tiempo y para quien hacía falta un dialectólogo que supiera traducirle. [...] Televisión en andaluz. ¿Qué andaluz? Porque los tales que lo postulan son de una ignorancia agresiva. Una televisión, ¿aún no lo han aprendido?, exige unos principios normativos, lo que quiere decir uniformados. Pero ¿cuándo los andaluces dejarán los necios complejos? [...] Renunciar, ¿a qué? ¿A la paleta? ¿A la plebeyez? [...] Antonio Machado tenía un fuerte acento sevillano [...] pero sus versos eran los más límpidos y universales que se han escrito en español.

Los temores del académico se revelarían a la postre como infundados, dado que, hasta la fecha, se puede apreciar en la producción de Canal “Sur” (denominación ajena al territorio de su ámbito, y en función de un eje de referencia externo a él) una diglosia audiovisual donde la *lengua natural* (Moreno Cabrera, 2014: 214) de Andalucía queda reservada para los espacios de humor, prensa rosa y contenido ligero en general, en tanto la locución en off de temas 'serios' o informativos (“los partes de guerra de Kosovo”) es realizada adoptando los estándares (“límpidos y universales”) del castellano centro y norpeninsular.

Una versión *blanda* de la andalofobia lingüística es rebajar el andaluz por debajo incluso de la categoría de dialecto al conceptualizarlo como abigarrado y abstruso “conjunto de hablas”, por muy “en perenne ebullición” que

10 http://elpais.com/diario/2000/01/25/andalucia/948756147_850215.html

presuntamente se encuentre, tal como hacía el filólogo José María Pérez Orozco en el programa de Canal Sur *La semana más larga*, presentado por el humorista Manu Sánchez¹¹. El 2/III/2016¹² comenzaba halagando el oído de la audiencia al afirmar que¹³

hay un terreno, concretamente, que es el terreno del habla, donde los andaluces son auténticos maestros. Maestros absolutamente. ¿Por qué? Porque cada pueblo tiene una habilidad, y esa habilidad viene condicionada por el clima, para empezar. Quiero decir, [...] es que el día tiene quince horas. Y entonces hace un tiempo estupendo, casi siempre, y tú estás... Lo que se hace es hablar.

Se trata de una explicación que resucita alguna de las obsoletas teorías eurocéntricas en torno al lenguaje de los distintos pueblos del mundo esbozadas por pensadores del siglo XVIII, entre las que se encontraba la de Montesquieu, para quien las lenguas africanas eran más abundantes en vocales y menos en sonidos consonánticos debido al calor, lo cual invitaba a mantener más tiempo la boca abierta (Harris, 2002). Pero continuemos con las tesis de Pérez Orozco. Ironizaba el escritor uruguayo Eduardo Galeano en un poema titulado “Los nadies”, perteneciente a su obra *El libro de los abrazos*, señalando que de acuerdo con el discurso colonial “los nadies” o “los ninguneados” tienen la desventaja de “Que no hablan idiomas, sino dialectos” (Galeano, 2000: 52). Para Pérez Orozco, al andaluz ni siquiera le corresponde esa secundaria etiqueta:

El andaluz no es un idioma, de ninguna manera. Es una variedad del español, pero es que es una variedad del español tan curiosa... Porque es que no se le puede llamar ni dialecto, porque un dialecto es: el dialecto extremeño, otro dialecto es el dialecto murciano... Pero esto no es un dialecto; esto es un conjunto de hablas. Aquí, en una provincia se habla de una manera y en otra provincia se habla de otra. Hay un fondo común que todos entendemos...

Curiosa afirmación la de que al andaluz “no se le puede llamar ni dialecto” por parte de un profesor que presume de tener entre sus maestros intelectuales a Manuel Alvar, quien en una entrevista a *El País* concedida el 30/IX/1999 opinaba que “«Lo mejor es llamar dialecto al andaluz»”¹⁴. A continuación, Manu Sánchez le pregunta por las diez vocales del andaluz de Córdoba, a lo que el colaborador responde:

11 <https://www.youtube.com/watch?v=WSyZkBD2CSw>, 2:21.

12 <http://blogs.canalsur.es/documentacionyarchivo/archivos/tag/la-semana-mas-larga-canal-sur-tv>

13 <https://www.youtube.com/watch?v=E1pm0EKOIe0>

14 http://elpais.com/diario/1999/11/30/andalucia/943917753_850215.html

Diez vocales. En efecto, en efecto. Que es lo que te estaba diciendo de que el andaluz no se puede considerar un dialecto, sino una realidad mucho más maravillosa, que es un conjunto de hablas en perenne ebullición. Aquí se están haciendo experimentos lingüísticos continuamente. Por ejemplo...

El presentador le interrumpe para afirmar haberle escuchado que “están todos los lingüistas de Europa totalmente alucinados con lo que pasa aquí en Andalucía”. Pérez Orozco prosigue:

Todos los grandes lingüistas de Europa se fijan en que Andalucía es el mayor laboratorio en ebullición lingüística que existe en Europa, porque hay una cosa aquí, otra cosa allí... Por ejemplo, lo que decía antes de las vocales. Resulta que por... bueno, no solo los de Córdoba, los del norte de Córdoba, sino los de Almería o muchos de Granada [...]. Y es que tienen dos vocales. [...] Una vocal abierta y otra vocal cerrada. Y entonces resulta que tienen diez vocales, en vez de cinco. De cada una de las cinco, una es abierta. ¿Y para qué usan la vocal abierta? Para hacer el plural, en vez de ponerle una /s/ o una aspiración. [...] Pero eso es uno de los detalles, porque es que esto está, insisto, en ebullición.

Como se está viendo, cuando se nos ofrece esta abstrusa metáfora del “conjunto de hablas”, debido a su supuestamente acusada heterogeneidad (“una cosa aquí, otra cosa allí”), pero “en perenne ebullición”, estamos ante el *divide et impera* del concepto de *hablas andaluzas* acuñado por el negacionismo académico andaloespañol en los últimos tiempos, que denunciaba *supra* Porrah Blanco (2000: 155-157). En unos comentarios referidos a un libro dirigido por el mencionado Narbona (2009) en las que este texto habla de la “extraordinaria heterogeneidad interna del andaluz”, Moreno Cabrera (2012, transcripción de una conferencia¹⁵) pone en cuarentena tal lugar común ya que todas las lenguas tienen un cierto grado de heterogeneidad. “Todas: el castellano, el andaluz... todas. [...] Aquí no viene gente de América a estudiar andaluz porque resulta que es una cosa extraordinaria. «Es un tipo de lengua que jamás había visto, con unas...». No; es una lengua normal y corriente, en la que operan una serie de procesos normales y corrientes en la evolución de las lenguas”. A continuación rebate las afirmaciones de Narbona y su grupo de que no es fácil perfilar la identidad lingüística andaluza, asertos basados en que presuntamente “es poco lo que comparten todos los andaluces y no está claro qué les separa de otras modalidades del español” (Narbona, *ibíd.*). En este sentido, cita al propio Manuel Alvar, quien razonaba que el hecho de que un rasgo del andaluz como la aspiración de la /s/ se dé en Salamanca, en Ávila o en Toledo; que la neutralización de la /r/ aparezca en Puerto Rico; o que haya apertura de vocal

15 Nuevamente, <https://www.youtube.com/watch?v=JM33MF9qN40>.

en algunos sitios del español rioplatense, no le quita fisonomía al andaluz” (Moreno Cabrera, *op. cit.*).

¿Y qué decir respecto a que el andaluz “no es un idioma, de ninguna manera”, porque “es una variedad del español”? En tal caso “partimos de la idea de que el español es una lengua homogénea” y, sin embargo, no es así. Históricamente, diacrónicamente, puede que el andaluz fuera un dialecto de la lengua castellana, pero desde un punto de vista sincrónico carece de sentido el concepto de *dialecto-de* o *variedad-de*. El propio Manuel Alvar establecía que “decir que el andaluz no difiere sustancialmente del español es erróneo”, que “el andaluz está suficientemente diferenciado” y que “el andaluz está desgajado de la lengua común porque todas las amarras que formaban la unidad han ido saltando violentamente rotas”, aunque esto último está haciendo referencia a las leyes normales del cambio lingüístico (las aspiraciones y otros fenómenos que se producen en el andaluz, normales y corrientes, se han dado a lo largo de la historia en muchísimas otras familias lingüísticas y lenguas, por lo que no hay nada “violentamente roto”, ya que las lenguas funcionan así. La confusión proviene de que cuando Alvar responde a la pregunta sobre si es una lengua el andaluz con un rotundo “no”, basándose en que “le falta el grado más leve de igualación, uniformación o nivelación”, está hablando de *lenguas cultivadas*, no de *lenguas naturales*, las cuales son por definición variables y heterogéneas (todas estas son “caos en efervescencia”, por utilizar la caracterización de Alvar sobre el andaluz). Son conjuntos caóticos, en sentido científico, de competencias lingüísticas; sistemas abiertos, cambiables y heterogéneos. Máxime cuando la natural es totalmente anterior a la cultivada (*ibíd.*¹⁶). De ahí su “caos en efervescencia, que no ha logrado establecer la reordenación del sistema roto”¹⁷: producto de su tiempo y sus limitaciones, estamos ante una manera de pensar el lenguaje productora de discriminación lingüística que hoy hace aguas. “Alvar sitúa su lugar simbólico de enunciación en un punto cero castellano norteñocéntrico, su punto cero, para negar la igualdad lingüística y, por tanto, ontológica del andaluz y los andaluces. Tanto como para que éstos no puedan ni siquiera contarse las noticias del modo en que están en el mundo lingüísticamente” (Rodríguez-Iglesias, 2016b: 21), como le leíamos *supra* en el artículo de *El País*.

Continuamos avanzando en nuestra glosa de la intervención de Pérez Orozco en *La semana más larga*. Manu Sánchez le pide que explique lo que llama “la triple negativa”; fenómeno, si nos atenemos al tratamiento que le

16 De nuevo, <https://www.youtube.com/watch?v=tty3KINDIJ4>.

17 La referencia es ALVAR, Manuel (1976): *Lengua y sociedad*. Barcelona: Planeta.

otorga el catedrático, que parecería digno de análisis en los programas esotéricos de Iker Jiménez o Miguel Blanco:

Resulta que cuando tú le preguntas a un amigo tuyo, por ejemplo, «Antonio, ¿este año vas a ir al Rocío?», y dice: «No ni *na*». Y si tú te fijas bien, esa frase son tres negaciones: «No-ni-*na*». Y es la mayor afirmación que hay en el andaluz. Cuando una persona te dice «No ni *na*», no te quepa duda de que es que sí. Pero es que, además, con el agravante de que es una figura literaria de primera categoría. Es decir: son tres sílabas, que son tres frases. Cuando tú dices «no ni *na*», estás diciendo: la primera, «no voy a dejar de ir al Rocío»; «ni aunque llueva, truene o ventee»; «*na* me va a impedir que vaya». Todo eso resumido en tres sílabas. Pero es que las tres sílabas empiezan por la misma letra: «no», «ni», «*na*». Y además, encima, eso se llama una anáfora, le dicen los técnicos, ¿eh? *Pero bamoh, pa nohotroh eh una birgería*. Y luego, encima, la puñetera anáfora resulta que empieza por una /o/, que es una vocal cerrada, una /i/, que es una vocal abierta, y un «na», que es la vocal más abierta del andaluz. *Es una joya literaria*. Así de sencillo, y la empleamos como si fuera cosa de barrer, porque nosotros no le damos importancia, pero la tiene.

En realidad, el fenómeno descrito no es una anáfora, figura literaria que consiste en la reiteración de la misma palabra al principio de varios versos o enunciados, sino una *aliteración* o repetición de sonidos (aquí, del fonema /n/); también podría decirse que el enunciado encierra una *paronomasia*, por el parecido fonético de las tres palabras en función de la consonante común. Por otra parte, la información que aporta Pérez Orozco en torno a una supuesta progresión en la apertura vocálica de la frase es falsa, dado que, contra lo que afirma, la /o/ es una vocal abierta y la /i/, cerrada.

Pero el programa continúa. Tal como sucede con el vaciamiento y negación de la singularidad cultural andaluza en aras de la construcción artificial de lo 'español' (Moreno Navarro, 2013:53-54), con el consiguiente síndrome de 'esclavo feliz' del pueblo andaluz, el cual asume el robo con el orgullo derivado de su papel de representante internacional de la *identidad española*, ahora el españolismo lingüístico le niega el estatus de lengua natural al andaluz (“no es un idioma, de ninguna manera. Es una variedad del español, pero [...] tan curiosa...”) para subsumirlo en las glorias imperiales del *dominio hispánico* donde nunca se pone el sol; eso sí, otorgándole el premio de consolación de que “el hispanoamericano es de origen andaluz, no castellano” (“hemos contribuido a su prestigio y a su expansión, el español de América”, que decía Miguel Roper). Cuando Manu pide al profesor que desarrolle otra de sus teorías, la de que el segundo idioma que más se habla en el mundo después del inglés, más que el castellano, es el andaluz (obviamente no lo dice en sentido literal lo de “idioma”, sino figurado), por

ser el origen de lo que se habla en Latinoamérica, su comentario reproduce la leyenda del *español global*¹⁸:

O sea, que de los 420 millones de personas que hablan el español... Tiene guasa, ¿eh?, que cuando yo empecé a estudiar, éramos los cuartos. El primero era el inglés; el segundo era el chino; el tercero era el francés; y el cuarto, el español. Pues ahora mismo, el segundo es el español. Y podíamos decir, es el español pero en su variante andaluza, porque los hispanoamericanos (aunque tienen muchas diferencias también entre ellos y cosas de esas), el hispanoamericano es de origen andaluz, no de origen castellano.

Más allá de los rankings chovinistas de cifras de hablantes, el contexto conceptual de la doctrina oficial en el que cabe situar esta explicación es el que defiende la denominación de “castellano” como supuesto dialecto del “español” (recordemos: *mito de la conversión del castellano en español y dialectización del castellano moderno*; Moreno Cabrera, 2010: 11), entendido dicho “español” como unidad sistémica esencial de la cual tanto “castellano” (algo supuestamente distinto a “español”) como “andaluz” no serían sino “variantes” del primero, al cual pertenecen. Con todo ello, volvemos a encontrar los parámetros conceptuales que manifestaba Miguel Roperó.

Antonio Rodríguez Almodóvar, “académico correspondiente” de la RAE¹⁹ e intelectual orgánico del régimen andaluz, salía en defensa de la presidenta de la Junta, Susana Díaz, en el contexto de la guerra interna de dicho partido a nivel estatal, después de que se filtrara a los medios, para perjudicar a la facción de Pedro Sánchez (su competidor) una frase pronunciada en el Comité del PSOE madrileño por uno de los seguidores de este, en la que el autor del enunciado, Ramón Silva, parodiaba el andaluz de Díaz: “Queremos un *PZOE ganadó*” (*Lavanguardia.com*, 5/III/2017²⁰). El 11/III/2017 apareció en *El País* una columna de Rodríguez Almodóvar bajo el título “¿Una patología del castellano?”²¹, donde recrea por enésima vez la concepción panhispanista del andaluz como “forma avanzada del idioma” (castellano, claro) con un redundante y tautológico “que es lo que es”, a saber, una “forma del español meridional” que, como ya hemos tenido ocasión de comprobar una y otra vez en el discurso de otros académicos, no tiene entidad propia como andaluz (*que es lo que es*, por usar su misma coletilla) pero al que, a cambio, de la forma en que igualmente ya hemos

18 <https://www.youtube.com/watch?v=CxylxkQB0o0>

19 <http://www.rae.es/la-institucion/los-academicos/academicos-correspondientes-espanoles>

20 <http://www.lavanguardia.com/politica/20170305/42563112596/ramon-silva-madrid-susana-diaz-psoe-pzoe-ganado.html>

21 http://cultura.elpais.com/cultura/2017/03/10/actualidad/1489170126_482384.html?rel=mas

podido verificar con profusión, “sentó las bases del español de América, con trampolín en Canarias”, aunque “no ha sido nunca bien visto por ahí arriba”; nótese, como de costumbre, la elección del adverbio de lugar con el que sustituye a la denominación 'Norte' para marcar, aun quizá sin pretenderlo (concedámosle el beneficio de la duda), la jerarquización geográfica. Rodríguez Almodóvar no se sale del guión del orgullo panhispanista y la mitología colonialista del Descubrimiento (consideremos la inapelable refutación a este relato elaborada por Dussel, 2004, quien explica cómo Colón no hizo sino comprarles las cartas de navegaciones a los chinos, los cuales ya habían navegado por todos los océanos y tenían cartografiado el globo entero) para ufanarse de “que Antonio de Nebrija se adelantara a publicar la primera Gramática Castellana, en agosto de 1492, justo cuando don Cristóbal Colón emprendía la descomunal aventura del Descubrimiento; como si el sevillano hubiera sentido que había que pertrechar a nuestra lengua con una norma escrita, para la no menos descomunal expansión que acabaría teniendo, y tiene”. Ya se sabe: hablamos del “Descubrimiento” (objetivización de los pueblos de las Américas y omisión deliberada de las otras culturas con las que ya tenían contacto antes que los europeos) como “descomunal aventura”, frente a la empresa de codicia, matanza y saqueo (Césaire, 2006), así como de una también “descomunal expansión” del castellano, que nunca se impone sino que se *expande*, como un gas. El autor de Prisa continúa vanagloriándose de que “Mal que les pese a algunos, el andaluz” no constituye una lengua natural por sí misma sino que “es vanguardia del castellano, porque “aplica rigurosamente dos principios básicos en toda lengua: la claridad y la economía”, soslayando que otro de los recursos de toda comunicación es la presencia de la redundancia, al objeto de minimizar los efectos del ruido en la señal, característica que simultánea y contradictoriamente el relato oficial también atribuye al andaluz, y que refuta dicho mito radical (economicista) de la brevedad elevada a fin último y máximo del lenguaje, como ocurre en el propio andaluz (mantenimiento explícito del pronombre personal a pesar de estar ya contenido en las desinencias verbales de muchas expresiones, como en el caso de “*fí(ha)te tú*”; verbalización del adverbio cuyo sema ya está implícito en el significado del verbo, como en “*ben p'aká*”). Todo ello, aparte de que el oficialismo académico andaloespañol no se aplica el propio cuento de la “economía para hacerlo más breve”, por seguir con el texto de la columna, cuando denomina a su mismo grupo investigador “Español Hablado en Andalucía”²² (referencia nada económica, precisamente) o emplea la táctica del *divide y vencerás* (Porrah Blanco, 2000: 155-157) por medio del significante “*hablas andaluzas*” en lugar de lo que, más *económicamente*, resultaría sencillo nombrar: “Andaluz”. Ni que decir tiene que la visión del *establishment* académico

22 <http://grupo.us.es/ehandalucia/>

tampoco tiene reparo alguno en afirmar una cosa y la contraria al obviar la entidad propia del andaluz como sistema lingüístico (Moreno Cabrera, 2013: 12) disfrazándolo como “vanguardia del castellano” y a la vez atribuyéndole justo los rasgos opuestos cuando, en relación con el mantenimiento de palabras y expresiones ya no usadas en otros territorios de la Península, “se dice que el léxico andaluz es conservador” (VV.AA., 2016: 160). Unas veces vanguardia, otras conservadurismo, según interese. El último episodio de esta oscilación esquizoide es la edición de un libro titulado *El andaluz, vanguardia del español* a cargo de un profesor universitario y de secundaria (Rodríguez Domínguez, 2017). “Este estudio analiza de forma minuciosa como [sic] el andaluz, en su desarrollo, se ha convertido en la forma más innovadora y generalizada de hablar la lengua española”. Así, “la lengua española se bifurcó en dos modos diferentes de realizarse: el español castellano y el español andaluz, que al expandirse por Canarias y América adquirió también la denominación español atlántico”²³. Como de costumbre, se reitera el mito de la conversión del castellano en español, el español nunca se impone sino que se 'expande' y se oculta quién hizo que el andaluz 'adquiriera' la abstrusa denominación de “español atlántico”.

En el mismo párrafo del texto periodístico, Rodríguez Almodóvar prosigue declarando que entiende que desde la norma estándar se vea con recelo que se propague el andaluz porque el “latín vulgar” terminó “multiplicándose en un buen puñado de lenguas romances”, a pesar de lo cual trata de tranquilizar a quienes experimenten los temores de que el castellano corra la misma suerte argumentando que “ya nos ocupamos los andaluces, los canarios, los mejicanos, los argentinos, los peruanos... de que la energía de la lengua de Cervantes se mantenga en los límites del entendimiento y se multiplique, también, en hermosas novelas y otras formas literarias”. Ni siquiera entraremos a indagar qué piensa el novelista del papel de las andaluzas, canarias, mejicanas, argentinas o peruanas, de acuerdo con el dominio androcéntrico del lenguaje (Moreno Cabrera, 2014: 216), en dicha “energía de la lengua”, pero no podemos dejar de hacer notar que, una vez más, el discurso académico, en este caso con esa alusión a que el castellano (“español”) “se mantenga en los límites del entendimiento” a la par que “se multiplique, también, en hermosas novelas y otras formas literarias”, confunde por enésima vez los planos de, respectivamente, la *lengua natural* que usan oralmente “los andaluces, los canarios, los mejicanos, los argentinos, los peruanos”, caracterizada por su adquisición espontánea en la infancia, mutable y variable, frente al de la *lengua cultivada* o literaria, estandarizada, necesariamente artificial, que se enseña en el sistema educativo y en la que se escriben esas “hermosas novelas y otras formas literarias”

23 <http://www.edicionesalfar.es/web/index.php/nuestro-libros/novedades/item/147-el-andaluz-vanguardia-del-espanol>

(mismo autor, 2011: 188). La variación geográfica o diatópica es una característica inherente al lenguaje oral (*ibíd.*: 189), frente a la relativa estabilidad de la lengua estandarizada, sobre todo escrita, erigida en oficial. Existen similitudes entre todas nuestras respectivas lenguas naturales que hacen posible cierto grado de intercomprensión si se realiza un determinado nivel de esfuerzo entre las/os hablantes de dichas zonas, del mismo modo que, frente al mito del españolismo lingüístico según el cual solo el castellano es un vehículo válido (entendible) de comunicación en el ámbito peninsular, una persona castellanoparlante puede, con un mínimo interés y esfuerzo, entender a otra que hable, por ejemplo, en asturiano, catalán o gallego, exactamente como esta última ha tenido que ir haciendo a lo largo de los últimos siglos. Es más: “Es muy posible que para entender a un argentino o boliviano haya que hacer en algunos aspectos un esfuerzo mayor que para entender de modo natural y más o menos espontáneo a un gallegohablante” dado que el primero “está en muchos casos influido por una lengua como el quechua o el aymara que provoca la existencia de palabras, giros o calcos de estas lenguas” (Moreno Cabrera, 2010: 15).

Por ende, como mencionábamos, Rodríguez Almodóvar era elegido en 2015 como “académico correspondiente” de la Real Academia Española²⁴, institución que, como veíamos *supra*, no se ha señalado precisamente como defensora de la valoración y reconocimiento del andaluz (recordemos el planteamiento etnocida, en el mismo rotativo, que difundía Manuel Alvar). Resulta curioso, pues, que su columna finalice con esta reflexión: “No me imagino qué puede tener de malo hablar bien lo que uno habla. Y por qué esa inquina con el andaluz. Yo que ellos, me lo haría mirar.” Justo debajo, la página de *El País* incluye un renglón con la información que acabamos de citar: “Antonio Rodríguez Almodóvar es académico correspondiente de la RAE en Andalucía”.

Mencionemos que el artículo de Rodríguez Almodóvar apareció al día siguiente (12/III/2017) en la edición impresa de *El País*, en la página 30, dentro de la sección “Cultura”, bajo una información que incidía en la misma línea de denuncia respecto al concejal madrileño del PSOE que había parodiado la manera de hablar de Susana Díaz. El despiece del consiguiente reportaje pulveriza todas las marcas del negacionismo al uso en torno al andaluz cuando llega a difundir la noción de que “Ni siquiera existe un andaluz” porque “presenta singularidades entre provincias, entre pueblos e, incluso, entre barrios”. Un dato cuya explicitación induce a pensar que el vecindario del madrileño barrio de Salamanca debe de hablar exactamente igual que el de Vallecas o Carabanchel.

24 <http://elcorreoweb.es/cultura/antonio-rodriguez-almodovar-nuevo-miembro-de-la-rae-GD1151769>

La intervención mediática más reciente del catedrático Antonio Narbona se produjo como reacción a las intenciones de un grupo de filólogas/os sevillanas/os de establecer una plataforma para impulsar una academia lingüística con el propósito de “lanzar una respuesta contundente ante las frecuentes descalificaciones y desprecio de ciudadanos de otras comunidades –a veces realizadas por figuras públicas– hacia una de las más destacadas señas de identidad de los andaluces: su habla”. La timorata ambigüedad manifestada por quienes defendían el proyecto, que denominaban “Academia Andaluza de la Lengua” (sin declarar a *qué lengua* se refieren), asumiendo la terminología oficialista al reivindicar que “se dignifiquen las hablas andaluzas” (*Sevilladirecto.com*, 11/III/2017²⁵), no les serviría sin embargo para escapar a las admoniciones del representante del *establishment* filológico andaloespañol, quien, desde las páginas del rotativo de la burguesía hispalense *Diario de Sevilla*, expresaría su fastidio “A vueltas con la defensa del andaluz” tan solo dos semanas después (26/III/2017²⁶), en cuyo memorable tercer párrafo el que el filólogo de la US llega a decir que “la defensa y la dignificación del andaluz, poco tienen de novedad, son recurrentes, pese a que ninguna investigación rigurosa ha determinado el alcance del victimismo o del denominado «complejo de inferioridad» que se suele asociar a los andaluces”.

Tal aserto ignora, por citar un caso, la tesis doctoral de la lingüista de la Universidad Estatal de California Elena Snopenko con el explícito título *Stigmatizing language: The case of Andalusian (Lengua estigmatizante: El caso del andaluz*; Snopenko, 2007), en la que se detalla que como resultado de la unificación política y estandarización lingüística el dialecto de Andalucía fue etiquetado en términos negativos («impuro», «mezclado», «cerrado», etc.), utilizado como distintivo en el teatro de los personajes cómicos estereotipados procedentes de grupos marginados, y se demuestra el carácter ideológico de las concepciones sobre el andaluz en los trabajos de lingüistas históricos como Menéndez Pidal y Amado Alonso, cuyas ideas de «Castilla, la cura de España» o «castellano, el dialecto revolucionario» asignan cualidades asumen una posición inferior para el dialecto andaluz²⁷. Pero el miembro del grupo “Español Hablado en Andalucía” también tiene a su disposición trabajos científicos de ámbitos más cercanos; concretamente, del lingüista y profesor de la Universidad de Huelva Ígor Rodríguez-Iglesias, quien define la lógica que el grupo dominante impone a través de

25 <http://www.sevilladirecto.com/filologos-sevillanos-ponen-en-marcha-una-plataforma-para-impulsar-la-academia-andaluza-de-la-lengua/>

26 http://www.diariodesevilla.es/opinion/tribuna/vueltas-defensa-andaluz_0_1120988170.html

27 <http://phdtree.org/pdf/25462857-stigmatizing-language-the-case-of-andalusian/>

todo su cuerpo de juristas del lenguaje (escuela, gramáticos, medios de comunicación, etc.) desechando arbitrariamente los capitales lingüísticos ajenos a la lengua establecida como aquella a la que atenerse, así como el componente ideológico inherente a toda ciencia (Rodríguez-Iglesias, 2016a: 111-112). También trazar el recorrido histórico por el que el andaluz ha sido estigmatizado, desde las burlas por parte de los escritores del llamado Siglo de Oro español, pasando por las observaciones de Benito Arias Montano o las invectivas de Juan de Valdés a Antonio de Nebrija hasta llegar a las aseveraciones contemporáneas de Manuel Alvar (*ibíd.*: 117-119). Pero más allá, la “investigación rigurosa” (por seguir parafraseando el texto del artículo de Narbona) de Rodríguez-Iglesias presenta testimonios, recogidos de encuestas, en los que se da cuenta de la desvalorización, discriminación, prejuicios culturales y/o lingüísticos y hasta acoso, siempre por la condición de ser hablantes andaluzas/ces, los cuales apuntan a situaciones en las que las consecuencias son de carácter socioeconómico en el campo laboral (*ibíd.*: 124-132), lo que podría darle cierta idea al autor del artículo de *Diario de Sevilla* en relación con “el alcance del victimismo” del que hablaba.

4. Conclusiones

En suma, certificamos cómo las apariciones y manifestaciones mediáticas de los miembros de la RAE y, en este caso, además (simultáneamente) la Facultad de Filología de la Universidad de Sevilla ofrecen una imagen del andaluz enmarcable en la ideología del españolismo lingüístico y su *fase superior*, el imperialismo lingüístico panhispánico, de acuerdo con la cual esta lengua natural no tiene entidad propia y unificada (a pesar de su fácil reconocibilidad como tal andaluz a cualquier oído externo) sino que solo puede catalogarse como un abigarrado y caótico *conjunto de hablas* que, eso sí, tendrían la fortuna de pertenecer, como meras variantes, a la pujante y diversa pero esencialmente única “lengua española”, a cuya “expansión” (dado que el castellano nunca se impone, sino que se *expande*, como un gas) han contribuido. Sus versiones más extremistas censuran la posibilidad de emprender iniciativas de escritura en andaluz e incluso llegan a anatemizar su empleo en el discurso oral formal de los medios de comunicación.

5. Referencias

ARENAS POSADAS, Carlos (2015): *Poder, economía y sociedad en el sur. Historia e instituciones del capitalismo andaluz*. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.

BARDIN, Laurence (1996): *El análisis de contenido*. Madrid: Akal.

- CÉSAIRE, Aimé (2006): Discurso sobre el colonialismo. En CÉSAIRE, Aimé, *Discurso sobre el colonialismo*. Madrid: Akal.
- DELGADO CABEZA, Manuel (2013): Introducción a la economía de Andalucía. En MORENO NAVARRO, Isidoro y DELGADO CABEZA, Manuel: *Andalucía: una cultura y una economía para la vida*. Sevilla: Atrapasueños.
- DÍAZ SALGADO, Luis Carlos (2011): Historia crítica y rosa de la Real Academia Española. En SENZ, Silvia y ALBERTE, Montserrat: *El dardo en la Academia. Esencia y vigencia de las academias de la lengua española*. Barcelona: Melusina.
- DUSSEL, Enrique (2004): "China (1421-1800): razones para cuestionar el eurocentrismo", *Archipiélago. Revista cultural de nuestra América*, número 44, año 11, abril-junio 2004. revistas.unam.mx/index.php/archipelago/article/.../19688/18679
- FANON, Frantz (2016): *Piel negra, máscaras blancas*. Madrid: Akal.
- GARCÉS, Fernando (2007): Las políticas del conocimiento y la colonialidad lingüística y epistémica. En CASTRO-GÓMEZ, Santiago y GROSFUGUEL, Ramón (Eds.), *El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores / Universidad Central / Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos / Pontificia Universidad Javeriana / Instituto Pensar. <http://www.unsa.edu.ar/histoccat/hamoderna/grosfoguelcastrogomez.pdf>
- GROSFUGUEL, Ramón (2016): Apuntes hacia una metodología fanoniana para la decolonización de las ciencias sociales. En FANON, Frantz, *Piel negra, máscaras blancas*. Madrid: Akal.
- (2006): Actualidad del pensamiento de Césaire: redefinición del sistema-mundo y producción de utopía desde la diferencia colonial. En CÉSAIRE, Aimé, *Discurso sobre el colonialismo*. Madrid: Akal.
- GUTIER, Tomás (2010): "En España el andaluz es la lengua del inculto". Entrevista del diario *Público* del 20/VIII. <http://www.publico.es/espana/espana-andaluz-lengua-del-inculto.html>
- HARRIS, Marvin (2002): *El desarrollo de la teoría antropológica. Historia de las teorías de la cultura*. Madrid: Siglo XXI.
- KRIPPENDORF, Klaus (1990): *Metodología de análisis de contenido*. Barcelona: Paidós.

- MANZANO, Alí (2016): “Colonialismo psicológico: la perpetuación de la conquista”, *Independencia. Órgano andaluz de opinión*, 63, 8-17.
- MORENO CABRERA, Juan Carlos (2014): *Los dominios del español. Guía del imperialismo lingüístico panhispánico*. Madrid: Euphonia Ediciones. <http://www.euphoniaediciones.com/plataforma/libros/los-dominios-del-espanol-13-45-1-2-1>
- (2013): “La manipulación de la lingüística al servicio del nacionalismo españolista. El caso del andaluz en la fonología de la nueva gramática de la RAE y la ASALE”. https://creandopueblo.files.wordpress.com/2012/12/moreno_manipulacion_espanolista_andaluz2.pdf
- (2011): «Unifica, limpia y fija.» La RAE y los mitos del nacionalismo lingüístico español. En SENZ, Silvia y ALBERTE, Montserrat: *El dardo en la Academia. Esencia y vigencia de las academias de la lengua española*. Barcelona: Melusina.
- (2010): “Lengua / nacionalismo en el contexto español”, http://bretemas.blogaliza.org/files/2010/06/Texto_Juan_Carlos_Moreno_Cabrera.pdf
- MUÑOZ NAVARRETE, Manuel (2009): “El supremacismo lingüístico”. <http://www.rebellion.org/docs/87719.pdf>
- NARBONA JIMÉNEZ, Antonio (Coord.) (2009): *La identidad lingüística de Andalucía*. Fundación Centro de Estudios Andaluces.
- PÉREZ TRUJILLANO, Rubén (2015): “El problema andaluz en las Cortes republicanas”. <http://thesocialsciencepost.com/es/2015/06/el-problema-andaluz-en-las-cortes-republicanas/>
- PORRAH BLANKO, Huan (2000): *iEhkardiyea l'armáziga k'ai hugo! Antolohía 'e tehtoh en andalú der Huan Porrah Blanko*. Donostia: Iralka.
- RODRIGO MORA, Félix (2010): *Seis estudios. Sobre política, historia, tecnología, universidad, ética y pedagogía*. Madrid: Brulot.
- RODRÍGUEZ GUILLÉN, Manuel (2016): “Reforma agraria y desarrollo en Andalucía”. <https://www.diagonalperiodico.net/blogs/grupo-juan-diaz-del-moral/reforma-agraria-y-desarrollo-andalucia.html>

- RODRÍGUEZ-IGLESIAS, Ígor (2016a): “Ideologías lingüísticas: descapitalización fanoniana de los andaluces”, *Nueva Revista del Pacífico*, 65, 105-136. <http://www.nuevarevistadelpacifico.cl/index.php/NRP/article/view/71/114>
- (2016b): “La hybris del punto cero metalingüístico. Andalucía como no-Ser”, *Actas de la VIII Hunta d'Ehkritoreh en Andalu / VIII Reunión de Escritores/as en Andaluz / 8th Meeting of Andalusian Writers. ZEA - Sociedad para el Estudio del 'Andalú'. Fuhírola / Fuenhirola, 21-22 de marzo de 2016*. <http://www.zea-andalu.com/hunta-d-ehkritoreh-en-andalú/viii-hunta/>
- SNOPENKO, Elena Anatolyevna (2007): *Stigmatizing language: The case of Andalusian*. California State University.
- TAIBO, Carlos (2014): *Sobre el nacionalismo español*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- VAN DIJK, Teun (1993): “El estudio interdisciplinario de las noticias y el discurso”. En Jensen, Klaus Bruhn y Jankowski, Nicholas W.: *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch.
- VV. AA. (1975): “Andalucía en el círculo del subdesarrollo” (editorial), *Información Comercial Española*, 503. Madrid: Ministerio de Comercio.

CAPÍTULO III

¿FILOSOFÍA EN EL MUNDO ENREDADO?

Javier-Eladio Guzmán

Institución Educativa SEK

Palabras clave: Filosofía – redes sociales – escritura – pensamiento – comunicación – argumentación.

Philosophy – social networks – writing – thinking – communication – argumentation.

Parafraseando a Walter Ong podemos decir que, en esencia, similares objeciones comúnmente impugnadas hoy en día contra las redes sociales (como que más bien se comunica sin realmente saber o que pueden desinformar o que pueden romper la conexión con lo real) fueron dirigidas por Platón contra la democracia y los sofistas; en la misma línea (de parafraseo del autor de Oralidad y escritura: tecnologías de la palabra) también podemos señalar que resulta fácil apreciar que vivimos en una época de cambio social raudo y radical (al punto de que nuestro mundo sea uno enredado), con todo, resulta menos sencillo comprender el hecho de que tal cambio afectará inevitablemente las características de aquella disciplina que contribuyó tanto a reflejar como a moldear nuestra sociedad: la Filosofía.

Esta comunicación se plantea el reto de pensar cómo afecta a la producción de contenidos pertenecientes al área de conocimiento de la Filosofía el nuevo espacio comunicativo de las redes sociales: lo filosófico en la era de la reproductibilidad socio-tecnológica de los significados. Parafraseando el célebre artículo de Walter Benjamin de 1936, la obra filosófica ha sido siempre fundamentalmente susceptible de reproducción; lo que los humanos habían pensado con rigor podían repetirlo otros humanos (más bien vía oral al principio, luego a través de la escritura y de la publicación de textos); tras una historia que algunos anunciaron su finalización y otros se empeñan vía legislativa en recortar la Filosofía se enfrenta en los inicios del siglo XXI a la posibilidad que tienen muchos ciudadanos de expandir textos / imágenes / vídeos (en potencia) al resto de ciudadanos del mundo (aunque en la práctica solo a la mitad) con gran facilidad gracias a una estructura en red – un fenómeno ciertamente nuevo -, aunque con ciertos condicionantes. Nuestra pregunta es en qué medida afectan dichos condicionantes al comunicador en Filosofía.

Para responder debemos dar previamente micro-respuestas a ¿qué significa hacer Filosofía en 2017? / ¿qué significa comunicar en Internet? / ¿qué significa comunicar en las redes sociales? / ¿cuáles son las peculiaridades comunicativas de Facebook, Twitter, Instagram? / ¿qué hacen los formados en y profesionales de la Filosofía en las redes sociales? / ¿cuáles son las principales dificultades y ventajas con que se enfrenta el individuo con formación en Pensamiento Filosófico, con oficio en la escritura filosófica y exposición pública, a la hora de trasladar sus proyectos reflexivos al MUNDO enredado?

Qué significa hacer Filosofía en 2017?

Cuando murió Gustavo Bueno el 7 de agosto de 2016 fue recordado como uno de los pocos españoles que había construido un sistema filosófico propio (en su caso el *materialismo filosófico* o Teoría del Cierre Categorial), lo que generó en algunos (Manuel Cruz, un servidor) la exposición pública de una duda con visos de convertirse en crisis de identidad: ¿sí, como sostenía Bueno, UN PENSAMIENTO SIN SISTEMA NO ES FILOSOFÍA, entonces, hace falta haber desarrollado todo un entramado teórico bien articulado entre sí que (no solo) *explique* – (sino que, sobre todo) *comprenda* – (a la par que) *critique* nuestra realidad para poder ser considerado filósofo? En tal caso, la nómina de filósofos españoles se reduciría a Suárez (por su sistematización del tomismo, escotismo y nominalismo) / Amor Ruibal (con su *correlacionismo*) / tal vez Zubiri (quien produjo al menos un pensamiento riguroso y de fina originalidad con su Teoría de la Inteligencia Sentiente) / el propio Bueno / Trías (con su pensar acerca del límite). Pero, ¿qué es un sistema filosófico? De forma general y meramente aproximativa podemos decir que un sistema filosófico es un conjunto de proposiciones conectadas de tal forma que una mayoría deriva de una minoría bajo una voluntad de organización, no habiendo ningún elemento aislado, siendo el contenido de las proposiciones relativo a los fenómenos que resultan problemáticos al humane - a saber, el mundo / el conocimiento / el propio humane / el lenguaje / nuestras acciones / y las distintas complejidades que configuran en cada tiempo nuestros temas -; y si la derivación queda especificada por medio de unas reglas de inferencia el sistema además será formal. Coherencia ordenada de aserciones con vocación universal y normativa. La Filosofía, de aparecer como sistema, tendría que ver con cierta manera de estructurar el lenguaje para atender lo complejo bajo una *intencionalidad explicativa – comprensiva - crítica*.

La anterior delimitación nos sugiere dos preguntas: (1) ¿hay filósofos ahora en España, en Europa, en el mundo?; y, (2) ¿se puede *hacer* Filosofía en las redes?

Ante (1) habría que contestar que más bien hay profesores de Filosofía (que es lo que siempre se han considerado Lledó y Savater) / analistas (productores de fragmentos bajo parámetros de claridad propios de la concepción analítica de la Filosofía, como García-Carpintero) / pensadores sobre la actualidad (como Manuel Cruz) / candidatos a productores de un sistema filosófico (como Marina en torno a la inteligencia o Javier Gomá en torno a la idea de ejemplaridad) / especialistas en Ética (como Victoria Camps); el hispano Mario Bunge sería responsable del último sistema filosófico potente: el *sistemismo* (ejemplo vigoroso de una filosofía exacta, científica, útil en su ambicioso Tratado de Filosofía en ocho volúmenes de 1974 a 1989 y más obras); por Europa se escuchan las voces polémicas, cultas, lúcidas y potentes de Sloterdijk / Finkielkraut / Zizek, Onfray, de una lucidez imprescindible y de una potencia inclasificable, pero voces carentes de voluntad totalizante, de intención de sistematismo filosófico, que leen el mundo bajo una orientación interdisciplinaria y lo escriben con una retórica atípica, provocadora, hiperbólica, metafórica, directa (cada cual con su voz propia, con su particular modelo narrativo); todavía están vivos Apel, Habermas, Albert pero hace tiempo ya de la disputa sobre el positivismo en la sociología alemana *Teoría Crítica de la Sociedad* versus *racionalismo crítico*; y en el ámbito anglosajón sobresalen los discursos de ambición práctica (que no sistémica) de Peter Singer y de Martha Nussbaum con su Enfoque de las Capacidades – las mejores versiones del *utilitarismo* y del *contractualismo* respectivamente -, también gozamos todavía de la vitalidad de Daniel Dennett y sus perspicaces aportaciones sobre los fenómenos mentales, la libertad y las creencias religiosas.

En la actualidad filosófica del siete de abril de 2017 no apreciamos sistema filosófico alguno de reciente construcción. Tampoco ejemplos de grandes obras filosóficas, como las producidas a lo largo del siglo XX (algunas con *intencionalidad* **propositiva, de orden, de coherencia, abarcadora, normativa y de universalidad** y otras no tanto): Principia Ethica (1903) de Moore / Pragmatismo (1907) de James / Principia Mathematica (1910 – 1913) de Russell y Whitehead / Ideas (1913) de Husserl / Los problemas de la Filosofía y del Dogma (1914 – 1936) de Amor Ruybal / Tractatus (1921) de Wittgenstein / Economía y sociedad (1922) de Weber / Filosofía de las formas simbólicas (1923, 1925, 1929) de Cassirer / Los reinos del ser (1927) de Santayana / La construcción lógica del mundo (1928) de Carnap / La rebelión de las masas (1930) de Ortega / Filosofía (1932) de Jaspers / La lógica de la investigación científica (1934) de Popper / El ser y la nada (1943) de Sartre / La sociedad abierta y sus enemigos (1945) de Popper / Investigaciones filosóficas (1954) de Wittgenstein / La condición humana (1958) de Arendt / Los usos de la argumentación (1958) de Toulmin / Tratado de la argumentación (1958) de Perelman y Olbrechts-Tyteca / Verdad y método (1960) de Gadamer / Cómo hacer cosas con palabras (1962) de

Austin / Las palabras y las cosas (1966) de Foucault / Los lenguajes del Arte (1968) de Goodman / El Arte y sus objetos (1968) de Wollheim / Actos de habla (1969) de Searle / Teoría Estética (1970) de Adorno / Teoría de la Justicia (1971) de Rawls / Transformación de la Filosofía (1973, 1976) de Apel / Liberación animal (1975) de Singer / Reivindicación de la razón (1979) de Cavell / Mil mesetas (1980) de Deleuze y Guattari / Ensayos sobre acciones y acontecimientos (1980) de Davidson / Teoría de la acción comunicativa (1981) de Habermas / La transfiguración del lugar común (1981) de Danto / De la Problematología (1986) de Meyer / La Pintura como Arte (1987) de Wollheim / La conciencia explicada (1991) de Dennett / Sobre las emociones (1999) de Wollheim.

En medio de este desamparo teórico que nos caracteriza una excepción hoy en día de labor filosófica seria y pertinente es el método del belga Michel Meyer de la Problematología o Estudio del Cuestionamiento, consistente en *interrogar* el hecho mismo de cuestionar, en diálogo con la Tradición Filosófica, enfoque al que incorpora una renovación de la Retórica mediante análisis de los dispositivos de persuasión.

¿Hace falta elaborar un sistema filosófico o un conjunto bibliográfico similar para ser crítico y constructivo en Filosofía?, ¿la forma del sistema filosófico es compatible con la naturaleza de nuestro mundo enredado? Alguien con oficio filosófico puede construir, aparte de comunicaciones orales, textos breves en forma de artículos o largos en forma de libros (ya sea una recopilación de artículos o una unidad textual), y mientras esté *argumentando con rigor* a través de CONCEPTOS vinculados (ya sea por continuidad, reforma o ruptura) a la *Tradición Filosófica* estará haciendo un OBJETO **filosófico**, artefacto que podrá tener todos los rasgos que definen a un sistema filosófico o no, circunstancia esta que no devalúa su condición de pieza filosófica, pues, de hecho, los sistemas filosóficos son más bien una excepción entre las obras filosóficas, en especial en nuestro presente. La historia de la Filosofía no ha producido tantos filósofos. Puede haber filósofos con un sistema poco iluminador (como el *deísmo* de algunos ilustrados, o el *positivismo* de Comte [por ignorar que el Arte es conocimiento]) y pensadores sin sistema interesantes (como el iniciador de la *Tradición Filosófica Ibérica* – Llull –, quien no innovó un sistema pero sí un método, o las iluminaciones de Averroes / Balmes / Feuerbach / Brentano / Frege / Ortega / Mumford / Turing / Blanchot / Adorno / Grice / Davidson / Steiner / Badiou / Zeldin / Groys); también hay casos de filósofo brillante con sistema iluminador (como la Semiótica de Peirce). Así pues, podemos conceder que condición necesaria y suficiente para ser filósofo es poseer un sistema filosófico, mientras que quien produzca un objeto (ya sea textual o visual o audiovisual) en modo *argumentación conceptual* con uso de terminología filosófica sin llegar a la sistematización no será un filósofo pro-

piamente dicho (o solo lo será en sentido amplio) pero sí un agente en conocimiento filosófico / un trabajador intelectual en Filosofía. Aparcamos la duda de que quien hace Historia de la Filosofía ¿qué está haciendo? (Pues, Historia de la Filosofía; a no ser que pase a *evaluar*, en tal caso el escritor en Historia Crítica de la Filosofía también sería un operario filosófico). ¿Y qué son los ensayistas?; pues, pensadores. El pensar podrá ser más o menos lógico, más o menos literario, poético, metafórico, plástico, visual o cinematográfico, pero si no se está argumentando no se está en el área de conocimiento de la Filosofía. El conjunto #Pensamiento# es más amplio que el conjunto #Filosofía#. Falta argumentación, pues no hay Filosofía; hay argumentación, puede haber Filosofía (si el tratamiento conceptual es riguroso).

¿Qué significa comunicar en Internet?

Esa cosa harto peculiar llamada 'Internet' requiere un entramado eléctrico e industrial complejo, lo cual no nos obliga a caracterizar este fenómeno como principalmente tecnológico, cuando, en realidad, se trata del mayor intercambio de significados de la historia. Si Internet es el medio semántico de nuestro tiempo, ¿es también nuestro mensaje?, ¿el mensaje que el mundo se lanza a sí mismo?; al menos es uno de los temas de nuestra actualidad, forma parte de la ontología de nuestro presente, de las cosas que manejamos y por lo menos nos condicionan, sino nos determinan o manejan o espían. La distinción de Internet con otros medios viene motivada por (1) la facilidad tecnológica y económica para que prácticamente cualquiera pueda *publicar* contenidos en un espacio virtual de fácil acceso también prácticamente casi para cualquiera; (2) la posibilidad de *interactuar* (incluso en tiempo real y hasta simultáneamente) con otros individuos o grupos; y, (3) la posibilidad de *vincular* contenidos. Pero, ¿quién navega sobre quién?, ¿nosotros por Internet o Internet por nosotros? (idea sugerida en el diálogo del Simposio 6).

De entrada, *comunicar difundiendo – participando – enlazando* es afín al espíritu dialógico de la Filosofía, que no deja de ser cierta forma peculiar de llevar una conversación; (al menos emergió como diálogo). Por lo que Internet y Filosofía no son conjuntos disjuntos. Dos fenómenos que cuentan tanto con entusiastas como con detractores, aunque la Red despierta mayor entusiasmo que el Saber Filosófico. Ambos dos son productos del afán de universalidad. Dos fenómenos cuyo contacto nos cambia, sino nos transforma. McLuhan en Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano (de 1964) ya nos previno del modelaje que sufre nuestro modo de pensar tras percibir el mundo a través de los medios de comunicación; advertencia que hace suya como amenaza respecto a Internet Nicholas Carr en Superficiales (de 2010), cuya tesis es que la peculiaridad de la Web – el flujo veloz de información – pasa a ser la peculiaridad

de nuestras mentes: entidades abiertas a un flujo veloz de información; por lo que nuestra capacidad de contemplación se debilita, nuestro cerebro se vuelve cada vez más eficiente para ojear fragmentos a la par que simple y distraído a golpe de picoteo rápido y notificaciones. El trabajador en Filosofía siempre se las ha visto con grandes cantidades de datos, sobre todo a partir de la Ilustración, (siendo Marx y Russell casos extremos), información a la que otorga un sentido y que transforma en un *pensar riguroso y argumentativo* sobre las complejidades que nos importan; pensamiento, no obstante, no especialmente preocupado por la rapidez en hacerse público (pues el anhelo de presentar un sistema o entramado conceptual sin fisuras animaba a no tener prisa, a ir puliendo lo escrito). (En este sentido son famosos los casos de Wittgenstein y su ritual perfeccionista de escritura, quien solo publicó un libro en vida – el *Tractatus* – [aunque elaboró varios textos], o Rawls, cuya obra magna – *Teoría de la Justicia* - no publicó hasta los cincuenta y es fruto de más de dos décadas de reflexión, o *Verdad y método* de Gadamer, publicada a sus sesenta, el trabajo de toda una vida intelectual.) Visto así, la lentitud filosófica (propia de una actividad que exige dar sucesivas vueltas a un mismo asunto) y la velocidad internáutica serían casi que incompatibles. O no tanto, pues el sistema académico de los adiestrados en Filosofía en muchas universidades del mundo (como en las estadounidenses) les anima o empuja a producir una buena cantidad de “papers” y presentarlos sin tardanza en congresos y revistas académicas (si quieren progresar en el mundo institucionalizado universitario). La tesis de Carr vendría a decirnos: leer libros hace que tu mente se vuelva atenta, concentrada y reflexiva, en cambio manejar Internet hace que tu mente la imite y se vuelva como un procesador de datos rápido pero plano, campo abonado para la mediocridad y el narcisismo. A decir verdad, la Filosofía ha generado varios narcisistas, y no se salva de habernos dejado obras mediocres. Afortunadamente no hace falta elegir y podemos emplear parte de nuestro tiempo diario tanto a navegar electrónicamente como a leer en papel Filosofía; también podemos leer Filosofía en la propia red de redes. ¿Qué le pasa a nuestro cerebro, entonces?, ¿se vuelve más veloz a la par que profundo o más superficial a la par que lento? Esperamos impacientes el próximo informe neurocientífico al respecto.

En Internet cabe prácticamente todo, incluso bastante Filosofía. Hay muchas páginas divulgativas, pero no tantas productoras en Filosofía. Ciertamente, las tesis filosóficas de Gustavo Bueno (sus disputas con la realidad y con los otros) son localizables en una importante cantidad de textos suyos y de vídeos (algunos de más de dos horas de duración) en varias páginas web, como <http://www.fgbueno.es/>: artículos y conferencias que, si bien no agotan toda su producción, sí nos aportan luz suficiente para hacernos una idea de su sistema filosófico y de sus aportaciones. Por su parte, el británico Nigel Warburton (nacido en 1962) ejerce de FILÓSOFO **virtual** en

su blog *Virtual Philosopher* <http://www.nigelwarburton.typepad.com/>. Cabe decir que la modalidad bloguera de comunicar en Internet ha cedido protagonismo ante la praxis microbloguera.

¿Qué significa comunicar en las redes sociales?

Las redes sociales constituyen un tipo de páginas de Internet peculiares: permiten el agrupamiento masivo en torno a la posibilidad de compartir textos / imágenes / vídeos susceptibles de interacción (a un nivel en cierta medida decidido por los usuarios) con los demás. El usuario puede utilizar su nombre real o uno ficticio, y poseer más de una cuenta; todo esto permite la multiplicidad de roles desde un mismo individuo. Mayoritariamente se emplean para subir escenas positivas de nuestra cotidianidad en una publicitaria exhibición de yoes felices; aunque también podemos transmitir indignación / información sobre el presente / chistes / opiniones / quejas / insultos / y hasta posverdad. Facilitan que uno pueda ser el cronista / fotógrafo / periodista de su propia vida; también el comentarista de la de los demás; a la par que suministrador de miles de elecciones – la materia prima para los algoritmos sobre nuestras preferencias -. Favorecen la profusión de múltiples sentidos tan emergentes como evanescentes (aunque repetibles) a partir de un sentido inicial (tal como nos cuenta César Alberto Pineda en Alberto Contante, 2013: 14). Otra característica es el desplazamiento de la conexión con el mundo real a la conexión con el mundo social digital, como si hubiese que desconectar de uno para poder estar en el otro; esto puede conducir a la creencia de que solo existe lo interactuado en el mundo enredado (una versión ciertamente tecnológica del idealismo); esto no tiene por qué acarrear pasar del mundo físico, incluso puede provocar cierta tendencia por vivir experiencias interesantes dignas de ser compartidas en las redes (¿en una suerte de trastorno de publicación compulsiva?). Otra peculiaridad de las redes sociales es que provocan tanto el consenso como el disenso, pero para cambiar las cosas necesitamos llegar a acuerdos, algo infrecuente en las conversaciones que se establecen; tampoco las propias redes sociales han llegado fruto de un acuerdo ni resultado de un referéndum. El éxito de esta herramienta tecnológica es que satisface nuestra necesidad antropológica de ser escuchados y entendidos.

El MUNDO ENREDADO es **instantáneo / directo / expresivo / relacional / interactivo / adictivo / desestructurado** (pues tiende a juntar a similares entre sí o a individuos con intereses en común – Innerarity, 2015: 206 -) / **lúdico / estratégico / causa de infracciones contra los derechos de la personalidad** (Miguel Asensio, en Innerarity 2013) / **¿falso? / ¿verídico? / ¿irreal? / ¿democrático? / ¿libre? / ¿liberalizador?** (a juicio de Evgeny Morozov en [El desengaño de Internet](#) de 2011 no, pues la promesa de que iban a desmoronarse dictaduras a golpe de

tuit se mostró excesivamente confiada con el poder movilizador de las redes) / **¿un derecho?** / **¿una ventana a nuestro cerebro?** / **¿la transformación del espacio privado en otro espacio público?** / **¿una pérdida?** / **¿una ganancia?** / **¿un escenario en construcción?** / **¿el contexto?** / **¿una máquina de generar identidades?** / **¿la promesa de máquinas semánticas inteligentes?** / **¿solamente el complejo cultural de las interacciones de efectos tecnológicos** (es decir, cada uno de los usuarios) **que le dan cuerpo?** (según Paul Mathias en Innirarity 2013) / en fin, también **EL ESPACIO INTENCIONAL DE un nuevo SUJETO EN MODO AUTOPROMOCIÓN** (a juicio de Paul Mathias no) / en definitiva: **postureo**.

En la estructura de cada contenido social virtual participa la *Tradición Lingüística* y hasta *Visual* entera. Las prácticas sociales digitales no funcionan como afectos, y mucho menos como la exhibición de objetos privados (en realidad nunca tuvieron tal condición, porque emergieron con vocación de ser publicitados); sin llegar a ser todos argumentos en el sentido estricto del término sí albergan la promesa de un argumento: pueden funcionar como los distintos elementos de una *línea de fuga argumental*, nuestra propia marca personal o *senda experiencial*.

¿Cuáles son las peculiaridades comunicativas de Facebook / Twitter / Instagram?

Facebook te permite publicar fotografías / vídeos / textos / notas, y su uso es variado: desde reflejos felices y exhibicionistas de nuestro tránsito cotidiano, pasando por denuncias de todo tipo, permitiendo interactuar con otros individuos, emergiendo la posibilidad de una conversación, que suele quedarse en posibilidad y suele derivar fácilmente en un intercambio de insultos; se escribe mucho, se intercambian muchos pareceres (normalmente eco de unos pocos lugares comunes) pero se piensa poco.

Twitter presenta una característica propia: los textos no pueden sobrepasar los 140 caracteres, lo que le otorga un tono más concreto, directo, pues tienes que decir mucho o poco en poco; además permite que muchos individuos vayan aglutinando sus comentarios sobre un mismo tema del día, lo que genera una continua reinterpretación del sentido.

Tanto en Facebook como en Twitter puedes comunicar únicamente mediante la escritura, pero tienen más seguimiento los textos en conjunción con una imagen, lo que ya nos pone sobre aviso de un aspecto expresivo: a pesar de que el escritor de cuestiones filosóficas siempre ha sido consciente de la fuerza de las imágenes para transmitir (antiguamente la Pintura y luego la Fotografía y el Cine) siempre ha actuado como si el medio plástico - visual no fuese el suyo, como si no fuese adecuado para los conceptos y sí

para los perceptos / afectos. Existe también la posibilidad de transferir imágenes con un breve texto incorporado. Ahora hay que tomar conciencia de que *pensar en red* exige tanto el tratamiento de palabras como de imágenes; y no podemos olvidarnos de la facilidad que tenemos ahora muchos de grabar un breve vídeo y subirlo. Estas novedades tecnológicas que nos ofrecen los dispositivos con los que muchos convivimos transforma la idea de que el filósofo sea un ser de letras: ahora será un ser de letras, pero también de imágenes y de vídeos.

Instagram emergió como espacio en el que exteriorizar fotografías, aunque también permite incorporar pequeños fragmentos y vídeos de hasta un minuto; con todo, aquí la letra actúa más como acompañamiento de la imagen o como intercambio de comentarios; en Instagram prima lo visual sobre lo lingüístico; de ahí que la calidad media de las fotografías subidas sea superior a las incorporadas en las otras redes.

¿Hasta qué punto los profesionales de la Filosofía son capaces de explotar el potencial de las redes sociales? No estamos ubicados en la Sociología de la Filosofía, no hemos realizado ningún estudio empírico; tan solo nos servimos de nuestra experiencia. Esta nos dice que los profesionales de la Filosofía pueden disponer de algún perfil social pero que no suelen hacer uso del mismo para comunicar tesis filosóficas propias, como mucho el anuncio de alguna conferencia o evento. Como es el caso de (nuestros amigos barceloneses, los profesores universitarios) Manuel García-Carpintero o de Josep Macià o de Marina Garcés o de Pau Alsina: comunican vía artículos / conferencias / incluso libros, pero no en red. El especialista de la Universitat Autònoma de Barcelona en Filosofía de la Computación Jordi Vallverdú sí que suele dejar entradas acerca de su trabajo sobre sistemas cognoscitivos y afectivos en robots en su perfil de Facebook; lo que nos da pie para comentar que subir artículos de un blog no es lo mismo que utilizar el propio muro; (en el primer caso se publicita el uso de un blog, en el segundo caso se está usando Facebook como medio expresivo). El profesor de la Universidad de Córdoba Manuel Bermúdez sí que lleva a cabo una apuesta consciente de producir píldoras reflexivas (vídeos de escasos minutos) para abrirlas al mundo enredado a partir de la página <http://www.filo-soque.com/tag/manuel-bermudez-vazquez/>, diseñando (a partir de marzo de 2015) un curso en línea (llamado “Introducción a la Filosofía Práctica”) de divulgación de contenidos filosóficos para acercar el pensamiento sobre los problemas de la realidad a un público amplio; un proyecto ciertamente pionero en el ámbito universitario en español encuadrado en crear un lugar para el análisis y la reflexión, un propuesta que utiliza las ventanas de Facebook y de Twitter: @filosoqué, que, precisamente, “tiene como misión reivindicar la Filosofía y el Pensamiento Crítico a través de las

posibilidades que otorgan las redes sociales”; sus vídeos de apenas 2 / 3 minutos consisten en la presentación de una cuestión, en lanzar una propuesta susceptible de obtener más de una respuesta, indicar los primeros puntos problemáticos para dejar al oyente que continúe la labor reflexiva.

Los formados en Filosofía pero no pertenecientes a la comunidad profesoral universitaria son más proclives a dejar su impronta reflexiva. El almeriense Javier Adolfo Iglesias emplea su perfil de Facebook para lanzar a la sociedad tesis peculiares, comentarios agudos para provocar que la gente reaccione y haga algo parecido a pensar; asimismo el cordobés Antonio Mialdea. Hasta ahora hemos recurrido a nuestro entorno. Una manera digamos que simpática de subir contenidos de índole filosófica al mundo enredado es la cuenta de Facebook llamada ‘Círculo Podemos Filosofía Analítica’, suelen combinar imágenes sobre alguna cuestión o personaje actual con comentarios de sobrada irreverencia hacia los modos continentales de filosofar, de crítica social, aderezados con exhibiciones de proposiciones a veces inteligentes que llegan a hacer gracia si tienes suficiente cultura filosófica. La anterior cuenta nos puede llevar a ‘Homo Velamine’, que va de colectivo ultrarracionalista y presenta similar o incluso mayor tono festivo-activista, mezclando Escritura y diseño. Hay sitio para nuevos cínicos conocedores de dadá (rebajados en varios tonos y) en modo digital; exploran cómo despertar a la sociedad en el medio expresivo de nuestro tiempo. La anterior cuenta nos puede llevar a ‘James Doppelgänger’, que luego se llamó ‘Jose Carlos Cañizares-Gaztelu’, una exhibición constante de agudas proposiciones construidas desde el conocimiento filosófico que rebosan crítica perspicaz e inteligente del presente y un dominio exquisito de las distintas jergas filosóficas. Una cuenta de Facebook – ‘Sudoku Teoría de Conjuntos’ – ‘@SudokuTC’ – emerge el 4 de agosto de 2009 para compartir solo pensamientos. Un caso raro de combinación de brillantez en el tono de las ocurrencias y de éxito viene dado por el perfil abierto en 2012 ‘@NeinQuartley’, de Eric Jarosinsky, quien se presenta como AFORISTA DE INTERNET; y, ciertamente, sus contribuciones de índole aforística recurren a la conjunción de cuatro constructos textuales cortos precedidos por un título; esta es la estructura que siguen todos sus tuits recogidos en el libro Nein. Un manifiesto (de 2015); sus sentencias pasaron del mundo enredado al papel impreso; cuenta ya con más de 150.000 seguidores y más de 35.000 tuits, que suelen pasar del centenar de retuits e incluso sobrepasar el medio millar. Incluso los pensadores en red con escasos seguidores gozan de mayor número de lectores de los que tuvo Nietzsche en vida consciente.

Pese a estos casos (indicio de miles de casos que desconocemos), Habermas no hace Filosofía en red; ni Martha C. Nussbaum. Peter Singer como ‘@PeterSinger’ lleva desde febrero de 2009 casi 1500 tuits más bien divulgativos sobre su propio quehacer, la causa animalista y la lucha contra el hambre y

la pobreza. Aunque Slavoj Žižek se unió a Twitter como '@Slavojiek' tampoco es que se prodigue mucho: 264 tuits desde marzo de 2013, uno cada cinco días; y va perdiendo fuelle: tan solo 12 en todo 2016 y tan solo uno en 2017; al menos casi todos tienen un tono reflexivo acorde a sus intereses de un pensar sobre nuestra subjetividad insertada en una realidad en lucha, no suele apurar los 140 caracteres; tiene casi 31.000 seguidores; y aunque puede llegar a los 850 retuits no suele llegar al centenar. Una pensadora española que sí resulta activa en Facebook a diario es Amelia Valcárcel, con más de 15.000 seguidores; no utiliza su cuenta para producir Filosofía, pero sí para contarnos cosas, y, claro está, no puede evitar su mirada filosófica y su tono de denuncia; el ambiente es de mesa de conversación que nunca cierra.

¿Cuáles son las principales dificultades y ventajas con que se enfrenta el individuo con formación en Pensamiento Filosófico, con oficio en la escritura filosófica y exposición pública, a la hora de trasladar sus proyectos reflexivos a las redes sociales?

El *pensar riguroso* sobre conceptos relevantes (**analítico** [en torno a lo que hay] a la par que **normativo** [en torno al deber ser]) se escribe de más de una forma, pero, pongamos por caso, que el siguiente esquema (aprendido de David Spooner) es uno válido, por eficiente, entre otros esquemas posibles para construir un artículo en *Pensamiento Crítico*: (1) introducción del problema / (2) tesis / (3) razonamiento / (4) ejemplos / (5) contraargumentación / (6) implicaciones (tanto de nuestra línea argumental como de la contraria) / (7) conclusión; pues bien, en Facebook sí que cabe un texto que siga todos estos pasos (otra cosa es que el lector pase de la introducción) pero en Twitter e Instagram no (al menos en una sola intervención).

Las ventajas (en el caso de que uno pueda ser leído) son, por un lado, la variabilidad de lectores distintos, y, por otro lado, que nuestros lectores pueden darnos su parecer (de aprobación, desaprobación o petición de claridad); los lectores pueden convertirse en interlocutores, puede darse algo parecido a una *conversación* (bueno, en el mejor de los casos).

Solventar la dificultad de Facebook, conseguir que te lean más de una línea, pasa por dejar de ser catafórico (como quizá pueda ser útil en alguna circunstancia en el discurso oral – eso de postergar la aparición de la referencia todo lo que puedas para conseguir que te presten atención el mayor tiempo posible –) para pasar a ser **anafórico**: empezar con la referencia para que se sepa desde el principio de qué vas a escribir y de una manera clara y contundente (para atrapar al lector). Se puede ser catafórico, pero solo cuando el texto es breve. Aunque cada entrada en nuestro muro puede

albergar varios centenares de palabras, lo aconsejable (si uno quiere conseguir que le lean el fragmento entero) es no sobrepasar (o apenas) el centenar; cantidad suficiente para denunciar o exponer algo y que provoque reacciones; siempre puedes explicarte más en los sucesivos comentarios, en las contestaciones a tus interlocutores. El anterior esquema de siete pasos para argumentar podría llevarse a cabo en Facebook en una sola entrada, pero dada la excesiva longitud (que asustaría a los posibles lectores) es preferible lanzar primero la tesis y a continuación añadir seis comentarios más; es decir, en Facebook el orden sería 2 – 1 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7: primero la tesis para captar la atención y anunciar de qué va a ir nuestro discurso; lo ideal es que el punto 5 de las contraargumentaciones sea fruto de otros pensadores en red; si el intercambio resulta atractivo podrán sumarse más individuos.

Prescindimos del hecho de que en Twitter se pueden subir artículos para detenernos en cómo pensar en el límite de los 140 caracteres. Al igual que en Facebook, también se puede seguir el esquema de cómo construir un ensayo crítico, empezando con alguna tesis en forma de tuit al que se añaden sucesivas respuestas que hacen las veces de los siguientes puntos de la estructura argumentativa. Con todo, el reto es pensar en un solo tuit: eso requiere concentración, síntesis, pero también claridad, pues querer decir mucho en poco no debe hacer ilegible nuestra invitación a que nos lean e interactúen. Hay espacio suficiente en 140 caracteres para enlazar en español tres piezas significativas, suficiente para enunciar una tesis y completarla con al menos dos apoyos o desarrollos que incluso pueden hacer las veces de razonamiento comprimido. Ejemplo propio tomado de @analistaGuzman (4 de mayo de 2014):

La forma narrativa fundamental ha pasado de la novela al tuit, porque nos permite cumplir mejor con nuestro pacto con los lectores: invitándolos.

Otro ejemplo propio de microdiscurso reticular tomado de @discursoGuzman (21 de noviembre de 2016):

Buen ciudadano es
el que sabe cuándo / dónde / por qué
interponerse en el camino del otro.

Al principio, el novato en Twitter simplemente lanza ideas y luego pasa a repasar lo escrito para decir más o menos lo mismo, pero de forma más simple y escueta; con el tiempo su cerebro (acostumbrado ya a estructuras simples) selecciona piezas pertinentes, por lo que apenas hay cambio. No es aconsejable abusar de las mayúsculas, como mucho dos palabras.

Ejemplo de tuit de dos piezas significativas, tomado de @analistaGuzman (5 de marzo de 2017):

Con los animales no basta con tener compasión,
tenemos que tener justicia.

Ejemplo de tuit de una sola pieza significativa, tomado de @analistaGuzman (28 de febrero de 2017):

Posicionarse no es lo mismo que adoptar una posición.

O todavía más simple, ejemplo tomado de @SudokuTC (4 de marzo de 2017):

Somos cómplices.

El pensador en red tiene la opción de jugar a construir **CONTENIDOS propositionales** (donde la claridad expositiva puede ir en detrimento de un derroche de ingenio), **interrogativos** (no en vano la base del filosofar es el interpelar, invitando al lector a que manifieste su parecer) o **creativos** (donde la prioridad no es tanto exponer o preguntar sino juntar elementos que inviten a la reflexión, abrir líneas de pensamiento; el énfasis en el tono creativo nos puede deslizar hacia la Poesía; y una manera excelente para provocar su emergencia es leer o visionar varios estímulos distintos para que nuestro cerebro genere ocurrencias que sean una mezcla).

Ejemplos de discurso proposicional:

Hemos superado el umbral crítico como especie en el que ya no cabe organizarse con el mismo Derecho y política que nos han traído aquí.

(@SudokuTC: 25 de marzo de 2017.)

Ninguna máquina podrá juzgarnos.

(@SudokuTC: 29 de diciembre de 2016.)

La belleza no exige sinceridad, sino tributo.

(@SudokuTC: 6 de noviembre de 2016.)

Ningún algoritmo podrá salvarnos.

(@SudokuTC: 7 de agosto de 2016.)

Todos los tuits son capitalistas, porque desean expandirse.

(@SudokuTC: 27 de junio de 2016.)

Ya no hay lugares, solo hay humanidad.

(@SudokuTC: 10 de mayo de 2016.)

Ejemplo de discurso interrogativo:

¿Se podría haber creado Internet de otra manera?

(@SudokuTC: 6 de noviembre de 2016.)

¿Qué hace a un modelo dominante,

el interés que pueda suscitar

o la fuerza de la argumentación?

(@SudokuTC: 24 de enero de 2016.)

Ejemplo de discurso pretendidamente creativo:

La sonrisa de los cuerpos es aquello que resiste a la muerte.

(@SudokuTC: 29 de noviembre de 2016.)

Ejemplos de argumentaciones en un solo tuit (@analistaGuzman: 11 de abril de 2017):

Se erradicará el hambre porque es posible y crece la voluntad; además, la Ética nos llevará a ello porque nuestra naturaleza es cooperativa.

Como lenguaje = pensamiento, al impulsar un solo idioma globalmente estás impulsando una única manera de ver, comprender, conocer el mundo.

Si cada lengua se adquiere de forma distinta y con cada lengua aprendo una forma social, si se dejan de impulsar lenguas perdemos culturas.

Si solo piensa quien habla y el significado depende de la comunidad, preservar comunidades lingüísticas = preservar significados / ideas.

La Unión Europea no ha dado una respuesta adecuada a la crisis de los refugiados porque no ha atendido a las causas: horror y globalización.

Si en el espacio público cualquier dominación resulta inconcebible y el burka, al simbolizar decencia, = dominación, dialoguemos su desuso.

Si disponemos de suficiente conocimiento y la legitimidad viene del pueblo, deberían someterse a referéndum las cuestiones fundamentales.

Es posible el interculturalismo porque tenemos una naturaleza humana común y existe tanto la posibilidad lógica como la práctica.



3 Me gusta

javiereladio 'LA ÚLTIMA TESIS' (hecha pública en 2012), [pensada en 2002].

En Instagram, aunque puedes incorporar un fragmento suficientemente largo como para exponer un planteamiento que juegue con la imagen - <https://www.instagram.com/p/BISlCVJBnj7/?taken-by=javiereladio&hl=es> (como en esta imagen nuestra - @javiereladio - de 25 de julio de 2016, donde la fotografía es de una propuesta de arte conceptual, pudiendo justificarla con 132 palabras, suficientes para defender la tesis 'La Teoría Semántica del Arte como obra de arte' -), lo aconsejable es que seas sintético en la elección de las palabras, para que sean solo un elemento más de la fotografía, un color retórico:

<https://www.instagram.com/p/BHP6tZ3hiqk/?taken-by=javiereladio> (ejemplo propio - @javiereladio - de 29 de junio de 2016).



De entrada, todos los contenidos reticulares son retóricos, en el sentido de que intentan hacer creer algo a alguien; para que, además, sean filosóficos su constructor debe tener éxito en conseguir que funcionen bien como argumentos, bien como puntos de una línea argumental.

El tema del papel de la Filosofía o al menos del *análisis filosófico* en el mundo enredado está estrechamente vinculado con la cuestión de la inutilidad / utilidad de la Filosofía hoy en día; cuestión sobre la que dejo aparecer este vídeo de nuestro discurso de 2' pronunciado el 30 de marzo de 2017 en la Facultad de Comercio de la Universidad de Málaga.

https://www.facebook.com/javiereladio/posts/10208987017209422?comment_id=10209004768853202¬if_t=like¬if_id=1491423561508215

La toma de conciencia de las nuevas herramientas tecnológicas que exige nuestra tecnosociedad nos conduce a considerar un nuevo significado del rol del profesional de la Filosofía como **FIGURA social**: como individuo formado en la *Tradición Filosófica* pero actualizado en **DISEÑADOR de objetos de sentido** textuales / visuales / audiovisuales que ve a las redes sociales no como una curiosidad social susceptible de estudio, tampoco como mero campo de experimentación de formas comunicativas en Pensamiento (aunque este objetivo sea lícito y aconsejable para progresar como

pensador en red), sino como ESPACIO **intencional** de *construcción* de DISCURSOS **filosóficos**, con todo el rigor metodológico, conceptual y creativo que requieren los distintos temas de nuestro tiempo.

El PENSADOR **vanguardista** tiene que ser un CONVERSADOR **presencial** y **reticular**. De ahí que no debe centrar su esfuerzo público solo en producir contenidos; estos deben constituir la primera tarea social, y la segunda *dialogar*. Ni en la Academia ni en el resto de la sociedad debe imperar la prioridad de la producción a costa de apenas escuchar a los demás. Se escribe mucho, pero se interpreta poco, y se contesta menos. Se piensa poco, y todavía menos en compañía.

Si la Filosofía quiere seguir siendo el Pensamiento de su tiempo debe construirse en el medio de nuestro tiempo donde se duplica (incluso en directo) y comenta parte de la vida, y se da el mayor *encuentro intersubjetual* de la historia: las redes sociales.

Conclusión: pese a las dificultades del proyecto, el ANALISTA **digital** de hoy en día debe intentar solventar el reto de generar *Pensamiento Filosófico* en las redes sociales para *aclararnos* sobre las COMPLEJIDADES que nos atraviesan, dificultad creativa a resolver intercactuando con los demás: en un *pensar colaborativo*: la CIBERFILOSOFÍA en modo **reticular**, un área de conocimiento que no pertenece estrictamente ni a las Humanidades ni a la Ciencia ni al Arte, aunque atraviesa a las tres tecnológica y socialmente. La Filosofía emergió como cierto *pensar en directo*; ya va siendo hora que recupere esa condición (aunque no exclusivamente en modo oral), pues no solo es una posibilidad de nuestra actualidad sino además una necesidad.

Ningún día sin *pensar en red*; *icompartamos!* / *iconversemos!* en REDES SOCIOCULTURALES **de conocimiento** y **de compromisos** entrenados en Filosofía Digital.

Cuando tanto Internet como el mundo enredado quede insertado tecnológicamente en nuestros cerebros, ¿seremos un solo organismo biotecnológico?

Apéndice: No somos ingenuos. Somos conscientes de que la web 2.0 nos puede alejar de los logros emancipadores de la Ilustración y arrojarnos a una nueva servidumbre (aunque su signo tecnológico aparente progreso), (tal como nos advierten en el contexto educativo Carlos Fernández, Olga García y Enrique Galindo en la página 18 de *Escuela o barbarie*); y que, en tal caso, practicar Filosofía Reticular podría hacer de la Filosofía una aliada o cómplice del economicismo en su misión de ubicarnos en esta nueva dominación en modo 2.0. Pero incluso para denunciar el anterior peligro precisamos enredarnos, comunicar allí donde acontecen los contenidos. ¿Usar las redes sociales con fines filosóficos implica comprometerse con la tesis del optimismo tecnológico? También somos conscientes de que en el

mundo enredado todos somos animales de laboratorio; o lo que es lo mismo, trabajadores sin cobrar. No hay sitio ni tiempo para la mística.

BIBLIOGRAFÍA

CARR, N. (2011), [2010]: Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?, Madrid, Taurus.

CHAMPREAU, S. e INNERARITY, D. (coordinadores), (2013): Internet y el futuro de la democracia, Barcelona, Paidós.

CONSTANTE, A. (coordinador), (2013): La Filosofía y las redes sociales, México, UNAM.

FERNÁNDEZ, C., GARCÍA, O. y GALINDO, E. (2017): Escuela o barbarie, Madrid, Akal.

INNERARITY, D. (2015): La política en tiempos de indignación, Barcelona, Galaxia Gutenberg.

MOROZOV, E. (2012), [2011]: El desengaño de Internet. Los mitos de la libertad en la red, Barcelona, Destino.

ONG, W. J. (2011), [1982]: Oralidad y escritura: Tecnologías de la palabra, México

F.C.E.

CAPÍTULO IV

28-F, CATALANOFOBIA Y UNIDAD DE DESTINO: A TRINIDAD DISCURSIVA EN LA ESTRATEGIA CO- MUNICATIVA DEL 'SUSANATO'

Manuel Rodríguez Illana

1. Introducción

A los dos años y medio desde que se convirtiera en presidenta de la Junta de Andalucía, y ocho meses y medio después de su reelección tras haber concurrido a unas elecciones autonómicas, la posición de Susana Díaz en el PSOE a finales de febrero de 2016 se había traducido en la articulación de un mensaje al servicio de sus aspiraciones políticas a nivel estatal y cuyos vectores discursivos han sido difundidos con profusión a través de los resortes mediáticos e institucionales de la Administración andaluza como estrategia de comunicación a la hora de diferenciar su discurso frente a su rival en la guerra interna por el control del PSOE, el que fuera secretario general del partido y dimitido tras perder la votación de su Comité Federal, Pedro Sánchez (Lavanguardia.com, 5/X/2016)²⁸. Las intervenciones de Díaz en los últimos tiempos han estado plagadas de llamadas a "la unidad de España" y todas sus variantes retóricas como desautorización implícita a los contactos que Sánchez estaba llevando a cabo al objeto de ser investido presidente del Gobierno español; acuerdos que al parecer implicaban la colaboración con partidos soberanistas catalanes y vascos (Europapress.es, 24/X/2016)²⁹.

2. Método

Nuestro trabajo analiza la presencia y orquestación propagandística (Domenach, 1986) de los vectores discursivos de Díaz en las declaraciones a medios, mensajes y actos institucionales, programas televisivos y presentaciones editoriales en torno a las celebraciones oficiales del 28 de febrero de 2016. Nos detendremos especialmente en las realizaciones audiovisuales del humorista Manu Sánchez, el discurso de Díaz y sus correligionarios en

²⁸ <http://www.lavanguardia.com/politica/20161001/41698270379/comite-federal-psoe-en-directo.html>

²⁹ <http://www.europapress.es/nacional/noticia-pnv-desvela-estrategia-sanchez-era-gobierno-alternativo-podemos-erc-pnv-convergencia-20161025101740.html>

el Parlamento andaluz, los textos presentados por el PSOE en dicha institución, las presentaciones editoriales de la Junta y la proyección mediática de los actos conmemorativos del 28F.

3. Resultados

En el DRAE la entrada “nacionalismo” aparece como “Ideología que atribuye entidad propia a un territorio y a sus ciudadanos, y en la que se fundan aspiraciones políticas muy diversas”. Este es el carácter de la ideología que propugna la unidad del Estado español, llamada también españolismo, que, bajo la aparente invisibilidad conceptual de todo nacionalismo imperialista al tratar a sus víctimas como verdugos (Gil de San Vicente, 2015: 3-4), trata de ocultar tanto su condición de nacionalismo, al tiempo que se la adjudica a los demás (Taibo, 2015: 17-19; Ortiz Estévez, 2004: 288-280), como el hecho de que la etimología del nombre de esa entidad estatal era, en origen, un concepto meramente geográfico, Hispania, “por más que la palabra España aparezca en textos medievales y de la Edad Moderna” (Pérez Garzón, 2002:62). El mensaje proyectado por la actual presidenta del Gobierno colonial de Andalucía responde a estas coordenadas cuando declara que no tendrá “complacencia alguna con los delirios nacionalistas” porque considera que “están en las antípodas de cualquier ideología solidaria e igualitaria y por su propia naturaleza lo que producen es exclusión y confrontación” (20minutos.es, 2/III/2016)³⁰; por supuesto se sobreentiende que no se refiere a nacionalistas españoles sino, principalmente, ‘catalanes’. Se subraya *ad nauseam* que los nacionalismos catalán y vasco serían intrínsecamente *burgueses*, evitando cualquier mención a la existencia de las izquierdas independentistas vascas y catalanas (por ejemplo), omisión que explicaría la supuesta inquina de tales nacionalismos (etiquetados como *periféricos*) frente al discurso proletario y popular que les daría réplica (Taibo, *ibíd.*: 86), discurso de raíz económica que los describe como egoístas y pedigüños, entregados a un chantaje permanente detrás del cual estarían ricos separatistas enfrentados al pobre y llano pueblo español (*ibíd.*: 89-90). Como comprobaremos, las acusaciones del nacionalismo español a los demás nacionalismos versan sobre imputaciones de irracionalidad, violencia, autoritarismo y exclusión (*ibíd.*:85-87): discurso de fin de año de 2015 (“Creo que como presidenta recojo el sentir de la inmensa mayoría de los andaluces cuando digo que la unidad de España y la igualdad de los españoles vi-

30 <http://www.20minutos.es/noticia/2687692/0/susana-diaz-rechaza-complacencias-con-delirios-nacionalistas-que-solo-producen-exclusion-confrontacion/#xtor=AD-15&xts=467263>

van donde vivan son pilares irrenunciables de nuestra convivencia; Okdiario.com, 31/XII/2015)³¹, equivalente de 2016 ("Debemos tener voluntad de aportar al progreso de España, para fortalecer la unidad y la armonía entre todos", "España tiene futuro"; ABC de Sevilla, 31/XII/2016, p. 34) o el del día institucional de Andalucía (28 de febrero) de 2016 ("la exigencia de la comunidad pasa por que se garantice la unidad de España y la igualdad de derechos y deberes de todos los españoles" ya que "algunas comunidades españolas plantean retos urgentes a España, a veces en términos de desafío", en clara alusión a Cataluña, mientras que "a Andalucía lo que le corresponde, por el contrario, es aportar cosas importantes a España"³².

Con motivo del instituido como día oficial de Andalucía, el 28 de Febrero, en 2016 la Junta desarrolló una serie de actos conmemorativos en los que el Gobierno de Díaz puso en marcha toda su maquinaria mediática al servicio de su mensaje fundamental, con la consiguiente utilización, como era de esperar, de Canal Sur.

Es en la coyuntura política de aquel año donde merece la pena enmarcar algunas de las intervenciones de Manu Sánchez no solo en el Canal Sur controlado por la presidenta de la Junta, sino en la emisora de PRISA Cadena SER. Así se dirigía, desde las coordenadas del regionalismo-chovinismo andaloespañol, a Pedro Sánchez, el rival de Díaz en el PSOE, el 30/IX/2016³³: "Que tú serás socialista, Pedro, pero Heidi, Heidi es socialistísima. Y es que te voy a decir una cosa, Pedro, lo que no es normal tampoco es que tú quieras perderlo todo y seguir estando de por vida; ¿tú qué te has creído [,] que eres Javier Arenas? [...] Fdo: Un andaluz que huele el miedo a que se pacte con independentistas, y que hasta puede entenderlo, porque si una andaluza mueve un dedo, tiembla Ferraz". En esta otra columna radiofónica, el humorista interpela al otro caído en desgracia mediática, Pablo Iglesias, de Podemos (4/XI/2016)³⁴: "tiene Iglesias un Twitter inquisidor donde opinar da hasta miedo. [...] Y a todos esos yihadistas wifi del con Pablo a ciegas o contra el mundo, sólo dejarles una pregunta ahora que parece haber dos formas de entender el partido: qué necesita Podemos, ¿soldaditos o votantes?". El 10 de noviembre de 2016, Susana Díaz comparó al presidente electo de Estados Unidos, Donald Trump, con Podemos: "El populismo es

31 <https://okdiario.com/espana/andalucia/2015/12/31/susana-diaz-la-unidad-de-espana-y-la-igualdad-de-los-espanoles-son-pilares-irrenunciables-de-nuestra-convivencia-46729>

32 <http://www.juntadeandalucia.es/presidencia/portavoz/gobierno/109504/susana/diaz/reivindica/historia/andalucia/defiende/unidad/espana/igualdad/ciudadanos>

33 http://cadenaser.com/emisora/2016/09/30/radio_sevilla/1475234527_527859.html

34 http://cadenaser.com/emisora/2016/11/04/radio_sevilla/1478253124_516935.html

un lío como el que ha traído aquí. No hay un presidente socialista porque Podemos no quiso en febrero. Escuché a Trump decir en el cierre de campaña que había que echar a la casta corrupta de las instituciones y esa música me sonó, a mí y a millones de españoles; es la música de su partido. Quizás ambos beben de la misma fuente, hágaselo mirar" (Elpais.com, 10/XI/2016)³⁵. Algunos días más tarde (18/XI), el humorista engloba bajo la misma etiqueta a ambos³⁶: "El populismo no es el problema, ni nada nuevo [...]. Y por supuesto que aunque populismo todo [,] nada tiene que ver prometer rentas mínimas que no se puedan cumplir a jurar que habrá torturas y deportaciones". Poco después, reeditaba la doctrina de la pinza política en su trigésimo segunda columna, critica el comportamiento del PP y de Podemos tras la muerte de la senadora y ex alcaldesa de Valencia Rita Barberá" (24/XI/2016)³⁷: "Ni un minuto de respeto, ni un minuto de silencio. Ni un minuto callan estos vivos en lo que dura un tiempo muerto. Porque no se les acabó la rabia a unos, ni cuando murió la que los otros habían abandonado como a un perro. [...] Que lo único peor que quedar de inhumano por ir de malote, por torpe, es quedar de hipócrita por ir de buenote, por mierda". Susana Díaz es presidenta de la Junta gracias a los votos del partido Ciudadanos en el Parlamento autonómico. En el siguiente extracto sale el cómico nazareno en defensa de Félix Álvarez Felisuco, colega profesional pero también diputado estatal de dicha formación política (2/XII/2016)³⁸, donde el vocablo "ciudadano" aparece cuatro veces: "en esta democracia nuestra, por el hecho de trabajar la comedia, seguimos siendo ciudadanos de tercera [...]. Ahora [...] que parece haber profesiones de primera y de segunda para representar a los ciudadanos, [...] ahora su majestad el ciudadano escoja. [...] Fdo: un humilde payaso que vive y trabaja intentando hacer feliz a la gente y que sobre todo es ciudadano [...]". Igualmente, reedita el clásico regionalismo andaluz basado en el agravio comparativo con Cataluña o Euskadi bajo un envoltorio de independentismo "sin movimiento de liberación". Así, el 22/IX/2016, decía en la SER³⁹: "Que igual ha llegado el momento de levantarnos de verdad, de hacernos los independentistas, aunque sea por acojonar, que por lo visto funciona. [...] Por eso "Mamá, quiero ser vasco". [...] Por ver qué se siente cobrando 'fuero a parte'. "Mamá, quiero ser vasco", pero sin movimiento de

35 http://politica.elpais.com/politica/2016/11/10/actualidad/1478782708_649601.html

36 http://cadenaser.com/emisora/2016/11/18/radio_sevilla/1479474168_649835.html

37 http://cadenaser.com/emisora/2016/11/24/radio_sevilla/1480008861_577858.html

38

http://cadenaser.com/emisora/2016/12/02/radio_sevilla/1480679089_957841.html

39

http://cadenaser.com/emisora/2016/09/22/radio_sevilla/1474562909_495887.html

liberación, ni terroristas ni kale borroka de esa, que aquí [...] El cóctel que mejor nos sale no es el molotov, sino el rebujito [...]". El independentismo real ya es otra cosa, como reflejaba esta columna del 14/I/2016 (solo dos semanas antes de su programa televisivo que vamos a analizar) titulada "A la independencia por el ajuste de cuentas", donde constatamos la panoplia de clichés del catalán avaro (por contraste con el dispendio generoso del andaluz emprendedor y universal porque Cataluña, que va a quedar aislada, la han levantado los/as andaluces/zas, *menos endeudados que ese país*⁴⁰:

Amic catalá, amigo independentista, hoy ya no aguanto más; [...] arriesgo en los negocios, monto empresas que funcionan, tengo un equipo impecable, me la juego, emprendo, he ganado y perdido [...]. Y es que la prueba irrefutable de que en Andalucía se pagan impuestos es que, de no ser así, esto estaría lleno de catalanes. [...] Puestos a repartir dicen que [...] la avaricia, visto lo visto, de la esquinita de arriba a la derecha. ¡Qué plurinacional tener cada rincón su pecado capital! [...] Que cuando os salgáis de la UE, de la ONU y del FMI, si os venís abajo, ya iremos andaluces para levantaros... otra vez. [...] que Andalucía es la segunda comunidad menos endeudada por habitante con 1824 pavos y Cataluña la que más con 5570 y vaya a ser que os echéis atrás. [...] *Yo creo en la solidaridad y en el reparto de las riquezas, y ponle una copita ahí a esos señores de la estelada.*

Obsérvense las conexiones de este mensaje con algunos extractos del discurso pronunciado por la presidenta de la Junta ante el Parlamento andaluz tan solo mes y medio después (Discurso de la presidenta de la Junta de Andalucía, Susana Díaz, ante el Parlamento para informar sobre la situación política de la comunidad; 2/III/2016)⁴¹:

Además, año tras año, Andalucía viene demostrando su compromiso con la consolidación fiscal. [...] [...] Andalucía es, pues, una comunidad cumplidora con los objetivos de déficit y cumplidora también en endeudamiento. [...] Y creo que ya es hora de que se reconozca el esfuerzo que están haciendo las empresas andaluzas, el esfuerzo que están haciendo los emprendedores en Andalucía. [...] La deuda catalana es más del doble que la andaluza [...]. Una deuda por habitante que supone, por ejemplo, comparando con otros territorios de España, que Andalucía se encuentra en la mitad de la de comunidades como Cataluña (9.056 euros por habitante) [...]. Quiero ir al grano: todo lo que no sea garantizar la unidad de España, es malo. Malo para los españoles y malo para los andaluces.

En una entrevista concedida a El Mundo (edición de Andalucía) el 30 de agosto de 1999, Díaz, a la sazón delegada municipal de Juventud del Ayuntamiento de Sevilla, ya demostraba su querencia por el agravio comparativo

40

http://cadenaser.com/emisora/2016/01/14/radio_sevilla/1452794491_597986.html

41 <http://www.juntadeandalucia.es/presidencia/portavoz/109604>

con Cataluña defendiendo su propuesta de crear una Oficina Europea de Información para jóvenes en Sevilla bajo el curioso argumento de que "de cada cuatro catalanes que se acogen a un programa europeo solo va un andaluz"⁴². *En los sectores más reaccionarios o atrasados de la sociedad andaluza, el anticatalanismo, auténtico cemento ideológico de masas ("nacionalismo trivial", en la terminología al uso; Pastor, 2014: 28) del españolismo comporta elementos específicos derivados de nuestra historia migratoria hacia Cataluña ("¡qué quieren éstos, si son los andaluces los que han levantado Cataluña!"; González Pulido, 2005), donde juega su papel una 'judeización' del catalán igual a burgués (ibíd.: 11-14).* Aprovechando la fecha establecida por el régimen para celebrar oficialmente la autonomía, el 28 de febrero, Canal Sur contó en 2016 precisamente con Manu Sánchez para la elaboración de un programa que llevó por título "Visca Andalucía"⁴³ y que prestó proyección a la estrategia neolerrouxista de comunicación de Díaz rescatando un fragmento textual andalófono de un opúsculo de Jordi Pujol de 1976 (*L'inmigració, problema i esperança de Catalunya*) por el que Pujol pediría posteriormente disculpas (Elconfidencial.com, 2/XI/2012)⁴⁴. En el programa alude a frases de Artur Mas descontextualizadas sobre el habla de niños de Andalucía (20Minutos.es, 30/IX/2011)⁴⁵, de Joan Puigercós sobre el fraude fiscal en Andalucía, a "una leyenda" según la cual antiguamente existían carteles en establecimientos catalanes que prohibían la entrada "a perros y andaluces" (procedimiento propagandístico de la autoridad vaga; Merrill, Lee y Friedlander, 1992) y a un famoso corte de Josep Antoni Duran i Lleida sobre la supuesta molición andaluza a cuenta del PER. Valiéndose de la regla de la propaganda de la simplificación y enemigo único (Domenach, 1986), de la selección y omisión de información y del hablar a través de otras fuentes (Merrill et al, op. cit.: 1992), "Visca Andalucía" proyecta la imagen de la Cataluña andalófica como fuente de los problemas de nuestro país dando a entender que toda la andalofobia existente proviene del catalanismo, al obviar los abundantes ejemplos de andalofobia españolista en filósofos como José Ortega y Gasset (cit. en Rodríguez-Iglesias, 2016: 24-27) y Miguel de Unamuno (Unamuno, 1996:

42 Puede leerse en <http://www.publico.es/politica/susana-diaz-24-anos-botellonas.html>.

43 <https://www.youtube.com/watch?v=G9ynve1mAg0>

44 http://www.elconfidencial.com/espana/cataluna/2012-11-02/ciudadans-rescata-los-escritos-racistas-de-jordi-pujol-para-la-campana-del-25-n_215152/

45 <http://www.20minutos.es/noticia/1174141/0/artur-mas/sevilla-malaga-coruna/castellano/>

102), políticas como Cristina Cifuentes (Elplural.com, 27/XI/2016⁴⁶) o Esperanza Aguirre (Europapress.es, 23/III/2010⁴⁷) o contenidos mediáticos como los del canal Intereconomía en torno al sentido del voto de la población andaluza (Huffingtonpost.es, 31/VII/2012⁴⁸; Lavanguardia.com, 12/IV/2012⁴⁹; Elplural.com, 30/VII/2012⁵⁰). Las dos figuras del mundo de la política a las que Manu Sánchez entrevista pertenecen al PSC-PSOE (el expresident Josep Montilla) y Ciudadanos (Inés Arrimadas), sostén del PSOE en la investidura de Díaz como presidenta (Elmundo.es, 11/VI/2015)⁵¹.

Otro de los testimonios elegidos por Manu Sánchez es el del cantaor Miguel Poveda, a quien enseña un vídeo de El Beni de Cádiz haciendo un chiste catalanófono al recitar la letra de un fandango en catalán para demostrar que así “ni pega ni llega” (“un chiste anticatalán nos debe poner tan en guardia como un chiste verde”; González Pulido, op. cit.: 14). Poveda recurre a la clásica metáfora españolista del muro (“soy más partidario de tirar muros que de tirarlos”) al tiempo que afirma que no podría ser independentista basándose en los orígenes no catalanes de su madre y padre, amén de que está siempre “viajando y cantando por el mundo”. Manu Sánchez podría haber recogido otros testimonios, como el de Gabriel Rufián, de ERC, hijo y nieto de andaluces e independentista⁵². O el de Anna Gabriel, independentista de las CUP, cuyo padre era de Minas de Riotinto (Huelva)⁵³ (mientras la madre de Anna Gabriel militó en el PSUC y su abuelo y bisabuelo eran de la CNT, el padre de Arrimadas, la elegida por Manu Sánchez, ocupaba una plaza en la policía científica franquista y el primo paterno de este era “jefe de la vivienda en Cádiz y gobernador civil y jefe del Movimiento nacional franquista en Cuenca y Albacete durante los años 70”⁵⁴). Otro posible entrevistado podría haber sido Lluís Llach, cantante como Poveda, que

46 <http://www.elplural.com/andalucia/2016/11/17/cristina-cifuentes-esgrime-el-andalucia-nos-roba>

47 <http://www.europapress.es/nacional/noticia-aguirre-rebaja-peonadas-cobrar-perel-gobierno-usa-dinero-publico-dar-pitas-pitas-pitas-20100323114935.html>

48 http://www.huffingtonpost.es/2012/07/31/intereconomia-se-queja-proliferacion-canales-radicales-tdt_n_1725603.html

49 <http://www.lavanguardia.com/politica/20120412/54284417468/caa-exige-al-gobierno-insultos-intereconomia-13tv-contra-los-andaluces.html>

50 <http://www.elplural.com/2012/07/30/andalucia-planta-cara-a-intereconomia-por-sus-sms-ofensivos>

51

<http://www.elmundo.es/andalucia/2015/06/11/5579aee422601de33d8b45bb.html>

52 <https://www.youtube.com/watch?v=cqiyOO1fnuY>

53 https://es.wikipedia.org/wiki/Anna_Gabriel

54 https://es.wikipedia.org/wiki/Inés_Arrimadas

también “viajando y cantando por el mundo”⁵⁵, pero independentista igualmente.

El propio Manu Sánchez continúa la senda del humor catalanófobo con esta explicación histórica: “Y si los catalanes declaran la independencia, es porque desgrava; si no, la hubieran hecho en negro. Señores: aquí, los condados catalanes jugaban a dos bandos, porque ganaban dinero con el comercio de esclavos y se quedaban allí muchas moneditas”, cuenta haciendo un gesto alusivo al dinero frotando los dedos pulgar, índice y corazón. “Ellos jugaban a llevarse bien con el Vaticano, jugaban a llevarse bien con los francos, jugaban a llevarse bien también con Al Andalus... Mientras la bolsa sona, la cosa es llevarse bien con, como dijo el Peña, “to lo ke aya ke yebarze”. Después, entrevista a “Jorge de los Santos, filósofo de Triana, afincado en Barcelona, pensador y artista plástico”, a juicio del cual “tanto Cataluña como Andalucía, le pese a quien le pese, tenemos un centro común, que hemos venido a darle la categoría y la denominación de España, pero es un centro común, en el que se puede insistir mucho o se puede insistir poco, pero ahí está”.

Tras una nueva crítica a Pujol imitando a Antonio Machín con una parodia de “Angelitos negros” trufada de alusiones a las comisiones del tres por ciento de la Generalitat o el dinero negro, *retoma el leitmotiv del agravio comparativo entre Andalucía y Cataluña a cuenta de las subvenciones estatales* a la industria del automóvil catalán, a lo que Arrimadas responde que “hace falta mucha, mucha pedagogía” y “que desde la política no intentemos enfrentar a los territorios”. Obviamente, Manu Sánchez no muestra el vídeo en el que el líder de Ciudadanos, Albert Rivera, incidía en la imagen de la Andalucía subsidiada e indolente diciendo “Nosotros no vamos a repartir pescado. Nosotros vamos a enseñar a pescar”⁵⁶.

La parte final de “Visca Andalucía” es otro monólogo ilustrado con planos de calles catalanas en el que aparece una imagen de un busto de Blas Infante y una rojigualda colgada en una ventana justo en el momento en que la voz en *off* del propio Manu exclama “ole las personas que somos de donde nos da la gana” y el toldo de un “Bar Sevilla”, afirmando sorprendentemente “Que los estereotipos están para romperlos [...]. Nos tocó romper estereotipos a nosotros [...]. Que currar veinte horas diarias para luchar contra los estereotipos no veas la paliza que da”. Por arte de magia, la cámara ha esquivado toda *estelada*.

En el discurso parlamentario de Susana Díaz del 2 de marzo de 2016, la presidenta de la Junta interpretaba “que ha habido españoles de primera y españoles de segunda” (expresión referida a territorios, no a clases sociales) pero que “Andalucía rompió con ese estado de cosas el 28 de Febrero”; se

55 <http://www.lluissllach.cat/espanol/biografia.htm>

56 <https://www.youtube.com/watch?v=SKlytVKEe1Y>

entiende que con el referéndum autonómico de 1980, porque, de acuerdo con su particular interpretación histórica, “los andaluces, siempre, y en toda ocasión, nos hemos comprometido con el proyecto nacional de España”, a pesar de que en 1979 un 17% de la población se consideraba “solo andaluza”; por tanto, no-española (González Pulido, 2016). En ese relato idealizante es donde tiene su lugar el culto a la fecha del 28-F como punto de partida fundacional de una Andalucía que supuestamente consiguió superar su subdesarrollo y marginación históricas, soslayando el estallido de la conciencia andaluza de base obrera y popular del 4 de Diciembre de 1977, que al principio el propio PSOE se opuso rotundamente a que Andalucía accediera al mismo nivel de autonomía que Euskadi, Cataluña y Galicia (Torres, 2016) y que PSOE y UCD pactaron unas condiciones de celebración del referéndum virtualmente imposibles de superar (Ruiz Romero, 2003) consideradas “de dudosa constitucionalidad por diversos sectores de la doctrina” y que “trató de disuadir a los territorios que pretendían constituirse en Comunidad autónoma [...] de primer grado”, como admite la propia web del Congreso de los Diputados (Garrido Mayol, 2003). El despliegue mediático del 28F de 2016 fue en sintonía con la Proposición No de Ley *Reivindicación del 28F y defensa de los derechos de los andaluces* presentada por el PSOE al parlamento andaluz eligiendo como blanco al soberanismo catalán (Torres, *ibíd.*). El portavoz Mario Jiménez, encargado de defenderla, proclamó (*Diario de sesiones del 25/II/2016*⁵⁷):

Autonomía, señorías, para dejar de ser españoles de segunda, pero nunca, bajo ningún concepto, para dejar de ser españoles, que quede muy claro, e insisto de nuevo [...] Hoy, 36 años después, asistimos a un nuevo 28 de febrero, pero a un 28 de febrero totalmente distinto. [...] de nuevo está en juego el futuro de España [...]. Y llegan nuevas amenazas a las que el pueblo andaluz tendrá que responder. [...] Andalucía no es moneda de cambio con Cataluña, que le quede a todo el mundo claro.

Retomando una vez más los *leitmotiven* españolistas de la *balcanización* guerracivilista espoleada por el chantaje de la periferia nacionalista intrínsecamente superburguesa, pedigüña y egoísta, enfrentada al pobre y llano pueblo español (Taibo, *op. cit.*: 85-87; 89-90), el texto decía⁵⁸:

rechazar de forma contundente y nítida cualquier proyecto soberanista que intente romper la unidad de España, el régimen constitucional, así como cualquier propuesta e intento de consulta o referéndum que tenga por objeto sustraer la voluntad soberana del pueblo español, actuaciones irresponsables que no solo atentan contra la Ley y la Constitución, sino

57 <http://www.parlamentodeandalucia.es/webdinamica/portal-web-parlamento/pdf.do?tipodoc=diario&id=112234>. Pp. 198-200.

58 *Boletín Oficial del Parlamento de Andalucía*. X Legislatura. Nº 192. 21 de marzo de 2016. <http://www.parlamentodeandalucia.es/webdinamica/portal-web-parlamento/pdf.do?tipodoc=bopa&id=112677>

que amenazan con fracturar la convivencia entre los españoles con consecuencias gravemente negativas para todos. [...]. La autodeterminación, el separatismo y las consultas que buscan el enfrentamiento solo traerán mayor fractura que ya de por sí divida.

Paralelamente, se presentó una edición de *El ideal andaluz*, de Blas Infante, publicada por el Centro de Estudios Andaluces, organismo de la Junta de Andalucía⁵⁹; elección de una obra temprana para presentar a un Infante *light* y asumible. El redactor de la introducción al volumen, que de acuerdo con la crítica hegemónica representaría “su primer y más importante libro”, el exdiputado pesoiista Francisco Garrido, opinaba que “«El nacionalismo andaluz de Blas Infante en realidad era un antinacionalismo» y consideraba esta obra de juventud del notario de Casares, de manera impactante, “«más la propuesta de un nacionalista español que la esperable de un supuesto nacionalista andaluz», de quien se alegraba que fuera, siempre según su caracterización y mediante un abstruso oxímoron, “«un revolucionario moderado»”, el cual “«no defendía ni mucho menos romper con el Estado»”, según la crónica difundida por *Elplural.com* (6/III/2016)⁶⁰. En una entrevista concedida al espacio radiofónico *Hojas de papel* de la delegación territorial de RNE⁶¹, Garrido afirma que Infante “está muy lejos de cualquier tipo de misticismo nacionalista como conocemos. Por eso Infante nunca concibe el enfrentamiento Andalucía-España, no concibe ningún tipo de antagonismo porque los considera unidades de distinto nivel que cooperan o que deben de [sic] cooperar mutuamente” (minuto 7:40-8:00). Poco después traza un nada inocente paralelismo entre la época de redacción de *El ideal andaluz* y la actualidad, de acuerdo con cuyo análisis “ahí, en ese cambio, en ese momento de cambio, es donde se inserta [la obra] e Infante lo que dice es: Andalucía tiene que estar ahí, Andalucía en este debate no se puede quedar fuera, Andalucía tiene que estar en pie de igualdad” (11:25-12:01). En definitiva, un Infante inocuo, español, moderado y receloso de posibles agravios por parte de otros territorios del Estado, a quien resulta útil apelar en los mensajes institucionales, pero siempre despojado de su dimensión soberanista y/o revolucionaria (Ríos, 2011), a pesar de que en obras posteriores como *La dictadura pedagógica*, escrita en 1921, el propio

59

<https://www.centrodeestudiosandaluces.es/index.php?mod=actividades&cat=22&id=3016>

60 <http://www.elplural.com/2016/03/06/el-nacionalismo-andaluz-de-blas-infante-en-realidad-era-un-antinacionalismo>

61 <http://www.rtve.es/alacarta/audios/historias-de-papel/francisco-garrido-pena-ideal-andaluz-blas-infante/3513880/>

Infante se define como comunista amigo “siempre de todas las Revoluciones o de todos los poderes revolucionarios, enemigos de la Dictadura Plutocrática o Burguesa” (Infante Pérez, 1989: 5-11); según Campos López (2009), un hombre que “en obras como *El complot de Tablada o Fundamentos de Andalucía* renegaba cada vez más abiertamente de Europa y España, hablando, cada vez más frecuentemente, de revolución”, que escribió “seguiremos aspirando a la elaboración de un Estado Libre Andaluz”, “República Andaluza o Estado libre o autónomo de Andalucía para llegar a expresar aquella Andalucía Soberana, constituida en democracia republicana” (fragmento de *La verdad sobre el complot de Tablada y el Estado libre de Andalucía*; Infante Pérez, 1979), publicado originalmente en 1936, pocos meses antes de su asesinato. En 1919, Infante participó de manera notoria en la redacción del Manifiesto de la Nacionalidad aprobado en Córdoba, bien explícito: “Declarémonos separatistas de este Estado que, con relación a individuos y pueblos, conculca sin freno los fueros de justicia y del interés y, sobre todo, los sagrados fueros de la libertad”⁶². El mismo año, la portada del número 63 del semanario *El Regionalista. Defensor de los intereses autonómicos de Andalucía* ofrece un editorial atribuido a Infante (y que, en todo caso, él suscribía), en el que el Centro Andaluz de Sevilla declara⁶³: “fue España la que vino a arrebataros vuestra tierra nacional sumiéndoos en espantosa miseria [...]. Execrad esa sierpe de España. Renegad de ella. [...] ¡Qué tristeza! ¡Y aún hay andaluces españolistas! Andaluces que ante las ansias libertadoras del pueblo catalán, gritan con inconsciencia imbecil «¡La unidad de la patria!»”. Todos estos textos refutan la caracterización oficial de un Blas Infante españolista, moderado y anticatalán. De hecho, poniendo en riesgo su vida, fue uno de quienes llevó las publicaciones liberalistas y proporcionó ropa, comida y libros al al presidente catalán Lluís Companys y los consejeros de la Generalitat, detenidos tras la proclamación del Estado catalán en 1934, y trasladados al penal de El Puerto de Santa María (Ruiz Romero, 2011; Jiménez, sin fecha). En todo caso, la utilización de España para Blas Infante fue un elemento táctico para evitar la persecución política de la que su andalucismo revolucionario fue objeto y su detención el 2 de agosto de 1936 obligó a su esposa a quemar todos los escritos que consideró comprometedores (Ríos, 2016). La propia sentencia dictada contra él, cuatro años después de su asesinato, señala como 'delito' merecedor de la condena a muerte el que “formó parte de una candidatura de tendencia revolucionaria” (en Vergara Varela, 2010).

Susana Díaz eligió como destinatario del título de Hijo Predilecto de Andalucía de 2016 el cantante Joaquín Sabina. No entraremos aquí a desarrollar

62

[https://es.wikisource.org/wiki/Manifiesto_Andalucista_de_Córdoba_de_1919_\(Versión_para_imprimir\)](https://es.wikisource.org/wiki/Manifiesto_Andalucista_de_Córdoba_de_1919_(Versión_para_imprimir))

63 <http://universoandalucista.blogspot.com.es/2007/12/la-patria-espaolista.html>

el dilatado historial de oportunista connivencia de Sabina con los poderes económicos y políticos (Toledo, 2014) salvo el camaleonismo evidenciado al tomar como referencia inicial su manifestación (en una citada entrevista con Mejide de septiembre de 2014; en *Cuatro.com*, 21/IX/2014⁶⁴) de que, con respecto al eventual referéndum en Cataluña, “sí está tan claro que la gente tiene derecho a votar cuántas más cosas mejor. En otros países, a la vez que se votan gobernadores se votan medidas concretas como si legalizamos la marihuana. Aquí no. Hay una falta de pedagogía brutal”⁶⁵. Postura bien diferente de aquella de la que haría gala con motivo de la concesión del título. Si es cierto que, tal como revelaría él mismo en su discurso de recogida del título de Hijo Predilecto de Andalucía (y según vamos a ver en breve), cumplió “sesenta y siete tacos el día doce^{SEP} de febrero”, momento en el que fue conecedor de la concesión del galardón a través de una llamada telefónica de la propia presidenta de la Junta (“esa tarde me llamó Susana”)⁶⁶, en la siguiente conversación con el escritor y académico de la RAE Arturo Pérez-Reverte publicada dos días después en *Elmundo.es* (14/II/2016⁶⁷), Sabina demuestra tener bien aprendido el guión. Cuando, según el autor de la información, “alguien dijo Cataluña y se pusieron serios”, el artista hace uso de los tópicos más manidos del españolismo (recopilados en Taibo, 2014; *vid. supra*) para pronunciarse al respecto: “Yo, que llevo en mis venas gotas de sangre jacobina, recurriré en este caso a la tradición histórica de la izquierda: ¡Vayamos al internacionalismo! Regresar al aldeanismo identitario no tiene sentido, así que no siento ningún respeto por el asunto catalán”.

Tras conocerse la noticia de la concesión del reconocimiento, el cantante proyectaba las ideas-fuerza que debía difundir en una entrevista a *Eldiario.es* del 22/II/2016⁶⁸. Cuando el periodista del medio socialdemócrata le da el pie correspondiente diciéndole “Hacer distinciones entre territorios es hasta casi peligroso tal y como está el patio, ¿no?”, Sabina no duda en hacer uso del permanente lugar común: “Sí, claro que sí. Pero Andalucía, como dice su himno, siempre pensó en España y en la humanidad a pesar de tener una cultura tan profundamente singular. Así es mi tierra”. Después, el entrevistador le pide que se pronuncie respecto a “cómo está viviendo todo este proceso para la investidura de un nuevo presidente del Gobierno”, a lo

64 http://www.cuatro.com/viajandoconchester/temporada-3/programa-1/joaquin-sabina/Joaquin_Sabina-Risto_Mejide-Viajando_con_Chester_0_1863750231.html

65 Nuevamente, http://www.cuatro.com/viajandoconchester/temporada-3/programa-1/joaquin-sabina/Joaquin_Sabina-Risto_Mejide-Viajando_con_Chester_0_1863750231.html

66 <https://www.youtube.com/watch?v=Op2gkR5TC-4>

67 <http://www.elmundo.es/cultura/2016/02/14/56bb0e5fca474152398b4669.html>

68 http://www.eldiario.es/andalucia/Sabina-Andalucia_0_487151399.html

que el Sabina amplía el foco de su indignación moralizante de los bancos a la degradada 'clase política' ávida de poder: “Estupefacto como cualquier ciudadano, harto de políticos que piensan en sillones y ministerios más que en el bien común”. Al interrogarle sobre qué visión tiene del Día de Andalucía (se refiere al 28-F) y si “ha cambiado mucho su sentido con el paso del tiempo”, menciona a “Blas Infante, buena gente que no quiere asimetrías si no [sic] ciudadanos libres, iguales, solidarios”; nueva alusión al padre de la Patria apto para agitar contra el soberanismo catalán.

Durante el acto de entrega de las condecoraciones, Sabina declara en una muestra de complicidad con Susana Díaz, a la que sonrío desde el atril: “hoy cómo no voy a querer estar agradecido a mi querida Presidenta, a la Junta de Andalucía”⁶⁹, para, seguidamente, leer su discurso en verso y que comienza narrando que, coincidiendo con su cumpleaños, “esa tarde me llamó Susana. Presidenta le dije, no me tiene, ^[1]^[SEP] con medallas impropias de un gualtrapa”. Le dedica más guiños a quien le concede el galardón: se autodefine como “el rojo con abono en la Maestranza” o “el ateo que espera a la Esperanza ^[1]^[SEP] de Triana soñando una saeta” y declara que “manque pierda, el Betis quiero siempre que gane el andaluz”. El propio Ejecutivo presidido por Díaz ha proclamado estar “apostando de forma decidida por la tauromaquia, porque se trata de algo más que un espectáculo público y forma parte de la identidad y cultura de Andalucía” (*Europapress.es*, 13/IX/2013⁷⁰), por ejemplo, respaldando que Utrera retirara la ordenanza que prohibía a los menores asistir a las corridas de toros (*Gaceta.es*, sin fecha⁷¹), y la presidenta es “devota de la Esperanza de Triana, en la que sale su marido de costalero” (*Abc.es*, 17/IV/2014⁷²), así como “reconocida seguidora del Betis” (*Estadiodeportivo.com*, 21/XII/2016⁷³).

El cantautor superventas deja clara su sintonía con el retrato hegemónico acerca del egoísmo “nacionalista” de catalanes o vascos enfrentado al pobre y llano pueblo español (Taibo, *op. cit.*: 86 y ss.): “en estos tiempos de tribales identidades antisolidarias uno acepta encomiendas federales si no son desiguales y gregarias”. Los momentos de peligro para la sagrada unidad del Estado exigen el recurso a la metáfora del muro (símil que le hemos oído también, por ejemplo, a Miguel Poveda en “Visca Andalucía”, de Manu Sán-

69 <https://www.youtube.com/watch?v=Op2gkR5TC-4>

70 <http://www.europapress.es/sociedad/medio-ambiente-00647/noticia-susana-diaz-apoyara-escuelas-taurinas-andaluzas-20130913171746.html>

71 <http://gaceta.es/javier-torres/taurina-susana-d%C3%ADaz>

72 <http://sevilla.abc.es/andalucia/20140417/sevi-politicos-capillitas-santa-201404162032.html>

73 <http://www.estadiodeportivo.com/sevilla/2016/12/21/susana-diaz-habido-betica-premie-sevillistas/91269.html>

chez): “Urge por eso, en tan inciertos días^[1] construir puentes, destruir barreras”, por supuesto, utilizando a Andalucía como pretexto de choque contra las aviesas herejías soberanistas que “solo traerán mayor fractura que ya de por sí divida” (por rescatar el discurso parlamentario del PSOE que ya veíamos)⁷⁴. En la línea del tópico del *cosmopolitismo andaluz* va su autodefinición como “andaluz y español, más europeo que el virus que nos quiere separar” (Infante escribía claramente contra Europa en *El complot de Tablada*; Infante, 1979: 68-72), con el culto al “Bendito veintiocho de febrero”. Así quedan reproducidos en su intervención los pilares del relato mítico del 28-F en el que supuestamente se luchó *por ser de primera* en una *igualdad de todos los españoles* que hoy supuestamente está amenazada por los *separatistas* que quieren *romper el país* (Torres, *ibíd.*).

En su nacionalismo español tampoco falta la vertiente lingüística: “con lo que va apreciándose y creciendo por todo el ancho mundo el español, ¿qué coño hace ese *shosho*^[1] malvendiendo su inglés barato por Eurovisión?”, dice Sabina, haciéndose eco de la canción *Say Yay!*, cantada en inglés, con la que la artista Barei⁷⁵ participó por España en Eurovisión. Su censura se refleja tanto en la propaganda en torno al supuesto avance imparable del castellano (Moreno Cabrera, 2014) como en la utilización selectiva de la dicción en andaluz (“*shosho*”) para el chiste o lo cómico (asociación mental que denunciaba *supra* Gutier, 2002: 118-119), amén de genitalizar a una mujer. Sabina añade leña al fuego avivado por la RAE, que consideraba “sorprendentemente estúpido” esa elección idiomática basándose en los “500 millones de personas” que hablan “el español” (los millones y millones de hablantes a los que se asigna el estándar que se enseña en escuelas, o a personas extranjeras, en absoluto es tal; Moreno Cabrera, 2010:16); una indignación que la institución normativista no ha expresado en ninguna de las 56 ediciones del festival (en el que TVE participa desde 1961) en relación con que hasta la fecha jamás una canción ha sido interpretada en catalán, gallego o euskera, las otras lenguas oficiales del Estado. Es más, en 1968 a Joan Manuel Serrat se le negó la posibilidad de participar por su deseo de hacerlo en catalán; lengua que, paradójicamente, solo pudo estar presente en Eurovisión no gracias a TVE, sino a Andorra, entre 2005 y 2009 (*Elnacional.cat*, 11/I/2017)⁷⁶. No se conoce que la RAE haya realizado oficialmente protesta alguna en torno a este particular.

74 Nuevamente, *Boletín Oficial del Parlamento de Andalucía*. X Legislatura. Nº 192. 21 de marzo de 2016.

<http://www.parlamentodeandalucia.es/webdinamica/portal-web-parlamento/pdf.do?tipodoc=bopa&id=112677>

75 http://www.eurovision-spain.com/iphp/pais_historia.php?numero=1494

76 http://www.elnacional.cat/es/vida/tve-castellano-espanol-canciones-eurovision_130938_102.html

Junto a los actos institucionales, por la noche, en horario de máxima audiencia, se emitió “Andaluz de la A a la Z”, en el que el sempiterno Manu Sánchez repasó el patrimonio humano, histórico, artístico y ambiental de Andalucía (*Jaén*, 26/II/2016)⁷⁷ y uno de cuyos tramos fue un homenaje póstumo al filólogo José María Pérez Orozco, colaborador suyo a lo largo de varias de las ediciones de su programa *La semana más larga*. En dicho homenaje, el presentador le estaba agradecido porque (volviendo a este *españolismo lingüístico*; Moreno Cabrera, *ibíd.*) “Él me enseñó que el andaluz ni es ni necesita ser un idioma, porque ya es un conjunto de hablas” y “él me sacó de confusiones: el castellano es el español de Castilla y el andaluz el español de Andalucía, españoles los dos”, pero también porque (según la visión del *imperialismo lingüístico panhispánico*; denominación del mismo autor, 2014) le había explicado que “del español de Latinoamérica nacen del acento de los nuestros”⁷⁸. Para subrayar la mitología del *panhispanismo* y la misión evangelizadora (tanto en materia religiosa como lingüística) del “español”, mientras se refrescan palabras de Pérez Orozco afirmando que “a todos los hispanoamericanos los enseñaron las madres andaluzas a hablar en hispanoamericano”, Sánchez pronuncia su monólogo con la ambientación musical de Vangelis para el filme *1492. La conquista del paraíso* y el fondo visual del Monumento a Colón (o “a la Fe Descubridora”), donado por Estados Unidos al Estado español en 1929 y proyectado por la escultora estadounidense Gertrude Vanderbilt Whitney⁷⁹, quien declaró a *Blanco y Negro-ABC* el 21/IV/1929, p. 80⁸⁰ que aunque “el monumento a Colón, no representa, pues, a Colón corporalmente”, sí “a la figura de un navegante, que mira con ojos visionarios hacia Oeste, hacia donde debió mirar también el insigne descubridor, cuando presentía América”, amén de que tiene forma de cruz visto de lejos porque se trata de “otro símbolo”, concretamente de “los Reyes Católicos”, dado que “Isabel y Fernando, al ayudar a Cristóbal Colón en sus desvelos, no fueron impulsados por un turbio afán de conquista. Fué [sic] al pensar en la cruz del Cristianismo, que hubieran querido llevar, como llevaron, más allá de los mares”. Dicha visión embellecedora del genocidio americano, “el encubrimiento del otro, origen del mito de la modernidad”, constituye (*vid. supra*) “Todo un ejemplo de *hybris*, de creerse en un punto cero para la enunciación y la categorización del mundo en lo que Es y lo que no-Es, esa zona del no-Ser que construyen, además, para cualquier disidencia y rebeldía” (Rodríguez-Igle-

77 <http://www.diariojaen.es/cultura/la-programacion-de-canal-sur-por-el-28f-para-en-jaen-EN1096327>

78 Recordemos: <https://www.youtube.com/watch?v=WSyZkBD2CSw>.

79 https://es.wikipedia.org/wiki/Monumento_a_la_Fe_Descubridora

80

<http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/blanco.y.negro/1929/04/21/080.html>

sias, 2016); relato del “descubrimiento” que, por ende, contra la interpretación de la escultora estadounidense de que Colón, *el descubridor*, “presentaría América”, oculta el hecho de que “«Por valientes y decididos que fuesen, Colón, Dias, Da Gama, Magallanes, Cook y el resto de los exploradores europeos se hicieron a la mar provistos de mapas que les mostraban el camino hacia sus destinos. Se lo debieron todo a los primeros exploradores, los chinos, en sus épicos viajes de 1421-1423»” (Menzies, *cit.* en Dussel, 2014: 8; *vid. supra*)⁸¹. En su homenaje a Pérez Orozco, Sánchez recupera el imaginario de 1492, momento en que coinciden el comienzo de la conquista del continente americano y la conquista total de Al Andalus (donde empiezan los sistemas de explotación y dominio que se ponen en práctica en la primera), punto de arranque, además, del sistema-mundo capitalista y del primer discurso propia e íntegramente racista en Occidente (no 'de color' sino religioso) cuando Colón describe a las personas del lugar al que llega como “gentes sin religión”, es decir, 'sin alma', en su contexto sociohistórico (Grosfoguel, 2013: 37-45; *vid. supra* también). En lo que Taibo, recogiendo las etiquetas de otros autores, llama “la invención de una tradición” para la cohesión simbólica española (2014: 39), operan “las opciones que se hallaban al alcance de los responsables, en singular, del Partido Socialista”, el cual se concentró en la búsqueda de una legitimidad más remota” donde “el descubrimiento y colonización de América adquirieron aquí un papel estelar”, dando alas a la idea historicista de España defendida por la derecha tradicional, con una lectura modernizada de la Hispanidad que tuvo concreción material en una defensa del Doce de Octubre como fiesta nacional” (*ibíd.*: 47-48), lo que pretendía resaltar lo que se concebía como “«la contribución española al mundo con el descubrimiento del continente americano y la construcción de un nuevo Estado-nación (así como el logro de una unidad religiosa). Buscando en la comparación con “Europa” la explicación de la historia de “España”, “lo que viene a sugerírseos es que la matriz europea del progreso y las libertades –otra invención de la tradición, por cierto– estaría claramente presente, de siempre, en la trama histórica española” (*ibíd.*).

Con estas premisas ideológicas, no es de extrañar que la RTVA del PSOE, intensificado aún más su españolismo por la coyuntura discursiva del Ejecutivo autonómico liderado por Susana Díaz, decidiese convertirse en la única televisión autonómica del Estado en ofrecer a las 13 horas “Desde Madrid”, bajo el título “Desfile Día de la Fiesta Nacional”, un “resumen de los mejores momentos del desfile militar con motivo del 12 de Octubre” de 2016 a través de Canal Sur, Canal Sur 2 y Canal Sur Satélite. Eso, después

81 (MENZIES, Gavin (2003): 1421. El año en que China descubrió el Nuevo Mundo. Barcelona: Grijalbo.)

de emitir un capítulo en Canal Sur sobre "Colón al descubierto", "Serie documental que tiene como protagonista Cristóbal Colón [sic], el descubridor de un Nuevo Mundo"⁸².

4. Conclusiones

Como hemos comprobado, tres son los ejes que sustentan la estrategia comunicativa de Susana Díaz de cara a su lucha por el control del PSOE y su posible postulación como candidata a la presidencia del Gobierno español: la sacralización del 28 de febrero de 1980 (fecha del referéndum autonómico), la explotación selectiva del agravio comparativo con Cataluña como reacción a su proceso de liberación nacional y una renovada intensificación del nacionalismo de Estado español con constantes llamadas a su unidad territorial.

5. Referencias

CAMPOS LÓPEZ, Francisco (2009): "Reivindicando al Blas Infante soberanista y revolucionario". <https://nacionandaluza.files.wordpress.com/2015/12/reivindicando-un-blas-infante-soberanista-y-revolucionario.pdf>

DOMENACH, Jean-Marie (1986): *La propaganda política*. Buenos Aires: Eudeba.

GARRIDO MAYOL, Vicente (2003): "Sinopsis del Artículo 151 de la Constitución española", <http://www.congreso.es/consti/constitucion/indice/sinopsis/sinopsis.jsp?art=151&tipo=2>

GIL DE SAN VICENTE, Iñaki (2015): "Crítica abertzale del paradigma de la izquierda española. Límites teórico-políticos de las izquierdas nacionalistas españolas". http://www.matxingunea.org/media/pdf/g_020621_critica_abertzale_del_paradigma_de_la_izquierda_espanola.pdf

GONZÁLEZ PULIDO, Javier (2016): "Andalucía - Evolución sociológica de la conciencia de identidad nacional", <http://ghescuela.blogspot.com.es/2015/12/andalucia-evolucion-sociologica-de-la.html>

⁸² <http://blogs.canalsur.es/saladeprensa/2016/10/11/programacion-canal-sur-television-miercoles-12-de-octubre-2016/>

- (2005): “La 'Catalanofobia', expresión ideológica de masas del españolismo”, https://nacionandaluza.files.wordpress.com/2015/12/la-catalanofobiaexpresiondelespac3b1olismo_j_g_pulido.pdf
- GROSGOQUEL, Ramón (2013): “Racismo / sexismo epistémico, universidades occidentalizadas y los cuatro genocidios / epistemicidios del largo siglo XVI”, *Tabula Rasa*, 19, pp. 31-58, julio-diciembre 2013. <http://www.revistatabularasa.org/numero-19/02grosfoguel.pdf>
- GUTIER, Tomás (2002): *Sin ánimo de ofender. En defensa de la lengua de Andalucía*. Chiclana: Fundación Vipren.
- INFANTE PÉREZ, Blas (1979): *La verdad sobre el complot de Tablada y el Estado libre de Andalucía*. Granada: Aljibe.
- (1989): *La dictadura pedagógica*. Sevilla: Fundación Blas Infante.
- JIMÉNEZ, Miguel Ángel (sin fecha): “Joan Puigcerçós: Terrible Ignorante”, <http://www.revandalus.com/inf/puigcercosignorante.html>
- MERRIL, John C.; LEE, John y FRIEDLANDER, Edward Jay (1992): *Medios de comunicación social. Teoría y práctica en Estados Unidos y en el mundo*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- MORENO CABRERA, Juan Carlos (2014): *Los dominios del español. Guía del imperialismo lingüístico panhispánico*. Madrid: Euphonia Ediciones. <http://www.euphoniaediciones.com/plataforma/libros/los-dominios-del-espanol-13-45-1-2-1>
- (2010): *Lengua / nacionalismo en el contexto español*, http://bre-temas.blogaliza.org/files/2010/06/Texto_Juan_Carlos_Moreno_Cabrera.pdf
- ORTIZ ESTÉVEZ, Javier (2004): España mira a Euskadi. Diagnóstico: miopía, astigmatismo y vista cansada. En VV.AA., *Miradas sobre Euskadi*. Irún: Alberdania.
- PASTOR, Jaime (2014): *Los nacionalismos, el Estado español y la izquierda*. Madrid: Viento Sur.
- PÉREZ GARZÓN, Juan-Sisinio (2002): El nacionalismo español en sus orígenes: factores de configuración. En GARCÍA ROVIRA, Anna Maria, *España, ¿nación de naciones?* Madrid: Marcial Pons.
- RÍOS, Carlos (2016): "10 de agosto: lo que no quieren que sepamos sobre Blas Infante", <http://laotraandalucia.org/?columna=10-de-agosto-lo-que-no-quieren-que-sepamos-de-blas-infante>

- (2011): “La ética revolucionaria en Blas Infante”, <https://nacionandaluza.files.wordpress.com/2015/12/la-etica-revolucionaria-en-blas-infante.pdf>
- RODRÍGUEZ-IGLESIAS, Ígor (2016a): “Ideologías lingüísticas: descapitalización fanoniana de los andaluces”, *Nueva Revista del Pacífico*, 65, 105-136. <http://www.nuevarevistadelpacifico.cl/index.php/NRP/article/view/71/114>
- (2016b) “La *hybris* del punto cero metalingüístico. Andalucía como no-Ser”, *Actas de la VIII Hunta d'Ehkritoreh en Andalus / VIII Reunión de Escritores/as en Andalus / 8th Meeting of Andalusian Writers*. ZEA - Sociedad para el Estudio del 'Andalú'. Fuenhírola / Fuenhírola, 21-22 de marzo de 2016. <http://www.zea-andalu.com/hunta-d-ehkritoreh-en-andalú/viii-hunta/>
- RUIZ ROMERO, Manuel (2011): “Blas Infante: La difusión de su Ideal”, <http://www.secretolivo.com/index.php/2011/12/21/biografia-de-blas-infante-6/>
- (2003): *El referéndum para la ratificación autonómica de Andalucía. El 28F como batalla mediática*. https://www.centrodeestudiosandaluces.es/biblio/imagen-doc/00000501_00001000/00000613/00000613_090h0101.PDF
- TAIBO, Carlos (2014): *Sobre el nacionalismo español*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- TORRES, Antonio (2016): “El 28 de Febrero de Susana Díaz, el régimen andaluz del PSOE en acción”, <http://www.ajierro24horas.com/el-28-de-febrero-de-susana-diaz-el-regimen-andaluz-del-psoe-en-accion/>
- UNAMUNO, Miguel de (1996): *Epistolario americano (1890-1936)*. Ediciones Universidad de Salamanca.
- VERGARA VARELA, Jesús (2010): *Guía histórica de la Sevilla andalu-cista*. Sevilla: Atrapasueños.

CAPÍTULO V

THE EFFECTIVENESS OF THE INTENTIONAL STRATEGY IN THE ANALYSIS OF THE POLITICAL LANGUAGE: BERLUSCONI'S SPEECH AT THE CHAMBER OF DEPUTIES ON THE 13TH MAY 2008.

Dario Intorre

Universidad de Córdoba

Abstract

In this context we will oversee to understand if and in which measure, the intentional attitude delineated today by the school of Anglo-Saxon thought and, in particular, by Dennett's philosophy, can constitute an opportune and effective instrument for the analysis of the public language. With the expression "intentional system" we refer to the addressee of the communicative enterprise: a collectivity of people joined by the sharing a physical space and a temporal time; such a system can be explained, rationalized and, possibly, anticipated (as for its actions and to its behaviors) through the attribution to it of shared convictions and desires, which constitute the common sense of that organism.

The so delineated philosophy of intentionality becomes, in this within, hermeneutics of the speech held by the then Prime Minister Silvio Berlusconi to the Chamber of Deputies on May, 13 2008, that is in occasion of the beginning of its IV legislature.

The exposure of the former prime Minister insisted, in order to guarantee to his own government the necessary consent, on the baggage of convictions and desires shared by the Italians, in an historical moment of confusion and political-institutional instability. That speech evidenced proper values of the cultural and ideological matrix of Italy: the house, the family, the entrepreneurial increase of North, the elimination of the organized crime in the South, the tax reduction on the job of the entrepreneurs, individual safety, the removal of the material causes of the abortion. Such concepts were introduced in order to attract the interest of a conservative public opinion and to diverge the attention from the substance of that government's action, that realized itself in a plan of drastic reduction of the job in Public Administration and of increase of the tax charge, in the picture of a progressive and general economic recess.

The effectiveness of the intentional strategy in the analysis of the political language: Berlusconi's speech at the Chamber of Deputies on the 13th May 2008.

Comprehensive relation

This paper intends to analyze if and to what extent the intentional stance as described in the Anglo-Saxon school of thought and, in particular, in the philosophy of Dennett⁸³, can constitute an appropriate and efficient instrument in the analysis of political language. This research concerns the motives, development dynamics and the objectives themselves of the oratory universe of politicians, whose discourse techniques have as their objective, public persuasion. With the expression "intentional system"⁸⁴ (here used in an exclusively socio-political sense). We are referring to the addressee of any communicative intent: a group of people sharing a physical space and temporal time, which become the aggregating elements of a social organism; such a system can be explained, rationalized and, consequently, anticipated (as far as its actions and behavior are concerned) through the attribution of shared beliefs and desires, that for such an organism constitute a form of orientation criteria.

The intentional stance pertains to a heuristic methodology which enables man/hermeneut to analyze a cluster of happenings, so as to reduce them to an action/reaction dynamics realized by systems that, having a language and rationality, will act in a conscious way. The scope of such a hermeneutic strategy⁸⁵ is to identify the reasons behind the actions and thoughts of a society, in such a way that we are able to predict its effects in the social, political and economic fields. This prediction, closely approximated to the reality of shared behavior, will be possible only if a careful and detailed recognition is carried out (this constitutes the essence of intentionality) of the quantity of pre-comprehensions⁸⁶ that, in terms of beliefs and desires, constitute the socio-cultural *humus* which permeates society. What we have to do is to identify, on the basis of the thought of a given historical community, what direction will constitute the most rational and efficient actions for the members/agents of that specific social structure.

⁸³ **Dennett D.**, *Contenuto e coscienza*, tr. it. di G. Pacini Mugnai, Il Mulino, Bologna 1992, p. 39.

⁸⁴ **ID.**, *Brainstorms. Saggi filosofici sulla mente e la psicologia*, tr. it. di L. Cola-santi, Adelphi, Milano 1991, p. 37. **ID.**, *Dove nascono le idee*, tr. it. di F. Garofoli, Di Renzo, Roma 2006, p. 28.

⁸⁵ Cfr. **Gadamer H. G.**, *Verità e metodo*, tr. it. di G. Vattimo, Bompiani, Milano 1983, pp. 349-57.

⁸⁶ *Ivi*, pp. 552-57.

The first aspect to look into concerning intentional systems as understood in this way, is that if we are to speak about any intentional system, on the one hand, we must begin a discussion, on the other, we must analyze with one or more of the intentional actors, what constitutes their interpretative strategies, what can be considered a rational prediction of the behavior of the others⁸⁷.

From a political point of view (regarding the efficacy that a good communicative technique by the orator can have on the acquisition of public consent) the right attitude to have regarding any potential electoral system/corpus, is to ask oneself which is the most rational move to make⁸⁸, once you have gathered all the starting information, concerning precisely the objectives to reach for the people, the socio-economic conditions in which it has lived up to that precise moment, its expectations regarding any new political direction; in other words, the data that photograph the present day *status quaestionis*.

The adoption of an investigative attitude is particularly significant in the elaboration of the prediction of the behavior of other people, that is, the adoption of an investigative attitude which is teleologically orientated with the purpose of identifying and understanding the objectives of an intentional system. It is not possible to elaborate a reliable prediction, without being able to establish, with a good level of precision, the nature of the information which the public opinion possesses in a given historical moment together with the objectives that the actors of a community want to reach, projected towards the future in social, political and economic terms.

It should be clear, at this point, what we mean with the concepts of intentional system and intentional stance. The inclination of our mind to admit presuppositions of rationality in the system it wants to analyze, is what we call intentional stance and the social organism that is interpreted according to this prospective, is what constitutes the intentional system⁸⁹.

The interpretation of future behavior of a society is realized on the basis of the information and scopes that we ourselves attribute to it. Consequently, in relation to a historically determined social corpus, we can define the following in this manner:

⁸⁷ Dennett D., *Brainstorms* ..., op. cit., p. 42.

⁸⁸ *Ivi*, p. 43.

⁸⁹ *Ivi*, p. 47.

1) beliefs⁹⁰, a mix of its traditions, uses and customs which have in time been interiorized, as well as the influence that these habits have in structuring shared thoughts;

2) desires, desired objectives of each member of a community considering him/her as a part of the whole.

When one tries to explain the working of a system on the basis of a universe of beliefs and desires which are attributed to it, one arrives at what can be effectively considered a theory of behavior. In the light of this consideration it is important to establish the relationship between intentional models and other explicative criteria of behavior itself.

Rationality certainly constitutes an extremely important pillar of our intentional system regarding our interpretation of the world, in fact man is not usually ready for an irrational reaction in facing specific events. The person protagonist of any intention, is so used to considering the existence of a strong rational basis to the intentional system, that he is not often ready to accept failure in his own system of predictions⁹¹. When our predictions of a system are revealed as false by factual proof, rather than doubting the effective rationality of an intentional system, we tend to correct, re-analyze and update the conditions through which the information was communicated and the real scopes of that system. This can reveal itself to be misleading, because as the history of thought has taught us, man is composed of both a rational and an irrational part, which is strongly linked to impulses and desires. It can happen that the latter can sometimes dominate on the former in the elaboration of collective thought⁹².

It is not always true, in realizing any strategy of behavior, that a system follows a regular pattern, in some cases, it can assume unpredictable decisions that go far beyond any predicable framework.

What had been elaborated above, poses another stronger objection, creating many problems to our discussion so far: the inferential rules of an intentional system are not necessarily valid, because some of them may not be the verifying criteria of logic; in this sense our attempts to give a sense

⁹⁰ **ID.**, *Rompere l'incantesimo. La religione come fenomeno naturale*, tr. it. di S. Levi, Raffaello Cortina, Milano 2007, p. 215, **ID.**, *Brainstorms ...*, op. cit., pp. 57-60, **Peirce C.S.**, *Caso, amore e logica*, Introduzione di M.R. Cohen, tr. it. di N. e M. Abbagnano, Taylor, Torino 1956, pp. 28-30.

⁹¹ **Dennett D.**, *Brainstorms ...*, op. cit., p. 47.

⁹² *Ibidem.*

to the actions of an intentional system can become sterile and unsuccessful⁹³.

This is when common sense assumes a particularly important role⁹⁴, becoming a lifeline in the difficult task of the intentional subject who has to rely on a rational structure (even only partially) implicit in any intentional system.

What becomes particularly important, is to understand if, and in what terms, common sense can constitute a valid theoretical presumption for the construction of a system of beliefs about natural reality that may have an epistemological basis.

Dennett has had the cultural merit, starting from the Anglo-Saxon lesson, of trying to found a psychological theory of common sense, analyzing an example and asking questions on the characteristics of magnets and on the plausible answers given to these questions by people from different socio-cultural levels⁹⁵. The reply given at a first glance is that certainly magnets attract iron. The second reply would try to supply a description in technical-scientific terms of the material, explaining all its chemical characteristics and the effects these qualities produce in the natural world⁹⁶. The conclusion is that man establishes his first cognitive approach to surrounding reality, not on the basis of an abstract technical-scientific exposition, the result of a longer or less longer learning process, but through the existence of a common set of thoughts, shared by that society, which are substantiated in *auctoritas temporis*.

From the moment that terms like belief or desire are an integral part of our daily language, as are magnets, our scope is to specify which elements or aspects of reality can be explained intentionally, basing our work, on the analysis of a specific event, on a shared interpretation, founded on common sense and, thus on collective beliefs.

The role of natural beliefs understood as the founding principles of knowledge has been asserted by the tradition of Scottish Enlightenment and, in particular, by Thomas Reid, who underlined the function of common sense as a parameter of rational reference for all human communities⁹⁷.

⁹³ *Ivi*, p. 49.

⁹⁴ **Reid T.**, *Ricerca sulla mente umana e altri scritti*, a cura di A. Santucci, UTET, Torino 1975, *infra*.

⁹⁵ **Dennett D.**, *L'atteggiamento intenzionale*, tr. it. di E. Bassato, Il Mulino, Bologna 1993, p. 67.

⁹⁶ *Ibidem*.

⁹⁷ **Reid T.**, *Ricerca ...*, op. cit., *infra*.

Dennett seems here to be recalling the inductivist position of Reid, when he asserts that we conceive the psychology of common sense as a sort of vernacular technique which has been shared and consolidated within a social community⁹⁸; it can be considered the result of a process of observation on specific aspects of natural reality, through which we arrive at the identification of the general rules⁹⁹. Something like the characteristics of magnets. We observe how they attract iron and from that, we elaborate a systematic theory of their chemical-physical characteristics.

What meaning should we attribute to the term belief in relationship to the psychology of common sense and to its predictive and explicative role within a specific context? The psychology of common sense maintains that beliefs are psychic states of individuals, founded on the transmission of information that lead, together with the formation of desires appropriately correlated to the beliefs themselves, to undertake guided actions by the intellect¹⁰⁰.

Moore has analyzed very effectively, from the hedonistic point of view, the concept of desire considered as a propulsive stimulus to an intelligent action¹⁰¹, in particular, he affirms that such a concept is generally referred to an interior state characterized by the effective non existence of an object or event, but which is ideally present in our mind and functions as a motivating factor towards its realization¹⁰².

The non-realized idea of an object determines in us a feeling of pleasure which, in its turn, produces desire. This causes a proairetic attitude towards the resolution of the action, whose ultimate goal is the obtaining of the object of pleasure¹⁰³. Only when in our mind we have the presence of the non realized thought of a pleasure, can we admit the existence of the pleasure itself that becomes the reason behind the realization of an action orientated towards that objective. The stimulus to act must, however, be guided

⁹⁸ **Dennett D.**, *L'atteggiamento intenzionale*, op cit., p. 71.

⁹⁹ **Bacone F.**, *Novum Organum*, libro II, in *Scritti filosofici*, a cura di P. Rossi, UTET, Torino 1975, pp. 389-91.

¹⁰⁰ **Epicuro**, *Lettera a Meneceo*, in *Opere*, a cura di M. Isnardi Parente, UTET, Torino 1974, pp. 201-03. **Nussbaum M.C.**, *Terapia del desiderio. Teoria e pratica nell'etica ellenistica*, pref. di G. Reale, tr. it. di N.S. Muth, Vita e Pensiero, Milano 2007, cap. IV, pp. 113-114.

¹⁰¹ **Moore G.E.**, *Principia ethica*, tr. it. di G. Vattimo, Bompiani, Milano 1964, p.135.

¹⁰² *Ibidem*.

¹⁰³ *Ivi*, p. 136.

by the idea of the object considered as the source of pleasure, and not by that of the simple desire itself¹⁰⁴.

The English philosopher has even spoken of two forms of thought contextual to desire: first a general one, connected to the idea of pleasure, the other, connected to the idea of the object as a source of pleasure. However only the latter can constitute the cause of behavior. The extent of the importance that reason assumes, in the deliberative process of the desiring subject, is very difficult to establish, because this an aspect closely linked to historical, social and individual contingency.

The moral of common sense can be easily applied to very different sectors of reality and, after all, this is also the case with the intentional technique to it related; it exists in the same way as a phenomenon, or a religion or a language, thus it can be studied and analyzed in depth with an investigative approach of the anthropological type¹⁰⁵.

Anthropological analysis, in particular, should comprehend, in its vision of the psychology of common sense, what each individual, considered singularly and as part of the whole, would include in his own system of beliefs, desires, predictions about the others, however misleading, wrong or banal they may seem. When an anthropological analysis, stimulated by an exclusively hermeneutic intent, deconstructs a universe of theories formulated by the members of a given community towards a specific phenomenon and decrees that they are not true, it is referring to a false ideology or to a false conscience. The role of an ideology, however false it may be, should not be scorned, on the contrary, it represents a starting point for planning new projects in the sense that it may open new horizons concerning reflection on questions of cultural and social interest. A false ideology and a set of wrong beliefs represent an intentional system founded on a basis which is not true.

Geertz, in his analysis on the formation and the role of ideology in social contexts, has clearly demonstrated what risks an anthropologist has to face, when he has to interpret the complexity of theories present in a community which are considered representative of its own identity. In particular, he considers, that we use two constructs to study the elements that define an ideology: the theory of interest and the theory of tension¹⁰⁶. In the first case, which is the most relevant for us, ideology is considered similar to a weapon, in the second case, it is considered a corrective instrument. In the theory of interest, ideological declarations are referred to the general

¹⁰⁴ Ibidem.

¹⁰⁵ **Dennett D.**, *L'atteggiamento intenzionale*, op. cit., p. 72.

¹⁰⁶ **Geertz C.**, *Interpretazione di culture*, tr. it. di E. Bona, Il Mulino, Bologna 1987, pp. 256-58.

context of a race for power seen from the sort of utilitarian point of view. It is because of this, that such a construct presupposes an extremely low level of psychological complexity¹⁰⁷. The existence of social systems that direct their choices on the basis of interest, implies the possibility of manipulating consensus by the dominating *elites*, exploiting the natural tendency of human beings in their desire to satisfy their own needs. Such satisfaction can often have a purely transitory or illusory nature, not based on any solid and rational motivation and can be considered the symptom of a general absence of any critical conscience. From this point of view an efficient intentional strategy should insert itself in this vacuum of opinion, building up the basis for the conquest of a hegemony.

The human being who thinks and acts on the basis of an intentional stance, continually resorts to the psychology of common sense to try and predict his and other people's behavior, attributing beliefs and desires and, thus, describing the world in intentional terms.

The intentional strategy based on the development of common sense can present obviously some weak points, such as for example, the inability to explain, even retrospectively, certain types of behavior, especially if they are exceptional or abnormal compared to ordinary mental frames of mind belonging to their own social context.

However some strong points can be traced, consistent with what has been said above, in that the psychology of common sense, in tracing back the actions and behavior of a system to a series of elements of pre-comprehension (beliefs and desires) that belong to it, succeeds in describing the origins of actions themselves, conferring to them a meaning in a specific historical context¹⁰⁸.

The attribution of meaning does not imply, however, in itself, the moral correctness of a shared decision, it only means that a choice that has been made by a social community is seen in a neutral motivational context where that choice constitutes a theoretical framework of reference.

In other words, we consider each other reciprocally as if we were everlasting rational agents and the capacity of using intellect to acquire a critical awareness of the natural need inherent to our species, allows us to possess a reliable prevision system on the behavior of other people.

In this sense (always considering the psychology of common sense as a hermeneutics of behavior) we could trace back the totality of the actions of a community to a form of logical behavior which can be formulated in terms

¹⁰⁷ Ibidem.

¹⁰⁸ **Dennett D.**, L'atteggiamento intenzionale, op. cit., pp. 74-75.

of the inclination to act in a certain way, only when certain events have occurred. What sort of events are we talking about? Actual circumstances that are free of all historical- social conditioning.

This would lead us to admit, within the relationship between the intentional subject and the intentional system, the existence of a reductionist logic¹⁰⁹, based on a communicative dynamics regulated by the stimulus- response binomial, in which habit plays a fundamental role.

In referring to his criticism of Cartesian body-mind dualism, Ryle maintains that mental acts are not different to body acts and the reasons why a person acts in a certain way, are determined by real dispositions that an individual possesses to act in such a way in specific situations¹¹⁰.

The example of the clown¹¹¹ is particularly significant, whose ability is shown in the acrobatics he performs. He succeeds in his programmed clumsiness in evoking laughter and cheerfulness in the people looking at him; but the enjoyment of the spectators in the *hic et nunc* of the performance is not determined by a rational reflection on the anthropological conditions that, in the course of decades, have made clowns become a sort of cathartic figures in the eyes of society. Fun and evasion are simply guaranteed, according to Ryle, by the simple observation of the efficient performance by the artist. The latter, in his turn, in stimulating collective entertainment, does not carry out any form of reason or meta-cognition on the sense of his execution. His acts are simply the effect of consolidated dispositions that in time, have produced a specific result on the basis of an exclusively sensorial communication between the intentional/public system and the intentional/clown subject.

Can an approach of this sort really contribute to presenting the mind as a scientific concept? If we really believed this, we would remove from the intentional stance and system, that historical-anthropological and hermeneutic rationality in which they are on the contrary impregnated.

Geertz on the case of the clown described by Ryle, maintains that only physical gestures can be reduced to the stimulus-response binomial as in the behaviorist prospective, not the ability¹¹². The latter is a concept that contains a multiplicity of meanings and interior references (concerning the mind of the clown) and exterior references (historical-social). In the con-

¹⁰⁹ Ivi, p. 77, but also **Wittgenstein L.**, *Ricerche filosofiche*, tr. it. di R. Piovesan, Einaudi, Torino 1999, p. 108.

¹¹⁰ **Ryle G.**, *Il concetto di mente*, tr. it. di G. Pellegrino, Laterza, Roma-Bari 2007, p. 33.

¹¹¹ **Geertz C.**, *Interpretazione ...*, op. cit., p. 107.

¹¹² *Ibidem*.

cept of ability and in the way it manifests itself, we must consider the emotional universe of the circus artist, the way in which the circus as a social institution has meant to propose, in the course of its history, this entertainment service which belongs to it, as well as continuing the tradition of thought, that in its imitation of irrationality, has suggested the possibility of its own critical deconstruction¹¹³.

The American anthropologist traces back the abilities of an individual to the desire to put them into practice that, in their turn, will be based on a socio-cultural system interiorized by the single person.

The conclusion that emerges from what has been said so far on the characteristics of the intentional stance and on its possible modality of approach to reality, is that intentionality, if it is to be efficient, can not disregard common sense.

The latter can be described as:

the outcome of an inductive proceeding meant to identify specific phenomena, from which general rules for action can be obtained;

a process of volition directed to obtaining pleasure, through the mental representation of the object that, of that pleasure, constitutes the source;

the critical deconstruction of a socially relevant happening, realized on an ideological basis.

The relationship that comes between intentionality and common sense can constitute the theoretical basis of reference within which we can insert the analysis of a political speech that constitutes a perfect example of the annulment of public dialectics between what is known as the 'legal' country and the 'real' country.

We are referring to the inauguration speech pronounced at the Chamber of Deputies on the 13th May 2008 by Silvio Berlusconi, on the occasion of the beginning of his fourth experience as head of the Italian Government.

His exposition exploited (as he had done in his speeches during the political meetings in the election campaign preceding the victorious elections of the 13th-14th April)

a core of beliefs and expectations historically shared by Italian society, which needed to be concretely reassured in moments of political and institutional confusion and instability. Thus that speech underlined the real values of the cultural and ideological core beliefs of Italy, which partly went

¹¹³ Ibidem.

back to the Risorgimento: the home, the family, the gap¹¹⁴ between the industrialized North and a backward South victim of organized crime¹¹⁵, the reduction of public debt¹¹⁶, cutting labour taxation for entrepreneurs, individual security, the removal of the material causes of abortion. These concepts were introduced to attract the interest of conservative public opinion and to distract attention from the substance of that government action, which in a short period of time, would carry out a program of drastic reduction of civil service jobs and in increase in taxation in the midst of progressive and general economic recession.

The intentional stance and the contextual attribution of beliefs and values to Italian civil society contained in the speech made on the 13th May 2008, found their *ratio essendi* on recuperating two historically significant experiences, which good or bad, have strengthened the common sense of Italians in the last one and half centuries of history: the epic of the Risorgimento and the Fascist dictatorship. Both are present in the speech we are analyzing, in that they condition contents and form.

The first aspect which is evident in Berlusconi's exposition, as far as the argument of our paper is concerned, regards the *incipit*. The subject he quotes at the beginning of the speech is Italian society, an intentional system impregnated with meaning, values and expectations which have to be rationalized, administered, orientated in the direction of the acquisition of consensus.

In particular, Berlusconi's rhetoric recuperates the Risorgimento lesson, using it as an instrument of seduction of the common sense of Italians respect to:

1)the declared will to resolve the economic-productive crisis of the industries of Northern Italy, which was expressed with the following words: "growing means listening to the cry of pain coming from the North and from the European standards of work and stagnation¹¹⁷".

¹¹⁴ **Duggan C.**, La forza del destino. Storia d'Italia dal 1796 a oggi, Laterza, Roma-Bari 2008, pp. 298-301. **Romeo R.**, L'Italia liberale: sviluppo e contraddizioni, Il Saggiatore, Milano 1987, pp. 268-73. **Romanelli R.**, L'Italia liberale (1861-1900), Il Mulino, Bologna 1979, infra.

¹¹⁵ **Del Boca A.**, Italiani, brava gente? Un mito duro a morire, Neri Pozza, Vicenza 2005, pp. 57-66. **Candeloro G.**, Storia dell'Italia moderna, vol. V: La costruzione dello Stato unitario. 1860-1871, Feltrinelli, Milano 1968, pp. 164-69.

¹¹⁶ **Carfagna L.**, Dualismo e sviluppo nella storia d'Italia, Marsilio, Venezia 1989, pp. 288-93.

¹¹⁷ **Berlusconi S.**, Discorso alla Camera dei Deputati del 13 Maggio 2008, versione digitale scaricata da Internet http://www.affaritaliani.it/politica/discorsointegraleberlusconicamera130508_pg_2.html

This affirmation is an evident recall of the words pronounced by King Vittorio Emanuele II to the Parliament on the 10th January 1859 at the time of the beginning of the Second War of Independence: "we are not insensible to the cry of pain rising from many parts of Italy towards us". This linguistic analogy is used to remove the political-institutional discourse from its historical context, depriving it of all the necessary references to present day conditions, which must constitute the core of every critical debate. It has also the function of evoking in public opinion (through resorting to the myth of the Second War of Independence) the idea of a patriotic war against a common enemy. This is also a way of diverting public attention from the difficulties of contemporary reality;

2) to the necessity of adopting rigorous taxation policies to solve the problem of the Italian public debt. In this case Berlusconi also manages to recuperate in both, contents and form, the example of the Risorgimento. The problem of public deficit has always been present right from the beginning of the Unification of Italy, for this reason it can not be considered a novelty to place it as a point in the program of the government. In presenting to the Chamber of Deputies and to the nation the necessity of realizing a severe fiscal policy to put the accounts in order, Berlusconi affirms that taxes "constitute the counterpart the citizens owe to the State for the services they receive and are therefore the premise and guarantee of the good functioning of public services"¹¹⁸. The ex-Prime Minister, uses for persuasive objectives, the didactic technique typical of the pedagogic literature of the Risorgimento, which had had the aim of educating and instructing people which were virtually illiterate¹¹⁹. What is evident, once again, in both, the style and tone of the speech, is how its political prospective is removed from its historical context and actualized without resorting this time, to any explicit references at the linguistic level.

The Risorgimento was an extremely complex period, associated to a profound political-institutional ambiguity regarding especially government organisms¹²⁰. In this historical phase Italy demonstrated, once again, that it did not possess a diplomatic-military personality strong enough to allow it to resolve independently all the questions connected to the occupation of its territories by foreign powers. But it was the occasion for the birth of an inspiring collective feeling, based on the exaltation of the values of family

¹¹⁸ Ibidem.

¹¹⁹ **De Mauro T.**, *Storia linguistica dell'Italia unita*, Laterza, Roma-Bari 1991, pp. 36-44.

¹²⁰ **Banti A. M.**, *Nazione*, in *Atlante culturale del Risorgimento*, in **Banti A. M.**, **Chiavistelli A.**, **Mannori L.**, **Meriggi M.**, *Lessico del linguaggio politico dal Settecento all'Unità*, Laterza, Roma-Bari 2011, pp. 214-17. **Colombo P.**, *Monarchia/Repubblica*, in *Atlante ...*, cit., pp. 319-26.

and nation, that has witnessed in certain types of generational literature (like *Cuore* by De Amicis) the cultural basis of reference for the construction of the idea of Nation¹²¹. An idea that anticipates, with the notion of the ordinary and respectable bourgeois, the homologation of conscience typical of a fascist society¹²². It's to this Risorgimento that Berlusconi's speech appeals, to orientate the common sense of Italians in getting them to welcome favorably the new political course.

The fascist ideology that has just been quoted, regulates the tone of the speech, influencing its style. We notice in different moments, how the orator manages to demonize the enemy. Berlusconi's wish in the initial part of the speech to the Chamber of Deputies, that "debating ideas and interests (...) should not degenerate into fighting", putting "respect in the place of bigotry (...) lively polemics in the place of a paralyzingly guerrilla warfare (...) the beauty of politics (...) in the place of demagoguery, mere chatter, theatricality and deception"¹²³.

He structures his role to appear as a victim, as if he were to be continually discredited, attacked and defamed, as if his majority were to be involved in a continual state of war. But who against? The feared enemy is never specified, it appears in the speech as a general, abstract category.

Italian public opinion has preserved, in the course of decades, the myth of personal security, seen through the eyes of twentieth century conservative thought, as the indestructible bastion of national identity¹²⁴, an instrument used to legitimize consensus and a remnant of fascist ideology, repeated in the popular saying that during the twenty years of Fascism "you could sleep with your doors open". The security of any citizen is a central aspect of the common sense of Italians, especially in the South, where after the dissolution of the Bourbon regime, the integrity of the subjects who faced the menace of brigands, was one of the central questions of newly born unified Italy¹²⁵.

¹²¹ **Chabod F.**, *L'idea di nazione*, Laterza, Roma-Bari 1998, pp. 17-23.

¹²² **Cannistraro P.V.**, *La fabbrica del consenso. Fascismo e mass-media*, Laterza, Roma-Bari 1975, pp. 419-24. **De Grazia V.**, *Consenso e cultura di massa nell'Italia fascista. L'organizzazione del dopolavoro*, Laterza, Roma-Bari 1981, pp. 190-92 e 212-15.

¹²³ **Berlusconi S.**, *Discorso ...*, cit..

¹²⁴ **Melossi D.**, *Andamento economico, incarcerazione, omicidi e allarme sociale in Italia: 1863-1994*, in **AA.VV.**, *Storia d'Italia – Annali* vol. XII, Einaudi, Torino 1997, pp. 237-62.

¹²⁵ **Molfese F.**, *Storia del brigantaggio dopo l'Unità*, Feltrinelli, Milano 1976, pp. 281 sgg..

Berlusconi affirms that "security is a synonym of liberty and (...) it is precisely on the protection of individual security that the pact of union between citizens and the legitimization of public power is founded.

The declamatory fascist style returns in the conclusive part of the speech, when the ex-Prime Minister, invokes, as support for the political action of his own government, "the help of God".

Once again we have an irrational streak, which together with anti-historical and clerical aspects which we have already talked about, produce the absolute absence of any critical thought.

Italian history has underlined, both in the medieval age and in the modern age, the general lack of a political and civil conscience of society¹²⁶. This has been seen in three ways:

the incapacity of Italy, manifested various times, of freeing itself from the occupation of the different foreign powers by itself;

the presence of the Vatican, symbol of the central power of the Catholic Church, that has exercised, in the course of centuries, influence in the ethical, political and social fields¹²⁷;

the lack of any revolutionary experience capable of de-structuring (on the English and French models) the existing institutional order, so as to redefine in the long term, new forms of political equilibrium.

The only one historically important experience in a revolutionary sense shared by the Italian people was the Resistance Movement to the Nazi-Fascist occupation, where the protagonists were the Partisan forces during the Second World War¹²⁸. These events, especially with the intervention of the Anglo-American forces led to the break-up of the Fascist regime and to eventual National Liberation. This speech by Berlusconi represents an effective demonstration of how a universe of values, convictions and hopes of a community, can be intentioned on the basis of historical rationality which

¹²⁶ **Tanzarella S.**, *Gli anni difficili. Lorenzo Milani, Tommaso Fiore e le esperienze pastorali*, Il pozzo di Giacobbe, Trapani 2007, p. 41. **Altan C. T.**, *La coscienza civile degli italiani. Valori e disvalori nella storia nazionale*, Gaspari, Udine 1997, pp. 273 sgg..

¹²⁷ **Sacchetti G.** *Intervento al Primo Congresso – Venezia 1874*, in *Storia del movimento cattolico in Italia*, a cura di F. Malgeri, Il Poligono, Roma 1980, vol. I, pp. 419-26. **Miccoli G.**, *Chiesa e società in Italia dal Concilio Vaticano I (1870) al pontificato di Giovanni XXIII*, in *Storia d'Italia*, vol. V.2: *I documenti*, Einaudi, Torino 1973, pp. 1496-97 e 1502-10.

¹²⁸ **Bocca G.**, *Storia dell'Italia partigiana*, Laterza, Bari 1966, pp. 13-22. **Galante Garrone A.**, *Aspetti politici della guerra partigiana in Italia*, in <<L'Acropoli>>, n. 16, 1946. **Bobbio N.**, *Profilo ideologico del '900*, Garzanti, Milano 1990, pp. 178-80 e 182-84.

has as its purpose individualizing models of contemporary public opinion, in order to orientate consent. The historicizing hermeneutics of the power structure has as its object, depriving the intentional system of any synchronic approach to reality, through a de-historicizing process of the political speech which is typical of illiberal ideologies.

Bibliography

- Altan C. T., *La coscienza civile degli italiani. Valori e disvalori nella storia nazionale*, Gaspari, Udine 1997.
- Bacone F., *Novum Organum*, libro II, in *Scritti filosofici*, a cura di P. Rossi, UTET, Torino 1975.
- Banti A. M., *Nazione*, in *Atlante culturale del Risorgimento*, in Banti A. M., Chiavistelli A., Mannori L., Meriggi M., *Lessico del linguaggio politico dal Settecento all'Unità*, Laterza, Roma-Bari 2011.
- Bobbio N., *Profilo ideologico del '900*, Garzanti, Milano 1990.
- Bocca G., *Storia dell'Italia partigiana*, Laterza, Bari 1966.
- Candeloro G., *Storia dell'Italia moderna*, vol. V: *La costruzione dello Stato unitario. 1860-1871*, Feltrinelli, Milano 1968.
- Cannistraro P.V., *La fabbrica del consenso. Fascismo e mass-media*, Laterza, Roma-Bari 1975.
- Carfagna L., *Dualismo e sviluppo nella storia d'Italia*, Marsilio, Venezia 1989.
- Chabod F., *L'idea di nazione*, Laterza, Roma-Bari 1998.
- Colombo P., *Monarchia/Repubblica*, in *Atlante culturale del Risorgimento*, in Banti A. M., Chiavistelli A., Mannori L., Meriggi M., *Lessico del linguaggio politico dal Settecento all'Unità*, Laterza, Roma-Bari 2011.
- De Grazia V., *Consenso e cultura di massa nell'Italia fascista. L'organizzazione del dopolavoro*, Laterza, Roma-Bari 1981.
- Del Boca A., *Italiani, brava gente? Un mito duro a morire*, Neri Pozza, Vicenza 2005.
- De Mauro T., *Storia linguistica dell'Italia unita*, Laterza, Roma-Bari 1991.
- Dennett D., *Brainstorms. Saggi filosofici sulla mente e la psicologia*, tr. it. di L. Colasanti, Adelphi, Milano 1991.

- ID., *Contenuto e coscienza*, tr. it. di G. Pacini Mugnai, Il Mulino, Bologna 1992.
- ID., *Dove nascono le idee*, tr. it. di F. Garofoli, Di Renzo, Roma 2006.
- ID., *L'atteggiamento intenzionale*, tr. it. di E. Bassato, Il Mulino, Bologna 1993.
- ID., *Rompere l'incantesimo. La religione come fenomeno naturale*, tr. it. di S. Levi, Raffaello Cortina, Milano 2007.
- Duggan C., *La forza del destino. Storia d'Italia dal 1796 a oggi*, Laterza, Roma-Bari 2008.
- Epicuro, *Lettera a Meneceo*, in *Opere*, a cura di M. Isnardi Parente, UTET, Torino 1974.
- Gadamer H. G., *Verità e metodo*, tr. it. di G. Vattimo, Bompiani, Milano 1983.
- Galante Garrone A., *Aspetti politici della guerra partigiana in Italia*, in <<L'Acropoli>>, n. 16, 1946.
- Geertz C., *Interpretazione di culture*, tr. it. di E. Bona, Il Mulino, Bologna 1987.
- Melossi D., *Andamento economico, incarcerazione, omicidi e allarme sociale in Italia: 1863-1994*, in AA.VV., *Storia d'Italia – Annali* vol. XII, Einaudi, Torino 1997.
- Miccoli G., *Chiesa e società in Italia dal Concilio Vaticano I (1870) al pontificato di Giovanni XXIII*, in *Storia d'Italia*, vol. V.2: *I documenti*, Einaudi, Torino 1973.
- Molfese F., *Storia del brigantaggio dopo l'Unità*, Feltrinelli, Milano 1976.
- Moore G.E., *Principia ethica*, tr. it. di G. Vattimo, Bompiani, Milano 1964.
- Nussbaum M.C., *Terapia del desiderio. Teoria e pratica nell'etica ellenistica*, pref. di G. Reale, tr. it. di N.S. Muth, Vita e Pensiero, Milano 2007.
- Peirce C.S., *Caso, amore e logica*, Introduzione di M.R. Cohen, tr. it. di N. e M. Abbagnano, Taylor, Torino 1956.
- Reid T., *Ricerca sulla mente umana e altri scritti*, a cura di A. Santucci, UTET, Torino 1975.
- Romanelli R., *L'Italia liberale (1861-1900)*, Il Mulino, Bologna 1979.
- Romeo R., *L'Italia liberale: sviluppo e contraddizioni*, Il Saggiatore, Milano 1987.

Ryle G., *Il concetto di mente*, tr. it. di G. Pellegrino, Laterza, Roma-Bari 2007.

Sacchetti G. *Intervento al Primo Congresso – Venezia 1874*, in *Storia del movimento cattolico in Italia*, a cura di F. Malgeri, Il Poligono, Roma 1980.

Tanzarella S., *Gli anni difficili. Lorenzo Milani, Tommaso Fiore e le esperienze pastorali*, Il pozzo di Giacobbe, Trapani 2007.

Wittgenstein L., *Ricerche filosofiche*, tr. it. di R. Piovesan, Einaudi, Torino 1999.

Sitography

Berlusconi S., *Discorso alla Camera dei Deputati del 13 Maggio 2008*, versione digitale scaricata
http://www.affaritaliani.it/politica/discorsointegraleberlusconica_mera130508_pg_2.html

CAPÍTULO VI

EL DISCURSO PÚBLICO DEL YIHAD Y LAS MODIFICACIONES DE LA VIOLENCIA POLÍTICA EN LATINOAMÉRICA

Dr. D. Pedro Rivas Nieto
Universidad Loyola Andalucía

Dr. D. Pablo Rey García
Universidad Pontificia de Salamanca

Dra. D^a Nuria Quintana Paz
Universidad Pontificia de Salamanca

A modo de breve introducción.

Se diría que en América Latina han cambiado las formas de la violencia. No es que hayan desaparecido por completo las fórmulas convencionales –secuestro (*express* o clásico), robos, narcotráfico, conflictos internos...- sino que, o bien alguna de ellas se han modificado -tal y como se ha demostrado en tesis doctorales recientes (Patiño, 2015)- o bien han aparecido otras impredecibles para el ciudadano de a pie. Una de esas mutaciones es el peso que los extremismos parecen haber adquirido en la región, así como el flujo creciente del Islam y del islamismo en la derecha y en la izquierda, con un discurso del yihad que encuentra, contra todo pronóstico, acomodo. De una de estas transformaciones -de las obsesiones islámicas y yihadistas en grupos *naturalmente* alejados de estas doctrinas- trataremos en este trabajo.

2. Las mutaciones del terrorismo en América.

Hay que conocer los nuevos patrones de la insurgencia, sobre todo si tienen lazos con delincuentes comunes bien organizados y con ideólogos fanatizados. Esta mezcla fortalece la capacidad del terrorismo para la violencia y muestra que en América la seguridad se daña progresivamente.

A modo de síntesis podemos comenzar afirmando que hay constancia de que algunos grupos terroristas iberoamericanos han mantenido, y mantienen, relaciones con otros de otras zonas del mundo, especialmente de Europa y, de forma creciente –aunque no sean los más abundantes-, de Oriente. El caso más claro ha sido el de las FARC, antes de embarcarse en 2012 en una negociación en La Habana con el Gobierno de Colombia que fructificó en 2016. Los lazos son tanto ideológicos como propagandísticos y tácticos. El vínculo no se establece sólo con grupos ideológicamente afines

-aunque parezca insólito-, sino con aquellos con los que la distancia ideológica es notoria -por ejemplo, lazos entre revolucionarios de izquierda y musulmanes radicales-, pero de los que pueden aprenderse procedimientos útiles para combatir a sus viejos enemigos y rentabilizarlo de diversas maneras, como veremos más tarde. En el caso de Colombia cabe decir que las relaciones de las FARC con grupos europeos, como la ETA y el IRA, están documentadas desde tiempo atrás (Domínguez, 2011) y se sospecha además que hay lazos con grupos de Oriente Próximo. Estas modificaciones hablan por sí solas de cómo las amenazas a las que se enfrentan los Estados en Iberoamérica han cambiado.

Manwaring (2009: 14-24) hablaba hace ya años de la habilidad de las FARC -el símbolo de la insurgencia en Iberoamérica, de ahí que valga como ejemplo genérico- para llegar a acuerdos con cualesquiera fuerzas de América Latina intercambiando armas, drogas, refuerzo ideológico o lo que fuera, erosionando más y más la capacidad soberana del Estado. Iba incluso más lejos al recordar las tesis de Williams (2008) y de Rapley (2006: 93-103), e insistir en que estos fenómenos, en los cuales se incluían además valores propios de bandas criminales, podían llevar al país a una nueva época de oscuridad. Y este proceso es, en buena medida, extrapolable al continente.

Por todo esto las *nuevas alianzas* de Iberoamérica tienen razones sencillas, más tácticas que ideológicas y muy eficaces: cualquier causa *revolucionaria* es válida para conseguir los objetivos que aspiran a demoler los Estados democráticos. Por eso, los grupos terroristas se ayudan cuando pueden -y se traicionan si les hace falta- y se adhieren a causas en principio ajenas a lo que pretenden directamente, pero entre cuyos enemigos están también los Estados democráticos. Este fenómeno ocurre tanto en la izquierda como en la derecha.

2.1 La extrema derecha y el Islam.

Si lo anterior es cierto, no debería extrañar lo siguiente: que desde hace ya algunos años grupos neonazis y de extrema derecha se conviertan al Islam. Y algunos de estos nazis conversos -parte de ellos españoles posteriormente emigrados a América- han intentado desde hace algunos años convertir, a su vez, al Islam, a antiguos combatientes izquierdistas e indigenistas, como los miembros del EZLN en Chiapas, para sumar fuerzas (Lara, 2002: 79-91), con cierto éxito (Garvin, 2005: 18-19). El intento de unificar Islam, zapatismo, e incluso catolicismo en una cultura sincrética como la mexicana quizá no debería desconcertar tanto como lo hace a priori¹²⁹. Es un ejemplo de las novedosas alianzas que surgen en estos tiempos *posrevolucionarios*,

¹²⁹ Es interesante un artículo publicado originariamente en *Rebelión* -y reproducido en *Webislam*- cuyo curioso título da idea al respecto es "¿Y si el subcomandante Marcos fuese la encarnación del Mehdi?".

las cuales quizá no lo son tanto¹³⁰. En realidad los conversos no se adhieren a un Islam respetuoso, sino al *islamismo*, a la vertiente fundamentalista del Islam oficial. No en vano el islamismo anhela una vuelta a los tiempos de la primera comunidad de Medina, en los que no se había desvirtuado el mensaje transmitido por el Profeta, y propone como solución para los males de nuestro tiempo la vuelta a las raíces del Islam político.

Hay, al menos, seis elementos básicos en la ideología islamista –tipificados hace más de un decenio– que conviene conocer para entenderla. Son los siguientes: el islamismo quiere unificar el islam para extenderse por el mundo; es internacionalista; ataca a sus enemigos de forma indirecta para aumentar el temor; odia de manera exacerbada a Occidente; busca la inestabilidad internacional; e interpreta de forma perversa dos viejos conceptos habituales en el islam –apostasía y yihad– para justificarse y lograr sus fines (Aristegui, 2004: 73). Para el islamismo los gobiernos musulmanes moderados son peligrosos al acercarse peligrosamente a la laicidad, que es la antesala de la apostasía. Y a quienes defienden la secularización de los Estados musulmanes los tiene por la peor clase de apóstatas.

Visto esto, parece más difícil entender el motivo de estas conversiones de nacionalsocialistas. Aunque para quienes profesan el nacionalsocialismo los árabes y el Islam son enemigos, todos tienen a un enemigo común que les causa más repulsa: los judíos, el sionismo y el Estado de Israel. Éste es la construcción jurídico-política de quienes profesan la fe mosaica, así como de los laicos que querían un Estado en el que estar a salvo. Hay nazis que se convierten al Islam porque creen que es el último reducto de los ideales nacionalsocialistas y la última fuerza tradicional que puede hacer frente a la “conspiración judeomasónica mundial”. Aunque sea una idea falsa, es muy clara y atractiva. Si se tiene en cuenta que la violencia es inherente a estas visiones radicales del hombre y de la historia y siempre bienvenida, el terrorismo u otras fórmulas parejas puede ser tácticamente necesario (ver FAS, 2011). Por eso se crean alianzas que van más allá de la simple conveniencia.

No sólo han estudiado este fenómeno expertos en inteligencia o académicos. Saltó hace ya años a las páginas de la prensa internacional y a las cadenas de televisión. Ya en octubre de 2008, en Univisión –la cadena en lengua española más grande de los Estados Unidos– se planteaban diez claves –susceptibles de ser matizadas, pero sensatas– sobre la alianza nazi-islámica (Univisión, 2008). Nina Degele escribía que la estructura económica del nazismo y del islamismo se parecían mucho (2002) y aseguraba que en la crítica islámica a la modernidad habían influido con rotundidad Heidegger, Schmitt y Spengler (en Farías, 2010: 231). Y Caro recordaba (2002: 25) que

¹³⁰ En la Segunda Guerra Mundial musulmanes radicales combatieron en Europa junto con fuerzas alemanas para acabar con cuantos judíos fuera posible.

el nihilismo de Nietzsche influyó en Sayyid Qutb. Sea cierto o no el enérgico influjo de Nietzsche, de Schmitt y de otros, la virulencia de su pensamiento, su desprecio de las sociedades abiertas y su odio por las libertades del Occidente, lo hermanan -al menos tácticamente- con radicales de todo tipo, incluidos los nazis.

2.2 La extrema izquierda y el Islam.

Un razonamiento parecido inspira a los grupos de izquierda: desvaída la referencia marxista, desaparecidos los triunfos revolucionarios, debilitado el concepto clásico de internacionalismo en América, aquéllos se adhieren a causas nuevas que puedan sustituir a las anteriores, y una de ellas es el Islam. El motivo es que éste es una de las fuentes del terrorismo de raíz religiosa¹³¹. A partir de 1992, un año después de desaparecida la URSS, el número de grupos terrorista laicos decayó y aumentó el de los grupos de raíz religiosa, tal y como ya indicaron textos de hace casi veinte años (Hoffman y Hoffman, 1996: 87-127).

La idea de estas extrañas mezclas es, de nuevo, sencilla. El terrorismo de raíz religiosa sustituye en buena medida la internacionalidad de las proclamas revolucionarias con la universalidad de las religiones monoteístas. Y de las tres conocidas es el Islam el más proclive a la expansión y al proselitismo. Al menos, así permite afirmarlo la experiencia adquirida, visto el número de grupos religiosos, el tipo de atentados y su letalidad, traducida en un elevado número de víctimas. Los terroristas islámicos no se presentan como la vanguardia revolucionaria de una clase explotada o de un pueblo oprimido -como decían ser los grupos laicos-, sino como la vanguardia armada que representa a una comunidad religiosa que va a acabar con los impíos. Y los terroristas laicos que se amparan en el Islam no aprovechan su vertiente religiosa, sino su nueva fuerza expansiva y revolucionaria -el yihad- que permite combatir al imperialismo. Hay más lazos de los que pudiera parecer a simple vista (Avilés, 2012: 227-249).

2.3. La fuerza del *Chacal*: yihad y revolución.

Este tipo de terroristas laicos no aspiran a construir una teocracia islámica mundial, sino que confían en la fuerza revolucionaria de las proclamas yihadistas. Si para el terrorista religioso la *guerra cósmica* a la que se enfrenta transforma al enemigo en algo satánico que solo puede destruirse (Jurgensmeyer, 2001: 254), para el laico esa idea se adapta con naturalidad a lo siguiente: con el enemigo no caben treguas, sino sólo combatirlo hasta la muerte y lograr así los objetivos políticos. Se seculariza el factor religioso, pero no cambia el trasfondo. De hecho, se asemeja a la idea ya clásica de

¹³¹ Cuyo fortalecimiento comenzó con el triunfo de la revolución islámica de Irán en 1979 y cuyo renacimiento en el siglo XX fue en 1980.

guerra revolucionaria, con la salvedad de que los fundamentos que la justifican son religiosos, y no laicos. Se ve muy claro en los grupos que atacan a los civiles de forma recurrente, porque quieren perpetuar el orden del terror, lo opuesto a lo que pretende la tradición política occidental (Cavarero, 2009: 50-60).

Hay otro factor para entender estos cambios del terrorismo y es la forma en la que los yihadistas llevan a cabo la guerra asimétrica. Ella es la pauta para combatir a cualquier Estado. En realidad, los pueblos tribales del mundo árabe la habían empleado antes incluso del nacimiento del Islam en el siglo VII y, aunque la utilizaron también otros pueblos, presumiblemente fueron aquéllos los primeros en hacerlo (Garlan, 2003; Partner, 2002). En la actualidad el islamismo la emplea, según sus razonamientos, como forma de defenderse de las *nuevas cruzadas*. Como este procedimiento no es comparable con el de las clásicas guerrillas iberoamericanas de vocación insurgente, éstas se han interesado por la eficacia de la guerra asimétrica para combatir a sus enemigos. Y los más hábiles en hacerlo han sido los musulmanes radicales, que la han experimentado en lugares como Afganistán e Irak (Reinares, 2014) -tierras del yihad según algunos imanes y autoridades religiosas islámicas-, Somalia (Rodríguez, 2013), Nigeria (Adegbulu, 2013) o Siria, entre otros (Álvarez-Ossorio, 2015), en donde el Estado Islámico (Dairieh, 2015) la aplica eficazmente. Este motivo pragmático es una de las razones de las nuevas alianzas.

Relacionada con esta idea hay un concepto de gran utilidad contenido en el libro *El Islam revolucionario* de Ilich Ramírez Sánchez, alias *El Chacal*, que afirmaba que el Islam le daba al marxismo la espiritualidad e idealismo que aquél no tenía, y el marxismo le daba al Islam la capacidad analítica de la que carecía (2003). Esta idea, síntesis que fortalece la teoría y la práctica revolucionaria, es un objetivo clave en buena parte de los grupos terroristas actuales. Se aspira, por tanto, a hacer un yihad contra el imperialismo, contra el Estado, contra lo que sea, se sea musulmán o no, se aspire a lograr teocracias islámicas o a construir el socialismo del siglo XXI, porque el yihad es la continuación lógica de la revolución.

En realidad, el yihad es una obligación jurídica y religiosa -prescrita por Dios y su Profeta- y persiste hasta el día de la Resurrección mientras la universalidad del Islam no sea un hecho. El yihad en el Islam significa tanto *guerra santa* como *esfuerzo personal* del creyente por mejorarse¹³², pero las interpretaciones y necesidades de los islamistas la han transformado. Abd Alá Azzam, cofundador de Hamás, elaboró un cuerpo doctrinal en los años ochenta para hacer el yihad a escala mundial que permitió captar gentes en todo el mundo islámico. Llegó a predicarlo contra Occidente y los

¹³² Así lo decía Mahoma, y así aparece en el Corán.

judíos incluso en los Estados Unidos entre 1985 y 1989. Ahora son precisamente los salafistas quienes más han deformado el concepto de yihad para justificar la barbarie terrorista. Para ellos el creyente que ejerce el yihad, entendido como guerra contra el infiel, es el mejor de los hombres, pues pone de manifiesto la implicación profunda del musulmán en la causa de Alá. Y para ello invocan las aleyas de la etapa de Medina -las del “primer Islam”-, belicistas a ultranza, en las que Mahoma era un “profeta en armas” que extendía el Islam mediante la fuerza. En las azoras de Medina el Corán legitima la guerra contra los infieles y la convierte en deber sagrado. No hay más fórmula para el islamista -que no sea moderado, suponiendo que la medida sea posible en esta doctrina- que la violencia. Esta fortaleza tiene como consecuencia una ideología combativa centrada en la necesidad de hacer el yihad tanto contra Occidente como contra los musulmanes que se oponen a la visión que el islamismo tiene del Islam. El terrorismo es, entonces, un acto de legítima defensa. De esta energía bebe la izquierda insurgente y con éste aliento *espiritual* refuerza su lógica revolucionaria. Mientras más virulento se sea en el combate contra el Estado, más cerca estará el Reino Revolucionario.

El ejemplo táctico claro de todo esto es el terrorista suicida, y el motivo es diáfano: sustituye un enfrentamiento difícil, es rentable para la causa terrorista y reduce el número de víctimas propias (Vestrynge, en Salas, 2010: 369-374). La guerra asimétrica, por tanto -con estas pinceladas de yihad, que modifican el término pero no su sustancia-, implica éxitos para el terrorismo. Quien resiste, vence, aunque no pueda batir al enemigo en el campo de batalla -que es lo mismo que argumentaban los viejos terroristas que surgieron en el protectorado de Palestina contra los británicos, como el Irgun-. *El Chacal* sintetizó marxismo e Islam¹³³ y algunos se plantean si podría hacerse lo mismo entre bolivarianismo e Islam con fines semejantes, pero eso es tema de otro estudio.

El discurso yihadista en Latinoamérica

El islamismo y sus variantes terroristas

Si lo anterior es cierto -que el islamismo tiene las intenciones descritas, que responden a su naturaleza-, se diría que la población hispanohablante americana es, en términos cuantitativos (unos 600 millones de habitantes), un objetivo preciado para el islamismo. Tiene la ventaja de ser una población relativamente bien alfabetizada, pues salvo excepciones como Haití, Guatemala o Nicaragua, la media de alfabetización es del 97% (Efareport, 2016),

¹³³ Él mismo, aun siendo venezolano, se convirtió al Islam hace ya años en una avanzada revolucionaria, cuando se dedicó a actividades terroristas en Oriente Medio compartiendo la causa palestina.

con un potencial humano enorme -la media de edad de muchos países está entre los 25 y los 35 años- (United Nations, Population Division, 2015) y, lo que es más importante en este terreno, con una enorme permeabilidad a la religión.

El 90% de la población latinoamericana se declara cristiana, un 66% católica, y un 24% protestante o evangélico (Latinobarómetro, 2014). Pero los cultos sincréticos, animistas, tribales o de origen africano, siempre han sido un sustrato considerable; junto a ellos, sectas más o menos perniciosas, y la influencia de otras grandes religiones (hinduismo, budismo o islamismo) que han llegado en tiempos más recientes a través de la inmigración. Sin embargo, se debe reconocer que la presencia del Islam es reducida -y crecerá menos que en otras zonas del mundo-, y que la del islamismo es residual. Lo cual no le quita importancia.

Los primeros practicantes, esclavos africanos, lo hicieron alrededor del arco caribeño y en Brasil; tras ellos, la emigración sirio-libanesa de mediados del siglo XIX, que se estableció en Venezuela, Colombia, Brasil y Argentina. Y la última oleada migratoria llegó de Palestina, en el siglo XX, y se estableció en Chile y Colombia. En total, se calcula que en América Latina hay unos 6 millones de practicantes musulmanes (Cesio, 2016), de los que casi uno se agrupa en Brasil y otro en Argentina (Dumitrascu, 2016: 3).

La presencia terrorista islámica se conoció en los años 80, cuando Hizbolá se estableció en la comunidad sirio-libanesa de la porosa Triple Frontera, para dedicarse a actividades ilícitas que le permitían financiación. Sin embargo, exceptuando los atentados en Argentina de 1992 (la Embajada de Israel) y 1994 (la AMIA), no ha habido violencia terrorista como tal, de carácter islamista. Sin embargo, debido al potencial del que se ha hablado, Latinoamérica está ahora mismo pasando a convertirse en un vivero de terroristas.

La función financiadora siempre ha existido, con los cárteles, el narcotráfico, la trata de personas, pero también ha coexistido con el factor ideológico, de oposición a los Estados Unidos e Israel, en connivencia con los regímenes que hayan sido contestatarios con el paso de los años. Algunos autores indican actualmente (Dumitrascu, 2016: 5) que la relación del islamismo con la región es incluso de establecimiento de redes de inteligencia y reclutamiento, así como de operativos de planificación. La presión policial ejercida sobre la Triple Frontera ha llevado a que se generen nuevos focos de islamismo en zonas tan divergentes como Isla Margarita (Venezuela) o Iquique (Chile). Ahora mismo se considera que hay al menos siete grupos con presencia en latinoamérica: Hizbolá (el predominante y decano), Hamas, Yihad Islámica, Al-Gama'á Al-Islamiyya, el Grupo Islámico Combatiente de Marruecos, Al Qaeda y el Batallón Mediático Yihad de Brasil.

Los componentes de estos grupos no son operativos, sino células de preparación y propaganda. Crean redes y ponen en contacto a familias musulmanas con sus respectivos grupos armados, para que se generen flujos económicos (el Cártel Libanés de Walid Makled en Venezuela, o el Clan Barakat, de Assad Ahmed Barakat, en Paraguay) mediante el tráfico de drogas y el blanqueo de capitales.

Pero el paso fundamental se está dando, como decimos, en la actualidad. La guerra de Siria es un polo de atracción para combatientes que, aunque es menor en número que en otros países Europeos, es también preocupante. Se calcula que han viajado unos 100 desde toda Latinoamérica (USDoS, 2015), que pueden suponer un fermento cuando se conviertan en retornados. Por otra parte, el primer caso de organización que ha jurado fidelidad al Daesh en América ha sido el grupo Ansar al-Khilafah Brazil, en Brasil, aunque por el momento todo se ha quedado en declaraciones más o menos extemporáneas (Dumitrasco, 2016:12).

Hizbolá y la comunicación: el nicho del español

Hizbolá conoce la importancia del posicionamiento mediático, e intenta atraer a la opinión pública. Para ello basa su estrategia en medios tradicionales, como la revista *Qubth Ut Alla (El puño de Dios)*, mensual, la televisión *Al-Manar (El Faro)* o la emisora de radio *Al-Nour (La Luz)*, que emiten en inglés, francés, árabe y hebreo (Blanco Navarro, 2015), como en nuevos medios (que incorporan el español): las diferentes cuentas de twitter @almanarspanish, @almanarenglish o telegram @almanarnewsSP, @almanarnewsEN, o la web de la radio www.alnour.com.lb. Tanto la radio como la televisión cuentan con sus correspondientes webs y aplicaciones para android o facilidades para suscribirse por *email*. No son desdeñables, en último lugar, las acciones de propaganda de tipo no mediático, como el Museo de la Resistencia de Mleeta (www.mleeta.com).

A principios de siglo se intentó reducir la efectividad de los medios tradicionales: en España se prohibió la emisión de *Al-Manar*, –al igual que en Francia, Estados Unidos o Alemania (BBC, 2004)– debido a sus contenidos radicales, opuestos al eje Estados Unidos-Israel, que van desde la negación del holocausto a la loa de los atentados suicidas. Actualmente, mediante internet, no hay cortapisas a su difusión. El grupo de comunicación Al-Manar presenta una imagen moderna y moderada, en consonancia con la propia intención de Hizbolá, inmerso en la vida civil libanesa, y sirve de plataforma propagandística a la organización: es un repositorio de los discursos de Sayed Nasraláh, así como de los comunicados del grupo armado. Ofrece noticias generales, de tipo político, militar o religioso, del ámbito internacional y temático de interés del Líbano o de Hizbolá, y es interesante que ofrezca una versión española destinada a las audiencias latinoamericanas.

Los contenidos son fácilmente subtítulos, en el caso de los vídeos; lo mismo ocurre con los videojuegos, que tienen como lengua franca el inglés: *Special Force* es el título del videojuego de Hizbolá, y el antagonista son las IDF de Israel. Tiene el mismo componente adoctrinante, publicitario y propagandístico que otros videojuegos similares (el *America's Army* de los Estados Unidos es el ejemplo más conocido), pero no es el único. *Underash* y *UnderSiege* muestran el conflicto palestino-israelí desde el punto de vista de los palestinos. *Arma III* fue un juego recodificado por el Daesh, para servir a sus intereses de reclutamiento y propaganda (Saloz, 2016).

Sin embargo, es importante reseñar que la presencia mediática actual en el ciberespacio obtenida por Hizbolá está por detrás de la conseguida por el Daesh, a pesar de la reciente irrupción de este grupo, frente a la presencia ya veterana de los anteriores (Rodríguez Chirino, 2016:14). En la pugna que Hamas y Hizbolá libran contra el Daesh, el campo de las redes sociales y los medios de comunicación, el campo de las percepciones, en definitiva, es igual de importante que las montañas del Líbano o los Altos del Golán, el propio y físico campo de batalla.

El aporte comunicativo del Daesh

Una vez asegurado el territorio sirio e iraquí en manos del Daesh, se pusieron a disposición del grupo terrorista enormes medios de propaganda. El Estado Islámico centró la estrategia comunicativa en ciertos medios iraquíes, para construir a su alrededor la política de comunicación global.

El gran cambio producido por el Daesh lo glosa perfectamente el coronel Baños (2014):

“Los vídeos del Estado Islámico en Irak y Siria aportan todo lo que el público más exigente puede desear de una superproducción: edición y producción inmejorables; espectaculares efectos especiales; grabación simultánea desde varias cámaras, algunas aéreas; medios de alta tecnología, como la cámara lenta más avanzada; montajes imaginativos. Y, sobre todo, perfectamente adaptados al gusto occidental. Con lo que el objetivo preferente se antoja obvio: captar la atención de las opiniones públicas occidentales”.

Para ello, se ha constituido un sólido *holding* empresarial terrorista, formado por productoras como Al Furqan, que solo trabaja en árabe, y la más internacional Al Hayat Media Center. Este es el centro de difusión informativo más relevante del grupo terrorista, y emite en 16 idiomas, para medios audiovisuales, radiofónicos e impresos. Carrión (2016) explica que es bajo esta productora donde se editan las revistas *Dabiq*, en inglés –cuyo título se ha modificado recientemente a *Rumiyah*, *Roma*, en su traducción al español, lo cual pone de manifiesto la nueva fase en la que ha entrado el Daesh

(Echeverría, 2017)-; *Istok*, en ruso; *Konstantiniyye*, en turco o *Dar al Islam*, en francés. Los mismos idiomas son utilizados para la radio, y son utilizados preferentemente en el canal web.

En cualquier caso, la volatilidad de las fronteras del ciberespacio favorece que los emisores de los mensajes no tengan que tener una presencia física en el mismo país del receptor. No hace falta la constitución de una empresa, o la *territorialización* de un medio de comunicación para que sus productos lleguen a los oídos buscados. Esta preocupación debe hacer tener una actitud vigilante, desde el momento en el que ciertos sectores sociales y políticos del crisol latinoamericano pueden tener interés en hacer un uso espúreo del islam para sus propios fines.

4. Final

Con lo dicho sobre derecha e izquierda extremas, yihad, guerra asimétrica y hondo pragmatismo de estos grupos, se advierte un obstáculo y una ventaja para los Estados: los grupos terroristas en América siguen siendo más débiles que ellos, pero redivivos por las nuevas asunciones ideológicas, parecen ubicuos. Los nazis islamizados que intentan convertir, a su vez, a viejos insurgentes, así como la revolución islámica-izquierdista, no habitan en un Estado en cuya fuerza ampararse, como ocurrió con la jomeinista, pero pueden estar en todos sitios, como lo estuvieron Al Qaeda y sus sucursales en un tercio de los países del mundo -podían activarse de forma eficaz en, aproximadamente, cuarenta de ellos. Esta nueva hermandad de grupos terroristas es útil y funcional. Si, tal y como escribió Michel Barry (2001: 83-112), Al Qaeda reprodujo a la perfección los métodos de la Komintern -propaganda insistente y simple, vínculos internacionales, células secretas- algo parecido puede estar ocurriendo en Oriente Próximo y Medio con el Daesh, dado sus deseos de saltar a Europa por Túnez, Libia y Marruecos. Y esta lógica es la que han aceptado algunos grupos en Iberoamérica, porque la yihad y la revolución -dado su sentido del tiempo y su universalidad- no entienden de fronteras. Si se añade la capacidad de propaganda y la fuerza mediática de estos grupos, como el clásico Hizbolá tiene en América, en donde intenta sacar partido del nicho del español, esto debería ser bastante para mantenernos alerta.

BIBLIOGRAFÍA

Adegbulu, F. (2013). “Boko Haram: the emergence of a terrorist sect in Nigeria 2009-2013”. *African Identities*. Vol. 11, nº 3, 260-273.

Álvarez-Ossorio, I. (2015). “El enroque autoritario del régimen sirio: de la revuelta popular a la guerra civil”. *Revista CIDOB d’Afers Internacionals*. 109:,157-176.

- Avilés, J. (2012). "Terrorismo anarquista y terrorismo yihadí". Historia y política. N° 27, 227-249.
- Baños, P. (2014). Los medios que más le gustan a los yihadistas. Es-global, 3 de diciembre de 2014. [Fecha de consulta: 20/02/2017] <https://www.esglobal.org/los-medios-que-mas-le-gustan-a-los-yihadistas>
- Barry, M. (2001). "Le detonateur afgan". Politique Internationale. N° 93, 83-112.
- BBC News (2004). France pulls plug on Arab network, 14 December, 2004. [Fecha de consulta: 20/04/2017] <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/4093579.stm>
- Blanco, J. M. (2015). Hezbollá, el Partido de Dios. Documento de investigación del IEEE 01/2015. [Fecha de consulta: 03/04/2017] http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_investig/2015/DIEEEINVo1-2015_Hezbollahx_El_partido_de_Dios_JMBlanco.pdf
- Caro, I. (2002). Fundamentalismos islámicos. Guerra contra Occidente y América Latina. Santiago de Chile: Editorial Sudamericana.
- Cavarero, A. (2009). Horrorismo: nombrando la violencia contemporánea. Barcelona-México: Anthropos-UAM.
- Cesio, P. (2016). El Islam avanza en América Latina. Aleteia, 23 de enero de 2016. [Fecha de consulta: 12/03/2017] <http://es.aleteia.org/2016/01/23/el-islam-avanza-en-america-latina>
- Dairieh, M. (2015). Mi viaje dentro del Estado Islámico, VICE News (2 de julio). [Fecha de consulta: 27/06/2015] <https://news.vice.com/es/article/mi-viaje-dentro-estado-islamico>
- De Arístegui, G. (2004). El islamismo contra el Islam. Barcelona: Ediciones B.
- Domínguez, F. (2011). Las conexiones de ETA en América. Madrid: Debate.
- Dumitrascu, A. (2016). El radicalismo islámico en América Latina. De Hezbolá al Daesh. Documento de Opinión 121, 2016, Instituto Español de Estudios Estratégicos. [Fecha de consulta: 12/03/2017] http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2016/DIEEEO121-2016_Islam_A.Dumitrascu.pdf
- Echeverría, C. (2017). La figura de Al-Andalus y su simbología para el yihadismo. Ciclo Democracia, Radicalismo y Sociedad Civil. Instituto de Seguridad y cultura. Conferencia en Sevilla, 31 de mayo de 2017

- Farías, V. (2010): Heidegger y su herencia. Los neonazis, el neofascismo europeo y el fundamentalismo islámico. Madrid: Tecnos.
- FAS (2011). Muslims in Europe: Promoting Integration and Countering Extremism. Washington: Congressional Research Service. [Fecha de consulta: 12/08/2015]
<http://www.fas.org/sgp/crs/row/RL33166.pdf>
- Juergensmeyer, M. (2001). El terrorismo religioso. Madrid: Siglo XXI.
- Garlan, Y. (2006). La Guerra en la Antigüedad. Madrid: Aldebarán.
- Garvin, N. (2005). "Conversion & Conflict Muslims in Mexico". ISIM Review. Vol. 15, 18-19.
- Giudice, F. (2006). ¿Y si el subcomandante Marcos fuese la encarnación del Mehdi? [Fecha de consulta: 27/02/2017]. http://www.webislam.com/articulos/28404-y_si_el_subcomandante_marcos_fuese_la_encarnacion_del_mehdi.html
- Hoffman, B. y Hoffman, D. K. (1996). "Chronology of International Terrorism 1995". Terrorism and Political Violence. Vol. 8, nº 3, 87-127.
- Lara Klahr, M. (2002). "¿El Islam en Chiapas?: el EZLN y el Movimiento Mundial Murabitun". Revista Académica para el Estudio de las Religiones. Vol 4, 79-91.
- Latinobarómetro (2014). Las religiones en tiempos del Papa Francisco. [Fecha de consulta: 23/04/2017] https://www.liportal.de/fileadmin/user_upload/oeffentlich/Honduras/40_gesellschaft/LAS_RELIGIONES_EN_TIEMPOS_DEL_PAPA_FRANCISCO.pdf
- Manwaring, M. (2009). State and Nonstate Associated Gangs: Credible "MidWives of New Social Orders". Carlisle, PA: Strategic Studies Institute, U.S. Army War College.
- Partner, P. (2002). El dios de las batallas. Madrid: Oberon.
- Patiño, M. (2015). Riesgos, peligros, armas y violencia en la sociedad colombiana a comienzos del siglo XXI. Departamento de Sociología, Universidad Pública de Navarra, UPNA, (tesis doctoral inédita).
- Phares, W. (2006). La futura yihad. Madrid: Gota a Gota.
- Ramírez, Ī. (2003). L' Islam révolutionnaire. Monaco: Editions du Rocher.
- Rapley, J. (2006). "The New Middle Ages". Foreign Affairs, May/June, 93-103.
- Reinares, F. (2014). Auge del terrorismo en Irak y su relación con Siria como escenario común de insurgencia yihadista, Comentario Elcano 21/ 2014. [Fecha de consulta: 1/03/2017]

http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/comentario-reinares-auge-terrorismo-irak-relacion-con-siria-escenario-comun-insurgencia-yihadista

- Rodríguez, M. (2013). Por qué Al-Shabab cautiva a tantos jóvenes extranjeros, BBC Mundo, 25 de septiembre. [Fecha de consulta: 11/03/2017] http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/09/130924_internacional_shabab_reclutas_internet_occidente_mr
- Rodríguez, C. (2016). Terroristas contra terroristas: la lucha de Hamas y Hezbollah contra el estado islámico en el ciberespacio. Documento de Opinión del IEEE 37/2016. [Fecha de consulta: 30/03/2017] http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2016/DIEEEO37-2016_Terroristas_contra_terroristas_Hamas_hezbollah_ClaraRguez.pdf
- Salas, A. (2010). El Palestino. Madrid: Planeta.
- Saloz, J. C. (2016). Los ejércitos quieren “robar” a los mejores gamers para ser pilotos de drones. Playgroundmagnet, 14 de diciembre de 2016. [Fecha de consulta: 20/02/2017] http://www.playgroundmag.net/futuro/gamers-hoy-militares-mana_o_1882011812.html
- UNESCO (2016). Efareport, Informe de seguimiento de la EPT. [Fecha de consulta: 04/05/2017] <http://en.unesco.org/gem-report/node/888>
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2015). World Population Prospects: The 2015 Revision. [Fecha de consulta: 12/06/2016] <https://esa.un.org/unpd/wpp>
- Univisión Noticias (2008). “La alianza nazi-islámica y sus 10 claves”. [Fecha de consulta: 19/03/2012] <http://foro.univision.com/t5/Noticias-y-Pol%C3%ADtica-en-Estados-Unidos/La-Alianza-NAZI-IS-LAMICA-y-sus-10-claves/td-p/293225542#axzz1pYJmOkgf>
- USDoS, United States Department of State (2015). Country Reports on Terrorism 2015. [Fecha de consulta: 22/06/2016] <https://www.state.gov/j/ct/rls/crt/2015>
- Verstrynge, J. (2005). La guerra periférica y el Islam revolucionario. Barcelona: El Viejo Topo.
- Williams, P. (2008). From the New Middle Ages to a New Dark Age: The Decline of the State and U.S. Strategy. Carlisle, PA: Strategic Studies Institute, U.S. Army War College.

CAPÍTULO VII

EL DISCURSO DE ODIOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RUSOS Y ESPAÑOLES (BASADO EN LOS TEXTOS SOBRE RELACIONES INTERNACIONALES)

Anna Saha

Universidad Federal de Siberia

Los medios juegan un papel importante en la formación de opinión sobre diferentes temas de actualidad. Los medios son un factor significativo para el mantenimiento de la estabilidad en las relaciones internacionales. Pero, sin embargo, pueden jugar un papel potencialmente negativo.

El tema de los conflictos entre diferentes grupos étnicos en los medios siempre ha sido uno de los temas más populares. Publicaciones, que se ocupan de los problemas de las relaciones internacionales, se perciben por el público como más importantes y atractivas.

La relevancia de este estudio se debe, en primer lugar, a la situación socio-política en el mundo que se ha agravado en los últimos tres años; el problema del conflicto étnico se ha convertido en el centro de los medios en países diferentes. Los medios en esta situación actúan como uno de los instrumentos de política exterior en la lucha y la presencia en textos de expresiones de odio confirma plenamente este hecho.

El fenómeno de las expresiones de odio en los medios (y, en particular, su presencia en los textos de relaciones internacionales) se encuentra actualmente bajo escrutinio, ya que este tema se discute con regularidad en el curso de conferencias científicas, se dedicaron seminarios, y tiene lugar control de las expresiones de odio en los textos de medios electrónicos. Apareciendo en artículos científicos y periodísticos sobre este tema.

El objeto de este estudio es el discurso de odio, los textos de las relaciones interétnicas en los medios electrónicos de Rusia y España, especialmente su funcionamiento y características lingüísticas.

El objetivo de este estudio es característicamente complejo la comparación del discurso de odio en los medios rusos y español.

Según el opinión de la mayoría de los investigadores, los medios de comunicación juegan un papel importante en la formación de opinión sobre diferentes temas de actualidad. También los medios de comunicación son un factor significativo para el mantenimiento de la estabilidad en las relaciones internacionales: "Dependiente de la forma (tolerante o conflicto) de cómo

los medios de comunicación presentan artículos sobre inmigrantes, a menudo dependen no sólo de las actitudes y percepciones de la gente, también las relaciones interétnicas, la paz interétnica y la tranquilidad en la región o el país" [Malkova, 2007: 5].

Por lo tanto, los medios de comunicación modernos a menudo se convierten en uno de los factores determinantes en la formación de la opinión pública, así como los puntos de vista y opiniones de los miembros individuales de la audiencia. "El lenguaje es capaz de cambiar la imagen del mundo, cambiar la personalidad, y así influir en la vida pública. Ya no se limita a transmitir información, y le da una valoración positiva o negativa" [Zhang, 2015: 83]. Todo esto fue dando lugar al fenómeno que llamamos discurso de odio.

Por el discurso de odio, entendemos, en primer lugar, la intolerancia lingüísticamente expresada. Este fenómeno tiene dos componentes de contenido obligatorios: valor negativo de la expresión y su dirección obligatoria. Hay que tener en cuenta que los signos que realizan discriminación verbal, que contribuye a la incitación al odio, son intermitentes (raza, sexo, edad, origen étnico, discapacidad, compromiso religioso, orientación sexual, etc.). A menudo, en los textos de periodismo que contienen expresiones de odio, se puede encontrar una combinación de varias características discriminatorias.

Por el momento, existen diferentes enfoques para la definición de "discurso de odio" y, en consecuencia, sus diferentes interpretaciones. En el presente estudio el autor ha derivado su propia definición de trabajo de las expresiones de odio:

El discurso del odio es la comunicación basada en el prejuicio y la discriminación, cuya finalidad es la expresión de la intolerancia hacia grupos étnicos, nacionales, religiosos y otros, que se realiza a través del uso de recursos lingüísticos.

El discurso del odio es un fenómeno complejo, que puede ser incorporado en los textos de periodismo en diferentes formas y con diferentes grados de intensidad. La más completa, en nuestra opinión, la clasificación de las expresiones de odio en los textos de los medios fue desarrollada por la investigadora rusa Galina Kozhevnikova [Kozhevnikova 2007: 12-14]. Según esta clasificación, el discurso del odio, cuyo objeto son grupos étnicos y religiosos, incluye 17 posiciones, los cuales, a su vez, pueden dividirse en tres grandes categorías - en relación al grado de violencia (de peligro público): las expresiones de odio suaves, medias y duras.

Sobre la base de la clasificación el autor de este estudio llevó a cabo el análisis de noticias de los medios de comunicación rusos y españoles (en el Territorio de Krasnoyarsk y Andalucía), publicadas en el período de 2015 al

marzo de 2017, que contenía alguna mención de las personas que pertenecen a diferentes nacionalidades o grupo étnico, así como migrantes. Cualquier caso detectado de la utilización de mensajes de odio en el texto se clasificaron por el grado de intensidad.

Los resultados del estudio son decepcionantes: casi la mitad de los textos examinados contienen las expresiones de odio suaves – en los medios de comunicación tanto rusos como españoles - que muestra un cierto clima social desfavorable que se ha desarrollado hasta hoy en esos países. Ejemplos del discurso de odio duro y medio en los textos estudiados son extremadamente raros. La tendencia general de la cobertura de las cuestiones étnicas en los medios causa ansiedad.

Consideremos los ejemplos analizados más detallado.

El análisis de periodismo identificó el objetivo importante del discurso de odio. En los medios de comunicación de Krasnoyarsk en primer lugar son "chinos", "procedentes de Asia Central" y un grupo generalizado de "inmigrantes". Con respecto a los medios de comunicación españoles, el objeto del discurso de odio más a menudo es "refugiados", "inmigrantes" y "musulmanes" (debido a la migración masiva de refugiados en Europa y numerosos ataques terroristas que se han producido en los últimos dos años).

Una gran parte de los textos periodísticos que llevan la información sobre posibles objetivos del discurso de odio, son materiales que reflejan las actividades actuales de los servicios de inmigración. Este tema ha sido el objeto de mucha atención tanto como en los medios de comunicación rusos como en los españoles. Sin embargo, muchas de estas noticias que son formalmente neutras, se puede atribuir a noticias bastante dudosas. Por ejemplo, el portal de noticias rusa 1Line está publicado bajo el título: *"Se hicieron pruebas de enfermedades peligrosas a inmigrantes de Krasnoyarsk"*. El artículo se trata de un procedimiento común de un examen médico, que son necesarios para todos los extranjeros que reciben permiso para trabajar en Rusia. Sin embargo, el título del periodista está diseñado de tal manera que el lector no puede evitar no imaginar una imagen negativa de los inmigrantes, que pueden ser los portadores de una "enfermedad peligrosa".

Otra expresión indirecta de las expresiones de odio se puede llamar estadísticas, que aparecen regularmente en los medios de comunicación online. Por ejemplo, la noticia publicada en varios medios españoles: *"El número de musulmanes que viven en España se acerca a los dos millones y el 42% ya tiene la nacionalidad Española»*. El material, de hecho, consiste en frías estadísticas, lo que ilustra la dinámica de aceleración del crecimiento de la población musulmana, pero la naturaleza de su contenido indica al lector a una amenaza potencial de los medios de otra religión.

Al mismo tiempo, los periodistas a menudo usan "tentaciones estadísticas", es también un signo de expresiones de odio en el texto, según G. Kozhevnikova. Por ejemplo, la noticia de la agencia en línea de Krasnoyarsk "News-Lab": *"Más de 100 inmigrantes han llegado a la región de Krasnoyarsk con el VIH y la tuberculosis"*. El autor dice el número de inmigrantes que eran portadores de virus peligrosos, pero no dice nada sobre el número total de inmigrantes que han llegado a la región, y nada sobre cuando llegaron los 100 inmigrantes. Es posible que 100 personas - es sólo un pequeño porcentaje del número total de inmigrantes. Por lo tanto, conscientemente o no, los periodistas introducen al espectador la confusión acerca de la magnitud del problema.

Es importante tener en cuenta el uso de vocabulario expresivo, estilísticamente simplista, que tiene una evaluación negativa, que a menudo está utilizado por los periodistas rusos y españoles al escribir materiales sobre los extranjeros:

- *"En Jakasia los inmigrantes se sacaban incluso en los canales de riego";*
- *"En los invernaderos de Krasnoyarsk encontraron inmigrantes ilegales";*
- *"En un año en el Territorio de Krasnoyarsk fueron pateados 722 migrantes ilegales";*
- *"Con la importación masiva de extranjeros de distintas razas y culturas";*
- *"No hay ningún problema con un puñado de extranjeros en cada país";*

Tales expresiones, por supuesto, provocan las asociaciones negativas del público hacia los migrantes, como "se sacaban", "se encontraron en invernaderos", o "importan" en el país – como un objeto inanimado. Así se muestra la deshumanización de los miembros de determinados grupos étnicos o sociales – parece que los medios de comunicación los priva de su condición humana.

Menos comunes en los textos estudiados se encuentran los ejemplos de expresiones de odio más explícitos, donde las referencias al grupo étnico o religioso se lleva a cabo en un contexto despectivo o insultante:

- *"¿ En la Oficina añadieron que han multado a los hortelanos ilegales chinos con 28 mil rublos";*
- *"En este sentido, es difícil hablar sobre una "chinalización" rampante de Krasnoyarsk";*
- *"Los inmigrantes siembran el caos en muchas ciudades ante la cobardía de Francia"*.

Una de las tendencias más notable de los medios de comunicación analizados es la criminalización de los grupos étnicos. La crónica criminal, el informe de emergencias, en el que, de una manera u otra, aparece "extranjero", contiene preferentemente una referencia a este hecho. Cabe señalar si el representante de otra nacionalidad comitió un delito, para llamarlo usan etnónimos casi siempre en el título:

- *"La policía de narcóticos de Krasnoyarsk atrapó a otra gitana con heroína";*
- *"La policía de Krasnoyarsk está buscando a un caucásico, que ha golpeado a una conductora por su comportamiento en el carril "incorrecto";*
- *"Detenido un marroquí que asestó varias puñaladas a su víctima para robarle la cartera";*
- *"Un grupo de gitanos acribilla a balas a dos hermanos magrebíes en Granada".*

Sin embargo, una indicación a la identidad nacional, por regla general, no representa un componente informativo significativo, porque cuando los periodistas escriben sobre delitos parecidos o violaciones por los rusos o españoles, no se especifican su nacionalidad. Por lo tanto, según la lógica de los periodistas, la nacionalidad tiene valor informativo solamente en las noticias, en las cuales los delincuentes son "extranjeros" para indicar acerca de los peligros de todos los grupos étnicos e incluso indirectamente puede explicar la causa de la conducta criminal de este hombre en función de una u otra nacionalidad.

Por tanto, podemos concluir que los textos periodísticos en los medios de comunicación online de España y Rusia las expresiones de odio (la mayoría es en forma leve) aparecen en la misma medida. Los medios de comunicación en ambos países muestran tendencias similares en la cobertura de la información relativa a los miembros de otros grupos étnicos. A pesar del hecho de que el objetivo del discurso de odio de los periodistas rusos y españoles difiere un poco, las técnicas y métodos de formación de imágenes del enemigo son similares o idénticos.

BIBLIOGRAFÍA

- Evstáfeva, A.V., 2009. «El discurso de odio» en los medios de comunicación: los factores de funcionamiento lingüísticas y extralingüísticas. Tambov. 26 p.
- Kozhevnikova, G.V., 2007. «El discurso de odio despues de Condopoga». En: El discurso de odio contra la sociedad. Moscú: «Sová». P. 10–71.
- Malkova, K.V., 2007. No se permite la incitación de la discordia internacional. Moscú: Academia. 243 p.
- Polikanova, T.V., 2007. El suministro informativo de optimización de las relaciones internacionales en Rusia. Moscú. 166 p.
- Chzhan, U., 2015. «La manifestación de la agresión en los medios de comunicación a principios de siglo XXI». El boletín de la La Universidad Rusa de la Amistad de los Pueblos. La serie: las cuestiones de la educación: los idiomas y la especialidad. № 4. P. 81–85.

CAPÍTULO VIII

A REPRESENTAÇÃO DA COMIDA E DA BEBIDA ALCOÓLICA NA SÉRIE JUSTIÇA: EFEITOS E SENTIDOS EM UMA SÉRIE DA TELEVISÃO BRASILEIRA

MELISSA DE A.CABRAL

Rio de Janeiro

Resumo

Este projeto de pesquisa objetiva, por meio de um estudo de caso, refletir sobre as relações entre comunicação e consumo, tomando como referência o conceito de texto visual. A partir desse conceito, procura-se analisar a pertinência teórica desse enfoque, tendo em vista o que espera a sociedade midiática na representação da bebida alcoólica em uma série de televisão brasileira. Por meio de uma observação crítica do *corpus* da pesquisa, formado por fonte audiovisual, a série da Rede Globo *Justiça*, o trabalho tem como linha entender como é inserida na trama e na concepção de estrutura de personagem a bebida alcoólica.

Palavras-chave: cinema, série de televisão, representações de consumo, texto visual, bebida alcoólica.

1. Contextualização

É de certa forma lugar comum afirmar que o desenvolvimento dos sistemas de comunicação transforma radicalmente a vida do homem contemporâneo nas relações de trabalho, de sociabilização e de lazer. Realçaram-se, por isso, os meios midiáticos como constante objeto dos estudos não somente no campo da comunicação, mas também no âmbito de outras ciências humanas, como a sociologia, a antropologia, a educação e a psicologia. Isso porque eles comportam uma outra dimensão da realidade que implica, portanto, novas formas de perceber e pensar o real.

O discurso midiático “batiza produtos e serviços, tornando-os conhecidos e próximos, atribuindo os significados essenciais que eles vão possuir em nossas vidas” (ROCHA, 1995). O consumo de bens materiais é sempre dotado de significados simbólicos, representando valores de uma determinada cultura que vêm transformar o produto em forma constituidora de identidade, tanto de quem enuncia quanto de quem recebe o enunciado (BACCEGA, 2015). Segundo Jesús Martín-Barbero, o consumo se configura como produtor de sentidos, não se restringindo à posse de objetos, pois

contempla os “usos que lhes dão forma social e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação provenientes de diversas competências culturais” (2003, p. 302).

De acordo com o teórico da comunicação Muniz Sodré, com a sociedade mediatizada, “as instituições, as práticas sociais e culturais articulam-se diretamente com os meios de comunicação, de tal maneira que a mídia se torna progressivamente o lugar por excelência da produção social do sentido, modificando a ontologia tradicional dos fatos sociais” (2010, p. 28).

O sistema moderno de comunicação, baseado na transmissão oral ou na transmissão escrita, apresenta as informações ao receptor tendo como principal recurso a palavra (o livro é um exemplo). Mas, com a entrada das tecnologias do som e da imagem, que, então, passam a constituir o campo do audiovisual, ocorre outra forma de representação em que está inserido outro espaço e outro tempo social, que podemos chamar de uma cultura de simulação.

Nesse campo, Jean Baudrillard apresenta a realidade como sendo composta de simulacros, em que as imagens não têm exatamente “relação com qualquer realidade: ela é o seu próprio simulacro puro” (1991, p. 13).

“Seriam estes os estados sucessivos da imagem:

- ela é o reflexo de uma realidade profunda
- ela mascara a ausência de uma realidade
- ela não tem relação com qualquer realidade
- ela é o seu próprio simulacro puro”

(BAUDRILLARD, 1981, P.13).

Considerando que o espaço social mediatizado produz o seu próprio discurso sobre o mundo, em relação aos meios midiáticos, é possível afirmar que estamos vivendo um momento marcadamente audiovisual, seja com a internet – Youtube e Snapchat são exemplos –, seja com o cinema e a televisão, que têm na indústria audiovisual um dos seus principais suportes de produção e organização de conteúdo.

Ora, nesse contexto de imagens audiovisuais, ingerir bebidas alcoólicas é um ato mostrado com regularidade nos filmes e séries de televisão, seja como pano de fundo de uma cena – figurantes em um bar tomando cerveja –, seja quando consumidos pelos personagens principais enquanto os conflitos da trama desenvolvem-se.

As bebidas alcoólicas têm uma história própria, como produto, e observar seu consumo no espaço midiático é reconhecer como se dá o conhecimento e os usos de seus significados em diversos momentos dessas histórias ao longo do tempo. O cigarro no cinema é um caso emblemático. Glamorizado

entre os anos 1930 e 1960, sofreu, posteriormente, um declínio como objeto de associação com a ideia de sucesso, culminando com o momento atual, em que só os vilões (quando bem feios) se valem do tabaco.

Hoje, talvez o álcool possa aparecer como algo que simboliza o sucesso ou uma certa sofisticação de estilo de vida. É possível que alguns espectadores sejam envolvidos emocionalmente com as vidas dos personagens, e, dessa forma, quanto mais admiração pelo personagem mais eles tomam essa rotina ficcional exibida como um modelo real de vida ou uma realidade idealizada de vida. O consumo, nesse caso, poderia ser visto como uma espécie de ritual em que os personagens agiriam sobre si mesmos e sobre o mundo por meio daquilo que se bebe, se levarmos em conta que as mercadorias já estariam dotadas de uma personalidade que poderia, supostamente, ser transferida para o consumidor (ROCHA, 2010).

A partir desse ponto de partida para a reflexão, este estudo de caso toma como premissa o fato de que a mídia, em suas representações, estrutura percepções, organizando significados em relação ao que consumimos.

É ao considerar que a TV não é mero meio de transmissão de significados, mas, sobretudo plataforma construtora dessas personalidades dos produtos, que os modos como os diálogos, enunciados, processos de significações, imagens, sons, entre outros elementos, são colocados para o receptor de maneira a produzir um determinado sentido.

A forma como nos alimentamos é um processo cultural permeado de significações. O caso apresentado justifica-se, em primeiro lugar, pela capacidade que o tema “consumo de bebida alcoólica” tem em gerar informações que levam a refletir sobre questões fundamentais da antropologia e da comunicação, tais como a relação dos alimentos com a cultura de um país. Isso porque a forma como o homem consome os alimentos implica um valor simbólico. A comida e a bebida se revelam como uma forma de pensar relações e em como o homem se insere no mundo. Segundo Claude Lévi-Strauss (1979), a culinária pode ser considerada como um elo de passagem entre o natural e o cultural, uma vez que é por meio da culinária que a natureza é transformada em cultura.

Néstor García Canclini afirma que “a cultura abarca o conjunto dos processos sociais de significação, ou, de um modo mais complexo, a cultura abarca o conjunto de processos sociais de produção, circulação e consumo da significação na vida social” (CANCLINI, 2003, p. 34). De fato, a cultura se apresenta como processos sociais que se materializam em níveis e classificações diversos com os quais efetivamente entramos em contato. A forma como nos alimentamos é um processo cultural permeado de significações.

Já sobre o espaço televisivo, ele detém singularidades como meio de expressão, seguindo regras técnicas do próprio meio. As histórias e os enredos de uma telenovela brasileira, por exemplo, que envolvem o telespectador -

durante uma média de seis meses, quase diariamente -, estão inseridos em uma ordem de significação que atrai o público para uma forma cotidiana do imaginário. Ao acompanhar uma novela, pode-se absorver o dia-dia de núcleos de pessoas e famílias, como se eles estivessem muito próximas de quem os assiste. É visto o café da manhã, o almoço, o jantar, as festas, entre outros hábitos de alimentação típicos da rotina.

Além disso, toda e qualquer novela está vinculada a uma ideologia moral. Ela não é livre e solta, está sujeita às regras do processo social vigente, bem como à moral familiar. Assim, não pode ainda no Brasil, por exemplo, haver relações incestuosas na televisão. Na ordem da telenovela não pode existir tal transgressão. A novela *Mandala*¹³⁴ ilustra o fato: na trama livremente inspirada na tragédia grega *Édipo Rei*, o incesto entre a mãe e o filho não pode ser realizado, eles se apaixonam, mas não puderam se beijar, os personagens estavam impedidos de levar à tela a história de amor até o fim, em razão de um código moral da televisão.

A produção seriada brasileira, assim como as telenovelas, não somente está sob uma ordem moral, como ela tem funções claras, finalidades objetivas, como as de persuasão, trazer emoção, fazer rir e chorar, de forma a constituir uma vasta audiência. Tais objetivos são possíveis de serem realizados por recursos da execução técnica da produção, como a qualidade do texto de um bom autor, a excelência da equipe envolvida e o aparato tecnológico, entre outros elementos. Essas finalidades todas têm conjuntamente a meta de atrair sempre o maior público possível, considerando os segmentos de públicos desejados, visando garantir a inserção publicitária dentro de sua grade do modo mais vantajoso. Ou seja, a televisão tem uma finalidade em si mesma

Isto só é possível quando se obtém uma determinada fidelidade em relação àquilo que se quer mostrar ou que se quer falar, considerando desde um fato histórico até uma simples história de cunho familiar.

Nesse sentido, essa reflexão trata da possibilidade de representação da realidade. A respeito disso, Bill Nichols ressalta:

“Podemos acreditar nas verdades das ficções, assim como nas das não ficções: *Um corpo que cai* (Alfred Hitchcock, 1958) pode nos ensinar tanto sobre natureza da obsessão quanto *The plow that broke the plains* (Pare Lorentz, 1936) sobre a conservação do solo” (NICHOLS, 2010, p.27).

134 Escrita por Dias Gomes, foi produzida e exibida pela Rede Globo em 1988.

Mas a ficção não tem obrigações exatas com o real, já que não precisa comprová-lo. No entanto, se apropria de elementos dele para inseri-los em seu mundo imaginário.

“Não se pode considerar que a ficção comprove um acontecimento do nosso mundo real: ela pode compreendê-lo, interpretá-lo, representá-lo, mas nunca servir de prova para a existência dele, como fingem acreditar todos aqueles (jornalistas, professores ou diretores) que, para ilustrar um evento histórico, acreditam ser possível revivê-los através de filmes de ficção”(JOST, 2005, p.85).

Ora, é intenção aqui perceber como este bem simbólico, a produção audiovisual ficcional, reelabora a partir do cotidiano das pessoas (personagens) o objeto de consumo. A imagem, a trilha sonora, a cenografia e o roteiro da teledramaturgia transpassam pela lógica de um sistema de cultura que busca por dar novos significados ao consumo, que se estabelece como parte integrante de tal sistema, no âmbito de uma relação indissociável.

A noção de bem simbólico será aqui tomada no sentido que Bourdieu (1989) emprega o termo, a de um determinado tipo de bem, relativo a uma esfera da produção não imediatamente econômica, política ou religiosa e que constitui um domínio de campo relativamente autônomo e, neste estudo, refere-se à especificidade da indústria cultural.

Muitas pesquisas têm sido realizadas no sentido de investigar os efeitos da mídia em comportamentos, como os da publicidade nas crianças, ou a relação entre mídia e violência (Elizabeth Perse e Aktas Arnas). Ocorre também de muitos estudos serem realizados em centros de pesquisas médicas¹³⁵ do mundo sob uma ótica da psiquiatria no que diz respeito à representação do álcool.

Já no campo do cinema, passada a época da glamorização tabagista, quando inúmeros estudos foram feitos sobre os efeitos da representação do cigarro

135 Ao consultar sites como <http://pediatrics.aappublications.org>, é possível encontrar inúmeros estudos médicos sobre o assunto: “Exposure To Electronic Cigarette Television Advertisements Among Youth And Young Adults” (Jennifer C. Duke, Youn O. Lee, Annice E. Kim, Kimberly A. Watson, Kristin Y. Arnold, James M. Nonnemaker e Lauren Porter); “Why is it so hard to believe that media influence children and adolescents? (Victor C. Strasburger, Ed Donnerstein e Brad J. Bushman) e “Violent film characters’ portrayal of alcohol, sex, and tobacco-related behaviors” (Amy Bleakley, Daniel Romer, Patrick E. Jamieson).

no cinema,¹³⁶ poucas pesquisas têm sido empreendidas no sentido de investigar os efeitos da representação do álcool em filmes.

No Brasil, o tema continua sendo pouco explorado, ainda que o item alimentação tenha despertado algum interesse de pesquisadores, mais especificamente no âmbito da gastronomia¹³⁷ (ou culinária), em que ganhou centralidade nas narrativas midiáticas, por meio do aumento do número de *reality shows* sobre o assunto.

2. Objeto de estudo: Justiça

Sucesso de crítica e público, Justiça, produzida e exibida pela Rede Globo, a maior emissora e produtora de conteúdo do Brasil, arrebatou altos índices de audiência¹³⁸ no mercado brasileiro de TV aberta. Exibida no período de 22 de agosto e 23 de setembro de 2016, a série chamou atenção por algumas inovações. Traição, desejo de vingança e redenção são alguns dos temas das tramas da série.

O roteiro da novata Manuela Dias apresentou uma estrutura dramática diferenciada, em que personagens e histórias são desenvolvidas de forma separada para depois convergirem para uma única trama, algo que poderia ser considerado como um produto difícil para o público diversificado – várias segmentos de classe social e faixa etária – de uma faixa de 20 a 30 pontos de audiência em televisão aberta.

Mas, o fato é que o público embarcou em uma trama das mais complexas, entre as exibidas nos últimos anos no Brasil, e também arrancou elogios da crítica especializada. Segundo o jornalista e crítico de televisão, Silas Martí, do jornal Folha de São Paulo, a série “arrebata com narrativa ousada e enquadramentos sutis”¹³⁹, diz ele:

136 São exemplos de dissertações de mestrado e de teses de doutorado, respectivamente, “An examination of the influence of movies with smoking scenes on young adults’ attitude and risk perception toward smoking” (South China University of Technology, 2010), de Zhou Fang, ou “Tobacco and alcohol in films and on television” (University of Nottingham, 2012), de Ailsa Lyons.

137 Teses como “Gastronomia, culinária e mídia: estudos dos ambientes midiáticos e das linguagens da comida e da cozinha” (PUC-SP, 2013), de Helena Maria Afonso Jacob, ou “O papel dos chefs celebridades na construção do espetáculo da alimentação: análise discursiva das revistas de gastronomia de luxo” (PUC-SP, 2013), de José Luiz Aida Prado, são alguns exemplos de como o tema vem sendo explorado no desenvolvimento de estudos de doutorado.

138 Segundo dados do Ibope, a série atingiu uma média de 27 pontos, o que representou cerca de 25% a mais do que a média dos dois meses antecedentes à estreia de Justiça.

¹³⁹ Site do Folha de São Paulo, acessado em junho de 2017.

“Não é nova a ideia de criar tramas paralelas com personagens que se cruzam. Mas Justiça chama a atenção pela arquitetura narrativa, um balé intrincado e cenas vistas e revistas de ângulos distintos a cada episódio, sempre acrescentando uma camada insuspeitada à trama”.

Uma estrutura de roteiro que pode ser comum no cinema – Crash, de Paul Haggis, e Babel, de Alejandro G. Iñárritu, são exemplos famosos de referências deste tipo de narrativa –, mas pouco vista na teledramaturgia brasileira.

Além disso, ao contrário da maioria das produções ficcionais da TV aberta no país, que são filmadas no eixo Rio de Janeiro – São Paulo, Justiça se passa na Região Nordeste, na cidade de Recife (PE).

Também chama atenção a quantidade de cenas externas, demonstrando o investimento financeiro da produção, visando aventurar-se fora dos estúdios das telenovelas da emissora e garantindo assim uma estética mais apurada, cinematográfica.

Apesar das tramas convergirem para uma mesma história, a sinopse de Justiça poderia facilmente ter sua estrutura narrativa dividida nos seguintes quatro núcleos:

Núcleo 1:

História de Elisa que assiste o namorado da filha a matar dentro de sua própria casa. Ela espera sete anos por ele sair da prisão para matá-lo, mas acaba se aproximando dele mais do que esperava e assim distanciando-se do seu plano de vingança.

Núcleo 2

História de Fátima, empregada doméstica que matou o cachorro do vizinho, o policial Douglas, porque ele atacou seu filho, Jesus. Como vingança, Douglas e sua companheira Kellen armam uma cilada para Fátima que acaba presa por tráfico de drogas. Após sete anos ela é solta, mas sua vida e família estão destruídas.

Núcleo 3

História de Rose e Débora, melhores amigas, que foram criadas juntas. Rose, logo após passar no vestibular de jornalismo, é presa por sete anos por porte de drogas. Já a história de Débora, é procurar justiça ao tentar encontrar o homem que a violentou barbaramente.

Núcleo 4

Nesta trama, Beatriz, bailarina e mulher de Maurício, é atropelada por Antenor, político corrupto, que foge sem prestar ajuda. Ela fica tetraplégica e convence o marido a matá-la. Maurício é preso por sete anos e quando livre quer se vingar de Antenor.

3. Objetivo

Um vasto número de pesquisas se debruçaram em investigar os efeitos da televisão – conteúdo dos programas e anúncios veiculados nos intervalos -, tais (Aktas Arnas e Elizabeth Perse são exemplos). Mas, o estudo aqui apresentado não está interessado naquilo que toca os efeitos da exposição das imagens no telespectador.

Este estudo circunscreve-se à análise de representação da bebida alcoólica em uma série de televisão brasileira. O objetivo geral é investigar a representação midiática da bebida alcoólica em uma série de sucesso, visando analisar as representações deste tipo de consumo em relação aos comportamentos dos personagens observados, considerando-se um entendimento sobre construção dessa moldagem de percepções e significações.

Trata-se aqui de um enfoque que se desvia da questão de mensurar os efeitos no público e daquela suscitada pela inserção da bebida alcoólica como um *leitmotiv* da trama e do conteúdo, detendo-se somente nas formas de representação.

A ideia é verificar o grau de importância da bebida alcoólica na trama, se esta é colocada como formadora de identidade do personagem, como se posiciona como elemento de composição de cena e a que tipos de personagens está associada.

4. Referencial teórico e metodologia

Na fundamentação teórica que serviu de alicerce para o desenvolvimento da pesquisa, aplicou-se o conceito de texto visual desenvolvido por Gonzalo Abril,¹⁴⁰ considerando dois princípios teóricos: o de que sempre há sujeitos de discursos que interagem e o de que tais interações se inscrevem em práticas sociodiscursivas (2012).

Gonzalo trabalha com a ideia de textos visuais e não de imagens. Em geral, quando pensamos em um estudo sobre imagem, deduzimos que o objeto é a imagem visual e não as imagens vinculadas a outras experiências sensoriais, como as sonoras, de tato e de olfato, por exemplo. O estudo de caso vai justamente em direção a uma visão mais ampla da expressão “imagem”.

Segundo ele, o “texto não tem, como às vezes se acredita, uma espécie de débito originário com o texto literário” (2012, p. 46). O *texto* designaria, então, qualquer unidade de comunicação sustentada por uma prática discursiva em uma rede textual que pode ou não congrega elementos verbais.

¹⁴⁰ Reconhecido teórico da comunicação espanhol, é professor emérito da Universidade Complutense de Madrid.

Ao considerar o conceito de visualidade como não equivalente ao de visão, mas ao de visão socializada – em que a relação visual entre sujeito e mundo está mediada por um conjunto de discursos de redes de significantes, de interesses, de desejos e de relações sociais –, Gonzalo aborda três dimensões do texto e da cultura visual, as quais se pretende utilizar como diretrizes interdependentes no tratamento da análise e organização dos dados coletados. São elas: (1) a *visualidade*, que seriam as qualidades sensíveis, variadas, perceptivas; (2) a *enunciação*, que seriam os sujeitos, espaços e tempo do discurso; e (3) a *imagem*, que seria a representação icônica e iconográfica.

Outro aspecto que Gonzalo Abril traz na sua análise sobre o “visual” é que as imagens visuais não se esgotam naquilo que é visível, mas elas carregam também traços do invisível, marcas do visível reprimido, o pressuposto ou postergado. Desse modo, aquilo que não é visto vai estar relacionado com o que se vê: o que ele chama de “aquilo que vemos sem ver” e que interage, portanto, com o sentido do que se vê. Tal porque o visual está relacionado com o que não se vê, mas que se deseja ver, assim como com o que se sabe e acredita, ainda que não se veja. No cinema e na televisão, o *ver* significa ver mais do que se vê, por exemplo, já que é possível reconhecer a possibilidade em um enunciado além da percepção visual. Rocha escreve sobre isso:

“Os elementos usualmente alocados no indivíduo, como as emoções, acabam exteriorizados em signos do universo relacional. Assim, o amor, por exemplo, na telenovela é codificado através de uma música tema que faz com que ele possa acontecer no casal, a música funciona como expressão obrigatória de sentimento”(ROCHA, 1995, p.171).

Logo, a maior contribuição da noção de texto visual quando aplicado à série televisiva é a de observar, em toda a sua abrangência, como são desenvolvidas as formas narrativas audiovisuais sobre a bebida alcoólica, em suas diversas categorias de alimentos e bebida, considerando questões mercadológicas, e como são estruturadas e negociadas tais representações ao longo de um determinado tempo.

Em termos de análise de dados, os discursos e os dispositivos técnicos, bem como os dramaturgicos, foram analisados com o foco na bebida alcoólica. Palavras, gestos, sinais foram acolhidos como informação e se colocaram como suscetíveis a avaliações quantitativas.

5. Análise

A partir da análise de cada episódio foi estabelecido um sistema de referências - regras, esquemas interpretativos - que possibilitou a atribuição de sentido a uma ocorrência ou situação qualquer, de modo a organizar a experiência social (conforme tabelas abaixo).

No âmbito desse sistema, foram coletadas as cenas e os dados de cada episódio e o resultado foram inseridos em uma planilha de *excell*. Uma descrição simples de estatística foi usada, com percentuais, visando contabilizar o tempo total de aparição de algum tipo de bebida alcoólica por episódio, bem como sua contextualização.

A análise dos dados observados durante os 20 episódios de Justiça foram organizados de acordo com as seguintes linhas classificatórias:

Frequência de aparição de algum tipo de bebida;

Formas de consumo: ingestão, quando o personagem bebe efetivamente, e implícito, quando ele segura o copo mas não bebe ou a bebida está apenas compondo a cena;

Tipos de bebidas (whisky, cerveja, vinho e champagne);

Os eventos que contextualizam as cenas onde as bebidas aparecem;

O estado emocional dos personagens durante a ingestão de bebida alcoólica; e

Em que aspectos a bebida ajudava a compor a estrutura de personalidade do personagem ou está apenas servindo à composição da cena, neste caso não houve análise quantitativa dos dados, mas qualitativa, observando o desenvolvimento da estrutura de personagem durante a trama e suas relações com a bebida.

O uso da bebida alcoólica na dramaturgia de série está associado a cenas onde há celebração, sexualidade, vulgaridade, tensão e conflitos com violência. Mas, não há nenhuma evidência dele associado à ideia de comportamento de personagens mais atrativos, bem sucedidos, profissionalmente ou emocionalmente. Em outras palavras, nota-se que a bebida alcoólica não representa um elemento potencializador da ocorrência de uma situação positiva. Ao contrário, ela está associada, exceto no que se refere às cenas de celebração, como algo que motiva o personagem a perder o equilíbrio de suas emoções negativamente (ciúme, briga, discussão e exposição vulgar do corpo). Um exemplo claro disso é o momento da trama quando Elisa acaba por ter sexo com Vicente, que é o assassino de sua própria filha, depois de ingerir bebida alcoólica. Vale ressaltar aqui que a dramaturgia bem construída da série dá conta deste acontecimento: ele era namorado da filha dela, ela o conhecia e gostava dele, além do fato de ter-se criado um elo entre eles, permeado pela dor da morte.

Dos 20 episódios de Justiça, 17 contam com uma cena de bebida, ou seja, 85 do total do tempo de exibição. No entanto, cabe ressaltar que existe uma locação fixa de cena que é um bar (o Snack Bar, local de prostituição). Desta forma, a aparição da bebida alcoólica muitas vezes está inserida como elemento de cena.

Além disso, o consumo de álcool não é percebido como algo natural no cotidiano dos personagens, sendo sempre associado a eventos festivos, celebratórios ou de brigas, onde o estado emocional é de alegria, tensão e paixão.

Desse modo, o consumo não é formador de personalidade de personagem, à exceção do personagem Vânia (interpretado por Drica Moraes) que é alcoólatra e faz uso sistemático da bebida, sendo todo o seu comportamento moldado pela ingestão de bebida alcoólica.

Há apenas dois registros de alusão verbal ao consumo de álcool, que considerando tal inexpressividade quantitativa, ao longo das cerca 20 horas da série, não foram considerados nas tabelas a seguir.

Tabela 1. Porcentagem de tempo de inserção de bebida alcoólica por episódios e forma de representação do seu uso.

Episódios	Percentual de tempo de inserção de bebida alcoólica nas cenas	Ingestão	Uso implícito
Episódio 1	64%	42.9%	21.1%
Episódio 2	26%	8.6%	17.4%
Episódio 3	47.2%	36.4	10.8%
Episódio 4	11.3%	6.3%	5%
Episódio 5	10.8%	10.8%	0%
Episódio 6	12.2%	0%	12.2%
Episódio 7	15,00%	4%	11%
Episódio 8	26.2%	26.2%	0%
Episódio 9	28.4%	24.9%	3.5
Episódio 10	10.9%	10.9%	0%
Episódio 11	0%	0%	0%
Episódio 12	28.2%	25.2%	3%
Episódio 13	21.4%	21.4%	0
Episódio 14	23.6%	13%	10.6%
Episódio 15	1.7%	1.7%	0%
Episódio 16	21.9%	17.5%	4.4%
Episódio 17	0%	0%	0%
Episódio 18	13%	13%	0%
Episódio 19	0%	0%	0%
Episódio 20	3.3%	3%	0.3%

Tabela 2. Eventos que contextualizam as cenas onde as bebidas aparecem

Episódios	Os eventos que contextualizam as cenas onde as bebidas aparecem
Episódio 1	Discussão, conflito, briga, celebração e encontro em bar/restaurante
Episódio 2	Discussão, conflito, briga e celebração
Episódio 3	Celebração
Episódio 4	Sedução, discussão, conflito e prostituição
Episódio 5	Celebração, conflito, briga e sedução
Episódio 6	Prostituição e sedução
Episódio 7	Conflito, celebração e encontro em bar/restaurante
Episódio 8	Discussão, exposição, prostituição e encontro em bar/restaurante
Episódio 9	Sedução, celebração e encontro em bar/restaurante
Episódio 10	Sedução
Episódio 11	
Episódio 12	Conflito, celebração, sedução, prostituição e encontro em bar/restaurante
Episódio 13	Conflito e sedução
Episódio 14	Sedução
Episódio 15	Conflito e celebração
Episódio 16	Conflito e prostituição
Episódio 17	
Episódio 18	Conflito e celebração
Episódio 19	
Episódio 20	Conflito e briga

Tabela 3. Estado emocional dos personagens durante a ingestão de bebida alcoólica

Episódios	Estado emocional dos personagens durante a ingestão de bebida alcoólica
Episódio 1	Tensão, raiva, alegria, embriaguez e ciúme
Episódio 2	Alegria, tensão e raiva
Episódio 3	Alegria, tensão e embriaguez
Episódio 4	Paixão, tensão e vulgaridade
Episódio 5	Alegria e tensão
Episódio 6	Tensão e vulgaridade
Episódio 7	Tensão, paixão e encontro em bar/restaurante
Episódio 8	Tensão, embriaguez e vulgaridade
Episódio 9	Paixão e tensão
Episódio 10	Paixão
Episódio 11	
Episódio 12	Tensão, raiva, alegria, paixão e embriaguez
Episódio 13	Tensão, paixão e embriaguez
Episódio 14	Alegria e paixão
Episódio 15	Tensão e alegria
Episódio 16	Alegria, embriaguez e raiva
Episódio 17	
Episódio 18	Embriaguez e alegria
Episódio 19	
Episódio 20	Tensão e raiva

Complementando os dados acima, observa-se que não há merchandising de nenhuma das bebidas que são visualizadas. Assim, não é possível identificar marcas.

6. Considerações finais

A preocupação deste trabalho foi situar diversas inserções possíveis para um mesmo bem de consumo. Acompanhou-se uma série de televisão e também as formas em que esta se desdobrou em termos de roteiro, observando-se as especificidades de aparição do álcool em cena e levando em conta universos de classes e o cotidiano dos personagens, bem como a vivência dos modos e significações para a interpretação do que chamamos aqui de texto visual.

Os elementos que compõem um sistema de significações no universo ficcional- personagens, locações, figurino, trilha, diálogos - constroem sua coerência em relação às representações de consumo.

Dos 20 episódios analisados de Justiça, ainda que a maior parte tenha uma referência de álcool, a média de aparição é baixa no total, além de não haver referências de aparição de marcas de bebidas, seja nos rótulos das garrafas ou em qualquer outro meio publicitário, tais como displays, banners ou luminosos em locais como bares e restaurantes.

Nesse sentido, podemos concluir que a bebida alcoólica ocupa seu espaço na trama, mas não chega a ter importância como elemento de construção da personalidade dos personagens (exceto, como já citado, no caso de Vânia).

O fato é que a bebida alcoólica aparece mais como elemento de cena e forma de potencializar a motivação para ação dos personagens, ativando o desenvolvimento de acontecimentos da trama.

A análise das mensagens também evidenciou que não há associação do álcool como símbolo de sucesso e um estilo de vida “vencedor”. Outro fator que não podemos perder de vista são os efeitos interpretativos que

“descola-se da pura e simples perspectiva dos efeitos na direção de como a mídia processa as suas mensagens e inclui hipóteses hoje prestigiosas como agenda-setting, enquadramento (framing) etc., segundo as quais a mídia não apenas diz ao público o que pensar, mas também como pensar” (SODRÉ, 2014, p.75).

Ou seja, a partir da repetição de um modo de representação da bebida em cena, durante a análise, foi possível observar que o uso do álcool, com ingestão ou apenas sugestão de uso (verbal ou visual) já carrega uma forma de assimilar o contexto da cena – alegria, tensão ou sedução –, seguido de um estado emocional alterado do personagem.

Por isso, quando vemos o personagem Maurício se aproximar da frágil e sempre embriagada Vânia para realizar sua vingança, sabemos das possibilidades dramáticas de êxito do personagem no seu propósito. Ela bebe, por isso fará uma besteira, falará demais e acabará por denunciar seu marido corrupto. É um encadeamento de estrutura de eventos da lógica ficcional. Desse modo, já sabemos da forma como ela opera: a bebida alcoólica não tem seu uso naturalizado, pelo contrário, representa um elemento catalizador de euforias ou de trágicos acontecimentos

Assim, pode-se perceber que há um certo cuidado na forma de exposição do consumo bebida alcoólica na trama e na sua associação com os personagens. Ainda que não tenha sido alvo do estudo de caso, o que está por trás da forma desta representação de consumo, vale notar a preocupação de um dos maiores autores de série e novela da televisão brasileira, Manoel Carlos, em relação ao merchandising de produtos e a representação deles em uma trama de larga audiência no Brasil:

A televisão tem um papel social muito grande. Principalmente no Brasil. No resto do mundo, acho que não. Mas, no Brasil, e em alguns países do chamado terceiro mundo, sim. Entre nós, a novela é o produto cultural popular mais importante que existe. Ela muda hábitos no país inteiro (MANOEL CARLOS, 2008) p.104).

7. Referências

- Autores: histórias da teledramaturgia*, livro 2/Memória Globo. São Paulo: Globo, 2008.
- CANCLINI, Néstor García. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Edusp, 2004.
- BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Edit. Relógio d'Água, 1991.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mitológicas I - O cru e o cozido*. R.J.: Cosac e Naify, 2004.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.
- ROCHA, Rose & PERES NETO, Luiz (orgs). *Memória, comunicação e consumo: vestígios e prospecções*. Porto Alegre: Sulina, 2015.
- ROCHA, Everardo. *Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade*. São Paulo: Brasiliense, 2010.
- ROCHA, Everardo. *A sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo*. Rio de Janeiro: Maud, 1995. 5.ed. revista e ampliada, 2012.
- SODRÉ, Muniz. *Reinventado a cultura*. Rio de Janeiro: Vozes, 1996.
- SODRÉ, Muniz. *A ciência do comum: notas para o método comunicacional*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

Consulta em site: www.1folha.uol.com.br/folha/ilustrada.

Data: 26/06/2017

CAPÍTULO IX

LA COBERTURA DE LA INMIGRACIÓN ILEGAL COMO CRÍTICA A LA REALIDAD MEDIÁTICA: LA ESPECIALIZACIÓN PERIODÍSTICA COMO RES- PUESTA

Mercedes Barrutia Navarrete

RESUMEN

Vivimos en un mundo globalizado donde los movimientos poblacionales suponen una realidad estructural que forma parte del sistema social, político económico. Los movimientos migratorios responden a diversos criterios: económicos, bélicos, políticos, educativos o medioambientales entre otros. El reparto de bienes Norte-Sur provoca desplazamientos que forman parte de la actualidad diaria, una actualidad, por cierto, recogida y difundida por los medios de comunicación.

Los motivos de los desplazamientos son variados e implican cooperación entre países, en diverso aspectos. En este contexto resulta necesario plantearse si los medios de comunicación hacen eco de estos motivos y si es consciente la prensa de que ahora más que nunca deben ser intérpretes de la realidad social. Dicen que los *mass media* educan, informan y entretienen, pero quizá es el momento de indagar sobre si cumplen la misión de educar en lo que a los movimientos migratorios se refiere y, como consecuencia de ello, si fomentan la integración social o provocan rechazo. Autoevaluarse a través de la opinión de la audiencia sería un buen ejercicio.

La cobertura de este tipo de informaciones requiere cierto grado de especialización periodística con el fin de poder ser fiel a otras ramas del conocimiento como por ejemplo el derecho, la antropología, las relaciones internacionales, política internacional y nacional o economía y responder con coherencia a dónde y cómo encajar estas noticias en los medios; indagar sobre si con información no-especializada se quedan preguntas sin responder.

Todas estas cuestiones se reflexionan en esta investigación a través de una metodología de estudio basada en la encuesta y el análisis de contenido. Una mirada crítica gracias a la convergencia de dos ramas: el periodismo y el derecho.

Palabras clave: inmigración, medios-comunicación, educación, audiencia, especialización-periodística

1. Antecedente: cobertura de una noticia sobre inmigración ilegal

Con fecha 9 de diciembre de 2016, un grupo de inmigrantes sudafricanos consiguió acceder a España de forma ilegal tras saltar la frontera de Ceuta. Un total de 438 personas en situación administrativa irregular pasaron por encima de la valla fronteriza, derribándola incluso por algunos puntos debido a la presión ejercida sobre ella a consecuencia de la afluencia de individuos. En la actualidad la mayoría se encuentran en Centro de Estancia Temporal de Inmigrantes de la ciudad.

1.1 Metodología de recogida de datos e interpretación. El análisis cualitativo y el análisis de contenido. El antecedente en un contexto periodístico y jurídico.

Dice Roberto Hernández-Sampieri, inspirado en Richard Grinnell, que el planteamiento cualitativo es como “ingresar en un laberinto. Sabemos dónde comenzamos, pero sin un mapa detallado y preciso. Y de algo tenemos la certeza: debemos mantener la mente abierta y estar preparados para improvisar”. No saber cómo acabará una investigación no quiere decir que no se determine un origen, un punto de partida que dibuje la perspectiva metodológica y las herramientas pertinentes: “la investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto”¹⁴¹. El planteamiento inicial del problema a investigar es la realidad social y mediática: por un lado, para introducir el llamado ambiente inicial o campo, es necesario explorar el contexto seleccionado (lo social); y, por otro, para proponer la muestra inicial debemos definir las variables, los conceptos y el origen de los casos (lo mediático: lenguaje y cobertura de un hecho). Además, para proponer la muestra inicial nos auxiliaremos de medios audiovisuales (en este caso la prensa digital). Un método que va a permitir reflexionar y realizar conclusiones sobre cómo percibimos el fenómeno de la inmigración a través de la prensa y profundizar en los puntos de vista y las interpretaciones que ofrecen los medios de comunicación.

Respecto a la técnica de recogida y análisis de datos existe una crítica razonable: cómo podemos catalogar esta parte de la investigación como cualitativa si en realidad la técnica permite cuantificar la frecuencia de aparición de datos registrados. Ciertamente es, pero en la medida en que el análisis que se plantea no pueda desprenderse de su contexto o de su propio marco teórico,

¹⁴¹ Hernández-Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. P. (2014). Metodología de la investigación. México: Ed. Mc Graw Hill Educación. Págs. 356-377.

el sentido de esta investigación solo puede ser provisto teóricamente¹⁴². ¿Cómo deshacernos de la realidad social -riqueza Norte-Sur, situación en el país de origen, por ejemplo-, de las condiciones laborales de los profesionales de comunicación -precariedad, rapidez, no-especialización, sometimiento al poder empresarial-, de la legislación en materia de extranjería – administración, derecho, legalidad- entre otros descriptores, para interpretar cómo transmite la prensa informaciones sobre inmigración ilegal? Es impensable, y por tanto se puede afirmar que el análisis de contenido responde a las necesidades de este apartado concreto de la investigación, con un plus añadido: pueden obtenerse conclusiones si se atiende únicamente a la frecuencia de las variables escogidas. En palabras de Piñuel y Gaitán, el análisis de contenido estándar debe incluir los siguientes pasos: a) selección de la comunicación que será estudiada; b) selección de categorías; c) selección de la unidad de análisis y d) selección del sistema de medida o recuento. Por tanto, se describe de tal modo el análisis de contenido en cuestión:

Con la búsqueda en Google “valla Ceuta 9 de diciembre de 2016¹⁴³” se obtienen estos 10 primeros resultados publicados en la prensa digital. En este análisis de contenido se tienen en cuenta cuestiones periodísticas y jurídicas propias de la inmigración ilegal, consideradas palabras clave en este sentido. El objetivo de esta primera parte es reflexionar sobre cómo trabajan los medios de comunicación en un tema de interés general como es la inmigración y qué ofrecen a la audiencia. Se recogen en el cuadro dispuesto para el análisis de contenido los siguientes ítems:

Medio de comunicación que publica: con el fin de reflexionar sobre las agendas de los medios y el criterio de selección de noticias. Respecto al soporte – que en este caso no requiere categoría pues es común a todos, prensa digital- y el periódico escogido en cada caso, es necesario aclarar que resultan de un fenómeno aleatorio porque dependen del ranking de posicionamiento orgánico (Search Engine Optimization, SEO) del buscador de internet escogido.

Titular: es la carta de presentación y gracias a él se puede tener una valoración inicial del hilo argumental del cuerpo de la noticia

¹⁴² Piñuel Raigada, J. L & Gaitán Moya, J. A. (1999). Metodología General. Conocimiento Científico e investigación en la comunicación social. Madrid: Ed. Síntesis. Págs. 517-525.

¹⁴³ [fecha de consulta: 16 de enero de 2017]. Disponible en: <https://www.google.es/search?q=valla+Ceuta+9+de+diciembre+de+2016&oq=valla+Ceuta+9+de+diciembre+de+2016&aqs=chrome..69i57.533j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

Cierre: el tipo de cierre ayuda a determinar los objetivos periodísticos así como a valorar el hilo argumental

Firma: con el fin de valorar si la noticia es propia de una agencia, en la que la información se limita a ese contenido igual para todos los medios; o ha sido elaborada por un periodista, gatekeeper de la información, que filtra e interpreta la realidad con marca propia, lo que enriquece la noticia.

Fuentes de información: primarias, secundarias, oficiales/institucionales. Aquí no es necesario explicar la bien conocida importancia de unas fuentes sobre otras, pero, en esta línea y en conexión con la Teoría de la Agenda Setting de McCombs, pueden encontrarse reflexiones como la de Rosentiel y Kovach¹⁴⁴ sobre la capacidad de síntesis del periodista en contraposición a la gran afluencia de datos que facilitan los infinitos portales de información y que, como consecuencia, tornan en pasiva la actitud del comunicador.

Palabras clave desde una perspectiva jurídica: sinónimos de “inmigrante” a nivel jurídico y periodístico/social –inmigrante, extranjero, sin papeles, situación administrativa irregular (SAI)- así como otras cuestiones propias del derecho que marcan la línea de lo ilegal/legal – frontera, CETI, derechos y el origen de los inmigrantes-.

No se tienen en cuenta los comentarios de los usuarios que se vierten en el foro.

Tabla resumen, de elaboración propia, de resultados de autoría de las noticias y vocabulario:

Medio	Firma 1= agencia/medio 2= periodista
Levante	1
El Mundo	2
La Nueva España	1
La Vanguardia	1
El Nacional (Cat)	1
Palentino	1
El Periódico	1
20 minutos	1
rtve.es	1
Reuters	1

¹⁴⁴ ROSENSTIEL, T. & KOVACH, B. (2012). Los elementos del periodismo. Madrid: Ed. Aguilar. Cap. IV. Págs. 102-106.

Inmigra*	Valla	Sin papeles	Extranj*	SAI	Fronte*	Derechos	CETI	Origen/nac
17	9	0	0	0	4	0	2	0
16	19	0	0	0	10	0	5	0
17	9	0	0	0	4	0	3	0
9	4	0	0	0	4	0	3	0
12	3	0	0	0	1	0	0	0
1	9	0	0	0	4	0	2	0
12	6	0	0	0	6	0	1	0
5	6	0	1	0	2	0	1	0
11	12	0	1	0	6	0	3	1
9	4	0	1	0	2	0	3	1

Inmigra* = inmigración, inmigrar, inmigración, inmigrante, inmigrantes

Extranj* = extranjería, extranjero/s, extranjera/s, extranjerismo

Fronte* = frontera, fronterizo, Frontex

SAI = Situación administrativa irregular

Resultados y observaciones:

La mayoría de los medios publican información de agencia. De hecho, 9 de los 10 medios lo hacen. Solo uno firma con nombre y apellido, el diario El Mundo. Afirmamos así que la información es prácticamente la misma en todos los medios.

Las fuentes son siempre las mismas y siempre son institucionales. La única excepción es el caso de El Mundo, donde se incluye además una fuente extra, lo que otorga una diferenciación basada en el tratamiento de la información. 20minutos explica que ellos sí se ponen en contacto con el CETI de Ceuta para recoger datos concretos, mientras que el resto de medios parecen recoger solo datos oficiales (¿sin contrastar?).

Parece que la palabra inmigrante es la más usada para describir a las personas protagonistas de la noticia.

En 8 noticias de 10 no se explica el origen de los extranjeros, por tanto falta información que ayude a comprender el contexto y la noticia en sí.

En ninguna noticia se explica que esas personas se encuentren en situación administrativa irregular, pero entendemos que así es o este hecho no nos preocupa, ni qué consecuencias jurídicas y sociales presenta dicha situación.

Tampoco se habla de derechos ni de obligaciones de ninguna de las partes implicadas, ni del estado receptor ni de los extranjeros.

Valla y frontera son dos conceptos que se repiten con frecuencia, algo relativamente representativo respecto a la especialización periodística o tratamiento periodístico de la información, pues los hechos ocurren precisamente en esa zona limitadora.

Respecto al Centro de Estancia Temporal de Inmigrantes (CETI), cierto es que se menciona, pero la mayoría de las veces solo con las siglas: en ningún caso se explica en qué consiste ese centro, ni para qué sirve, ni qué derechos/obligaciones pueden y deben ejercer las personas que se encuentran allí o cuáles son las condiciones generales del centro: número de ocupantes, gestión, dirección u organización, por ejemplo. Por tanto, el CETI es otro concepto que queda a la libre interpretación del lector.

Aunque en este pequeño análisis de contenido presentado sobre el caso de Ceuta no aparezca el concepto “sin papeles” basta con escribir en Google esas palabras y comprobar cómo en la sección de noticias aparecen distintos medios de comunicación que sí las emplean para referirse a las personas en situación administrativa irregular¹⁴⁵. Parece que esta moda, creada por los propios *media*, está cambiando. ¿Qué pensará la audiencia?

El cierre de la noticia tampoco es un elemento original, distintas noticias ofrecen el mismo. Otros, aunque en general todos abordan la misma línea, aportan un resumen de cuántos inmigrantes han conseguido entrar a España por un paso no habilitado a tal fin, cuántas personas se encuentran en el CETI o, ya más originales, lanzan una reflexión sobre la necesidad de llegar a Europa.

La conclusión general de estas apreciaciones es el siguiente contexto social-comunicativo: hombres y/o mujeres de origen africano, que no sabemos de dónde vienen porque no se explica en la noticia; que abandonan su país por motivos desconocidos, pues tampoco se explican en la noticia, pero donde

¹⁴⁵¹⁴⁵ Pueden verse las referencias al concepto “sin papeles” en el siguiente enlace y en medios como Ideal digital, Mediterráneo Digital, La Verdad, La Región, El Herald, el Correo Gallego o Mundo Hispánico entre otros. Las referencias al concepto jurídico “situación administrativa irregular” pueden verse en este enlace, suponen un número menor de links y suelen ir acompañados de “sin papeles” o “inmigrantes”.

se interpreta gracias a nuestro imaginario que son individuos que huyen de una situación político-social desfavorecida la cual somos capaces de deducir pero no de definir. Parece que no debería afirmarse que el proceso comunicativo sea exitoso.

2. Preguntas sin respuesta: de las 5 a las 7W

Dice Llorenç Gomis en su Teoría del Periodismo¹⁴⁶, que el presente se forja con noticias que no sabemos exactamente qué significan, pues son ambiguas dependiendo de su interpretación. Así, la función social de la noticia pasa por intentar dejar todas las dudas que surjan en torno a un hecho con respuesta. Tanto es así que coincidiendo con la línea argumental del teórico, cuanta más información se aporte y en función a su calidad, cuanto más importantes y verdaderos sean los datos que se ofrecen, más noticia será una información que otra y tendrá más trascendencia en el futuro. La noticia más útil, pues, es aquella que mejor explica qué pasa y qué se puede esperar; y a cuantas más personas llegue más duradera en el tiempo será garantizando el éxito en el proceso comunicativo y la consecuente eficacia periodística.

Leyendo los titulares y el cierre de las noticias, así como el cuerpo del texto aunque no sea el objeto principal de esta investigación, puede verse que quedan en el aire muchas preguntas sin resolver. Cuestiones que, además de que deberían quedar resueltas al aplicar la fórmula periodística de las 5W - qué, quién, cómo, cuándo y dónde-, son derivadas de otras:

¿Qué consecuencias tienen estos hechos?: qué va a pasar con los inmigrantes, qué supone para el sistema jurídico español que se acceda de forma ilegal al país, qué supone para la sociedad... En definitiva, preguntas que harán que la noticia sea más noticia. ¿Qué ha pasado con las teorías perspectivistas? “Donde está mi pupila no está la otra”, dice Ortega y Gasset¹⁴⁷, quien apoya la visión en prisma de la realidad: qué es una noticia sino la suma de versiones¹⁴⁸, de perspectivas, de declaraciones.

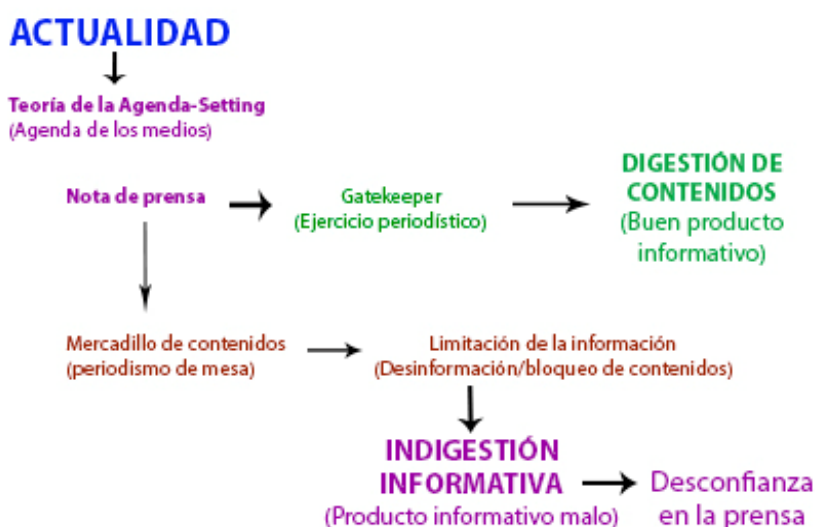
Segunda conclusión general: ¿Por qué no añadir a esta fórmula mágica de las 5W “por qué” y “con qué consecuencia”? Es decir, resolver dudas: por qué esas personas se han encaramado a la valla, por qué esas personas abandonan su país y vienen al nuestro, qué está ocurriendo allí.

¹⁴⁶ Gomis, Ll. (2001). Teoría del periodismo: cómo se forma el presente. Barcelona: Ed. Paidós Ibérica. Págs. 89-101.

¹⁴⁷ Ortega y Gasset, J. (2016). El espectador II. Madrid: Alianza Editorial. Pág. 19

¹⁴⁸ En esta línea es interesante la siguiente referencia, Fishman, M. (1980). Manufacturing the news. Austin, University of Texas Press. Págs. 116-133.

Y otra conclusión más al respecto es que en la medida en que las fuentes se repiten en todas las noticias, no son originales, y la acumulación de información idéntica provoca infoxicación¹⁴⁹ y desinformación: una auténtica indigestión informativa. Un descontento en la audiencia que puede provocar falta de confianza hacia los medios de comunicación.



3. La encuesta: el lenguaje periodístico y la percepción de la audiencia

Sin miedo a equivocarnos podemos afirmar que el concepto “inmigrante” se asocia a una idea de pobreza, de búsqueda de una vida mejor, de personas que lo dejan todo por encontrar prosperidad. Nuestro imaginario colectivo¹⁵⁰ determina de forma previa una serie de contextos que permite emitir juicios de valor que no siempre responden a la realidad y que, incluso, tampoco responden a cómo se ven las personas inmigrantes frente a la sociedad de acogida.

¹⁴⁹ Este concepto responde a la intoxicación informacional y de contenidos al que actualmente estamos sometidos. Es interesante la obra Cornella, A. (2010). Infoxicación: buscando un orden en la información [libro digital]. Barcelona: Libros Infonomía. Págs. 65-66 y 92-95. [Fecha de consulta: 28/03/2017] <http://www.infonomia.com/wp-content/uploads/2014/05/948_infoxicacion.pdf>

¹⁵⁰ Las reflexiones y ejemplos en esta línea son muy interesantes de la mano de Nash, M. (2005). Inmigrantes en nuestro espejo. Inmigración y discurso periodístico en la prensa española. Barcelona: Ed. Icaria Editorial.

Por otra parte, desde el derecho se ponen sobre la mesa una serie de cuestiones sociales y jurídicas que tampoco responden a necesidades reales. Sin más, en la Constitución Española se indica que los extranjeros gozarán en España de las libertades públicas garantizadas por la propia carta que establezcan los Tratados y la ley (art. 13 CE) y que solo los españoles serán titulares de los derechos reconocidos en el artículo 23 (participar en actos públicos y acceder en condiciones de igualdad a las funciones y cargos público); además, solo los españoles “son iguales ante la ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social” (art. 14). En la Constitución también se reconoce que “los poderes públicos mantendrán un régimen público de Seguridad Social para todos los ciudadanos” y que cualquier ciudadano “podrá recabar la tutela de las libertades y derechos reconocidos en el artículo 14”. ¿Pero qué personas se consideran ‘ciudadanos’? ¿Y qué dice la ley de extranjería al respecto? “Se consideran extranjeros, a los efectos de la aplicación de la presente Ley, a los que carezcan de la nacionalidad española”, dice la Ley¹⁵¹, entonces no son considerados ciudadanos. A efectos administrativos, y por tanto depende de un papel el ejercicio de derechos fundamentales y otros derechos relativos a la dignidad humana, no se es ciudadano si no se es español.

- Es importante aclarar que este estudio no pretende reflexionar sobre la concesión o no de derechos, ni de gasto público, ni de políticas migratorias, ni de gestión autonómica. Lo que sí pretende es concienciar de que el propio Derecho, al someter la entrega de derechos a una situación administrativa, junto con el imaginario colectivo, que asocia al concepto de inmigración tintes dramáticos, ofrecen a la sociedad una clara diferenciación de contextos en un mundo globalizado. Este desequilibrio es plasmado por los medios de comunicación desde una forma pasiva, es decir, se asume esa diferenciación sin cuestionarla, olvidándonos de que a la vez que se informa – con sesgo, pues la distinciones son valores intrínsecos a la ciudadanía y no se ponen en tela de juicio ni por las audiencias ni por la prensa- también debe educarse.

Con el ánimo de medir la percepción de la audiencia respecto a estas ideas jurídicas y comunicativas y otras cuestiones propias referentes a la dicotomía periodismo-extranjería se ha llevado a cabo una encuesta en la que han participado 770 personas y cuyos datos recogidos han sido tratados estadísticamente.

¹⁵¹ Ley Orgánica 4/2000, sobre derechos y libertades de los extranjeros en España y su integración social, tras su reforma por Ley Orgánica 2/2009.

3.1 Metodología y descripción de la investigación: el análisis cuantitativo y la estadística aplicada a las ciencias sociales.

Aunque no es preciso mencionar la gratitud de aplicar el método científico a las investigaciones sociológicas, sí es momento de coronar la idea de llevarlo a cabo siempre que se investigue, sea cual sea el ámbito. ¿Cómo determinar que los resultados de un estudio son válidos, extrapolables o significativos sino es con el conocimiento? Siempre que se realice una investigación, aunque sea en el campo teórico del periodismo, su estructura debe tener como andamio la metodología científica.

Para Iguartua¹⁵², la encuesta constituye una auténtica recogida de datos objetivos y subjetivos basada en la información aportada por el participante. Es decir, se trata de recoger un conjunto de procesos sobre una determinada información en una muestra significativa para obtener datos sobre su relación, frecuencia y distribución y sacar conclusiones. Para ello, la escala supone un instrumento cuantitativo muy útil para evaluar una determinada variable. En el caso que ocupa, la variable es el lenguaje, cuya medición queda sometida a la interpretación de la audiencia, y la metodología la escala de Likert¹⁵³, que supone una representación de sensaciones o grado de acuerdo-desacuerdo según los criterios de los encuestados.

3.2. Presentación de materiales.

En la encuesta participan un total de 770 personas. Se eliminan del tratamiento estadístico los considerados no-españoles¹⁵⁴, por lo que la muestra cuenta con 717 casos. La encuesta se encuentra disponible en el siguiente enlace¹⁵⁵ y los materiales que la describen son:

¹⁵² Iguartua Perosanz, J. J. (2006). Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. Barcelona: Ed. Bosh, 2006. Págs. 231-234.

¹⁵³ Hayes, B. E. (2000). Cómo medir la satisfacción del cliente. Desarrollo y utilización de cuestionarios. Barcelona: Ed. Gestión. Págs. 71-83.

¹⁵⁴ Son no-españoles los ciudadanos europeos no españoles, los ciudadanos de terceros países y los que tengan doble nacionalidad (española y otra más). La encuesta llega de forma aleatoria a los usuarios, siguiendo un patrón de comportamiento propio de las redes sociales digitales. Entonces, se eliminan un total de 53 casos ya que, aunque sus respuestas no entorpecerían la muestra porque no suponen un número representativo, se entiende que su interpretación de las preguntas es diferente a los considerados españoles debido a la diferencia de contexto. Se abre aquí, por tanto, una nueva línea de investigación.

¹⁵⁵ https://docs.google.com/forms/d/10qMIQ4noRWfl_jWUxp7rCziFJGdLz-yMY7cqL3okwi8/prefill

MATERIALES TABLA 1: SEXO DE LOS ENCUESTADOS		
	Nº casos	%
HOMBRE	250	34,87
MUJER	467	65,13
TOTAL	717	

MATERIALES TABLA 4: NACIONALIDAD DE LOS ENCUESTADOS		
Nacionalidad	Nº casos	%
Española	717	100,00

MATERIALES TABLA 2: EDAD DE LOS ENCUESTADOS			
Grupos de edad	Nº casos	%	% acumulativo
14-17 años	13	1,81	1,81
18-23 años	66	9,21	11,02
años	605	84,38	95,40
30-64 años	33	4,60	100,00
TOTAL	717	100,00	

Esta distribución de frecuencia de la edad puede resultar no representativa estadísticamente, pero esta categoría no es determinante en este estudio, es decir, la edad no es un factor condicionante. Tan solo sirve para relacionarlo con la siguiente tabla,

MATERIALES TABLA 3: NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS ENCUESTADOS			
Estudios	Nº casos	%	% acumulativo
Básicos	51	7,11	7,11
Bachillerato/FP	136	18,97	26,08
Universitarios	362	50,49	76,57
Postgrado	168	23,43	100
TOTAL	717	100,00	

donde puede comprobarse que los encuestados se encuentran en su mayoría formados desde el punto de vista educativo, pues en torno al 75% presentan estudios universitarios de grado y posgrado y el resto, como mínimo, ha tenido acceso a la educación básica.

MATERIALES TABLA 5: MEDIO DE CONSUMO DE NOTICIAS DE LOS ENCUESTADOS		
Medio de Comunicación	Nº casos	%
Radio	278 / 717	38,78
Televisión	519 / 717	72,38
Prensa	327 / 717	46,60
Red Social	515 / 717	71,83
TOTAL	717	

MATERIALES TABLA 6: INTENSIDAD DE COMSUMO DE NOTICIAS DE LOS ENCUESTADOS		
Intensidad	Nº casos	%
Consumo bajo	9	1,26
Consumo medio	179	24,96
Consumo alto	529	73,78
TOTAL	717	100,00

Gracias al conjunto de las tablas MATERIALES podemos concluir que la muestra tiene un nivel educativo alto y que en general viven informados. Una amplia mayoría recibe información por medio de la televisión y de las redes sociales, y una minoría próxima a la mitad de los encuestados a través de la prensa y la radio. Y lo más importante, los participantes tienen capacidad crítica para responder a las preguntas, pues un 74% afirma tener un consumo alto de noticias y poco más del 1% confiesa que apenas consume noticias informativas.

Por lo tanto puede afirmarse que los participantes tienen capacidad crítica para realizar la encuesta planteada.

Los resultados del tratamiento estadístico de la muestra son:

TABLA 1: Sensación del encuestado: si los conceptos incitan al racismo			
PREGUNTAS	Incita racismo	No incita racismo	Test CHI ²
La "palabra inmigrante" (n=717)	212 (30,40%)	505 (70,60%)	119,73 (p<0,0001)
La palabra "extranjero" (n=717)	84 (11,72%)	633 (88,28%)	420,36 (p<0,0001)
La frase "sin papeles" (n=717)	481 (67,09%)	236 (32,91%)	83,71 (p<0,0001)
La frase "situación administrativa irregular" (n=717)	169 (23,57%)	548 (76,43%)	200,32 (p<0,0001)

De 717 encuestados la palabra inmigrante incitó al racismo a 212 (30,4%); la palabra extranjero incita al racismo en el 11,72%; la frase sin-papeles incita al racismo un 67,09% y por último, situación-administrativa-irregular incita a un 23,57%. Estos hallazgos son estadísticamente significativos, lo que quiere decir que son extrapolables, válidos al conjunto de la sociedad.

Discusión: llama la atención que de todas las preguntas formuladas en la encuesta la que realmente incita más al racismo es el concepto “sin-papeles”, seguido muy de lejos de inmigrante y situación-administrativa-irregular. La palabra extranjero es la que menos connotación peyorativa presenta.

Si jurídicamente la concesión de derechos se otorga dependiendo de la situación administrativa sería conveniente plantearse si socialmente esto es una conducta lógica y que responda a lo propio de los derechos fundamentales y humanos.

Desde el punto de vista de la comunicación se debe encender la alarma. El uso del concepto que más incita al racismo, que es sin-papeles, parece que se encuentra en declive pero no ha desaparecido de las redacciones periódicas. Sin embargo, la palabra que menos incita al racismo, que es extranjero, presenta un significado que puede provocar confusión si se compara con el concepto asimilado de inmigrante. ¿Pueden los medios de comunicación cambiar con el lenguaje el imaginario colectivo? Es decir, los medios de comunicación deben provocar la duda de “qué tipo de extranjero se trata”. Habría que añadir a la palabra “extranjero” la apreciación “en situación administrativa irregular”, que tampoco incita al racismo aunque tiene otros matices jurídicos y humanos que son cuestionables.

TABLA 2: Sensación del encuestado: si los conceptos son apropiados			
PREGUNTAS	Apropiado	No Apropiado	Test CHI²
La palabra “inmigrante” para referirse a no-española y sin documentación reglada (n=717)	463 (64,6 %)	254 (35,4 %)	60,92 (p<0,0001)
La palabra “extranjero” para referirse a no-española y sin documentación reglada (n=717)	651 (90,8 %)	66 (9,2%)	477,30 (p<0,0001)
La frase “sin papeles” para referirse a no-española y sin documentación reglada (n=717)	371 (51,6)	346 (48,4 %)	0,872 (p<0,350) (n.s.)
La frase “situación administrativa irregular” para referirse a no-española y sin documentación reglada (n=717)	556 (77,5 %)	161 (22,5 %)	217,61 (p<0,0001)

De 717 casos encuestados, el 35,4% consideran no apropiado el concepto inmigrante para definir a una persona no-española sin documentación reglada. Respecto a la palabra extranjero, solo el 9,2% del encuestado la considera como no apropiada; y situación administrativa regular un 22,5%. Estos resultados son estadísticamente significativos ($p < 0,0001$).

Sin embargo no existe diferencia significativa entre las respuestas apropiada/no-apropiada cuando se utiliza la frase “sin papeles” para definir a una persona no-española (no es estadísticamente significativa).

Discusión: aunque los participantes, en la tabla 1, han considerado que “sin papeles” incita al racismo, en esta tabla 2 vemos que el mismo concepto se responde apropiado/no-apropiado a partes iguales. No se pueden demostrar diferencias significativas entre ambas, es decir, no se puede concluir que “sin papeles” sea o no un concepto apropiado para la audiencia. Queda al juicio del periodista y de sus valores éticos y deontológicos su uso. Y una reflexión más, si la audiencia, a pesar de considerar un concepto racista, no determina con contundencia si lo considera apropiado o no, es el momento de que los medios de comunicación sean conscientes de cómo la audiencia asume aquello que le damos, sea bueno o malo: démosles algo bueno.

Tabla 3: Cree que los medios de comunicación, con su lenguaje, fomentan el racismo		
No fomentan	237 (30,05 %)	CHI ² : 82,35 (p < 0,0001)
Fomentan	480 (66,94 %)	
Total	717 (100 %)	

De 717 casos encuestados, el 67% de ellos considera que los medios de comunicación fomentan el racismo con su lenguaje. Por otra parte, el 30% de ellos considera que los medios no fomentan el racismo.

Discusión: Debemos analizar en profundidad el porqué de estos resultados, por qué la audiencia, los encuestados, opina que los medios fomentan el racismo con su lenguaje. Estos resultados requieren una autoevaluación de nosotros, los profesionales. Ahora bien, nunca se debe olvidar la fuerza y la verdad que expresan los encuestados. Pensemos que un 70% considera que los *mass media* no cumplen con uno de sus tres principios fundamentales, como es el de educa

En la tabla número 7 puede observarse que:

		TABLA 7: LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON SU LENGUAJE		
		NO FOMENTA EL RACISMO	FOMENTAN EL RACISMO	
LA FRASE "SITUACIÓN ADMIN. IRREGULAR"	NO INCITA AL RACISMO	217 (39,6 %)	331 (60,4 %)	548 (100 %)
	INCITA AL RACISMO	20 (11,8 %)	149 (88,2 %)	169 (100 %)
		237 (33,1 %)	480 (66,9 %)	717
CHI ² : 44,99 (p < 0,0001)				

Esta tabla responde a si hay asociación estadística entre “el concepto situación-administrativa-irregular incita al racismo” y si “incitan al racismo” los medios de comunicación con el lenguaje. Es decir, la relación que existe entre ambas preguntas.

Existe asociación estadísticamente significativa entre si “situación-administrativa-irregular incita al racismo” y en qué grado los medios de comunicación, con su lenguaje, fomentan el racismo [χ^2 : 44,99 ($p < 0,0001$)].

Discusión: es importante observar que cuando el concepto situación-administrativa-irregular no-incita al racismo en el 39,6%, los medios de comunicación tampoco lo fomentan. Sin embargo, es más del doble (88,2%) cuando situación-administrativa-irregular incita al racismo junto a que los medios de comunicación fomentan el racismo con su lenguaje.

Cuando se conjugan dos criterios los resultados toman más valor que de forma aislada. En este caso se han asociado estadísticamente los conceptos referentes al fenómeno migratorio y la percepción de los encuestados/audiencia respecto al fomento del racismo, con el lenguaje, por parte de los medios de comunicación. La conclusión de esta asociación es que cuando más incita al racismo una palabra, más se entiende que los medios de comunicación fomentan el racismo con el lenguaje. Por tanto, como resultado de la interpretación de las tablas 4, 5, 6 y 7 puede verse que los medios de comunicación dibujan el imaginario colectivo y generan una opinión pública concreta con su principal herramienta.

4. Conclusiones e ideas para debatir

Especialización: en la medida en que el periodista se especializa en una materia este puede cuestionar más a la fuente y no aceptarlo todo como verdad absoluta. Como consecuencia se ofrece una información más profunda, más tendente a la objetividad, menos sesgada y más original. Se consigue que la noticia sea más noticia, que el proceso comunicativo sea exitoso y se cumplen además las funciones propias de los medios de comunicación marcando una diferenciación respecto a otros medios.

Concepto de indigestión informativa. La era de la información, paradójicamente, está provocando una sociedad desinformada. Ante un número ilimitado de fuentes de consulta (periódicos digitales de libre acceso) el usuario encuentra un número limitado de informaciones, limitadas también en contenido, por lo que no puede digerir los contenidos y asimilar las noticias. Se restringe también el imaginario colectivo, y como consecuencia la formación de una opinión personal y de la opinión pública.

Ampliación de las 5w a las 7w. Añadir datos como por qué y con consecuencias, mencionados con anterioridad para optar a la también referida diferenciación. Desmarcarse del periodismo de mesa ofreciendo datos originales a la audiencia y cumplir así las misiones de educar e informar.

El lenguaje es la herramienta principal de los medios de comunicación, pero es un arma de doble filo. La audiencia tiene opinión propia y puede verse con claridad cómo considera que algunos de los conceptos en relación al fenómeno migratorio más utilizados por la prensa son racistas. Y como consecuencia consideran que los medios de comunicación también son racistas. La palabra más adecuada para referirse a una persona no-española, según la interpretación de los encuestados y que además responde a la máxima aproximación jurídica, es “extranjero”. Un término que necesita ser precisado de la forma menos racista posible, y esta es, según el receptor, con el complemento “situación administrativa irregular”.

Además, respecto al lenguaje, se ha podido comprobar cómo la audiencia, a pesar de considerar un concepto racista, no detecta inconveniente en que los medios de comunicación lo usen (sobre si el concepto “sin-papeles” es apropiado no existe resultados estadísticamente significativos). Pero sin embargo, sí consideran que los medios fomentan el racismo con su lenguaje (recordemos que este porcentaje es de más del 70%, un auténtico mazazo). Por tanto, si la audiencia va a consumir lo que la prensa publique, la prensa tiene la obligación moral de producir un buen producto.

Pregunta clave: ante una situación profesional precaria, ¿quién está dispuesto a ofrecer más por el mismo precio? Redacciones con poco personal; sueldos deficientes que no corresponden ni con la formación, ni con la cantidad del trabajo realizado, ni con la calidad del resultado. Periodistas contratados para un mercadillo de contenidos digital más que para un medio comprometido con la comunicación, donde prima la cantidad a la profesionalidad. Y con una audiencia amuermada e infocada en riesgo de perder la capacidad crítica –que ya hemos comprobado que sigue despierta aunque sin más condición que la de digerir aquello que le damos-.

Segunda pregunta clave, consecuencia del contexto empresarial: ¿qué motivaciones o facilidades existen que me permitan no hacer periodismo de mesa?

Consideración final: los medios de comunicación deberían cambiar su percepción de beneficio y la sociedad su elevada consideración hacia lo gratis. La audiencia cree que acceder a la información es un derecho libre de carga, que por supuesto es un derecho que se debe ejercer, pero sin duda también es necesario ser consciente del coste que supone que todos podamos disponer de ella. Por su parte, las empresas de comunicación deberían invertir en profesionales, y sobre todo en periodistas especializados en materias concretas, con el fin de ofrecer una información más amplia, más profunda y rigurosa capaz de fomentar el pensamiento crítico y la capacidad de interpretación en la sociedad para que se garantice el desarrollo de los individuos: es decir, entretener e informar y educar. Es su compromiso.

BIBLIOGRAFÍA POR ORDEN DE APARICIÓN

- Herández-Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. P. (2014). Metodología de la investigación. México: Ed. Mc Graw Hill Educación. Págs. 356-377.
- Piñuel Raigada, J. L & Gaitán Moya, J. A. (1999). Metodología General. Conocimiento Científico e investigación en la comunicación social. Madrid: Ed. Síntesis. Págs. 517-525.
- ROSENSTIEL, T. & KOVACH, B. (2012). Los elementos del periodismo. Madrid: Ed. Aguilar. Cap. IV. Págs. 102-106.
- Gomis. Ll. (2001). Teoría del periodismo: cómo se forma el presente. Barcelona: Ed. Paidós Ibérica. Págs. 89-101.
- Ortega y Gasset, J. (2016). El espectador II. Madrid: Alianza Editorial. Pág. 19
- Fishman, M. (1980). Manufacturing the news. Austin, University of Texas Press. Págs. 116-133.
- Cornella, A. (2010). Infoxicación: buscando un orden en la información [libro digital]. Barcelona: Libros Infonomía. Págs. 65-66 y 92-95. [Fecha de consulta: 28/03/2017] <http://www.infonomia.com/wp-content/uploads/2014/05/948_infoxicacion.pdf>
- Nash, M. (2005). Inmigrantes en nuestro espejo. Inmigración y discurso periodístico en la prensa española. Barcelona: Ed. Icaria Editorial.
- Ley Orgánica 4/2000, sobre derechos y libertades de los extranjeros en España y su integración social, tras su reforma por Ley Orgánica 2/2009.
- Iguartua Perosanz, J. J. (2006). Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. Barcelona: Ed. Bosh, 2006. Págs. 231-234.
- Hayes, B. E. (2000). Cómo medir la satisfacción del cliente. Desarrollo y utilización de cuestionarios. Barcelona: Ed. Gestión. Págs. 71-83.

CAPÍTULO X

CRISIS MIGRATORIA Y SU PROYECCIÓN EN PRENSA: AMBIGÜEDAD DE CONCEPTOS Y DIS- FUNCIONES INFORMATIVAS

Esperanza Martín Rodríguez
Sergio Príncipe Hermoso
Universidad Complutense de Madrid

Resumen

En la alfabetización mediática, los medios de comunicación desempeñan una labor fundamental para que los ciudadanos puedan entender la función de la información. La población debe interpretar los contenidos de los medios de una forma crítica, para formarse una idea correcta de lo que acontece y producir sus propios contenidos. El objeto de estudio de esta investigación es la crisis migratoria y su proyección en la prensa española. Se pretende analizar la ambigüedad de conceptos utilizados por los medios de comunicación y ver si existen disfunciones informativas. El periodo a analizar es el último cuatrimestre del año 2015, en el que el suceso de la muerte del pequeño Aylan, ahogado en las costas mediterráneas, marca un antes y un después en la percepción del problema. Además, observar cómo a raíz de algunos atentados en ciudades europeas, surgen mensajes que pueden crear una relación confusa entre refugiados y el terrorismo yihadista. El estudio se centra en comprobar si se está informando de forma adecuada, utilizando los términos correctos, una precisa descripción del problema y contextualización de las informaciones. Determinar si se trabaja con los datos o la interpretación, es clave por su impacto en las audiencias y en la toma de posición, ya que todo cambio social depende o lo genera un cambio de opinión que puede sustentarse a raíz del hábito informativo. La metodología de la investigación tendrá una parte cuantitativa, analizando el número y extensión de las informaciones y un examen cualitativo, en el que se comprobarán la claridad, rigor y precisión de las noticias, estudiando el enfoque de los medios y su posicionamiento.

Palabras clave:

Crisis migratoria, alfabetización mediática, disfunciones informativas, refugiados, precisión, rigor, eficacia periodística.

Introducción

Esta investigación se realiza para comprobar si la sociedad puede comprender la crisis de los refugiados, a través de la prensa. Se pretende verificar si el discurso periodístico de los medios analizados, es eficaz a la hora de narrar esta crisis humanitaria. Para ello, hacemos un seguimiento de lo publicado en los diarios *El País* y *Abc*, durante el último cuatrimestre de 2015. Es en este año, cuando se produce una llegada masiva de migrantes a Europa que provoca más titulares de prensa. Según el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR), durante 2015, llegan más de 900.000 migrantes a las costas europeas y unas 3.550 personas han perdido la vida durante el viaje. Existen varios momentos clave, durante este año, que transforman el discurso de los medios. En el mes de abril, más de 600 personas se ahogan a unos kilómetros de la isla italiana de Lampedusa, este hecho incrementa la solidaridad de la sociedad europea. Aunque es la imagen del pequeño niño sirio, Aylan Kurdi, cuyo cuerpo inerte fue encontrado en una playa turca, lo que hace remover las conciencias de los ciudadanos y variar el enfoque de las informaciones. Así como los atentados de París, en el mes de noviembre, que desvían de nuevo el foco de la información. Tal y como afirma Powell (2001), “El máximo impacto de un acto terrorista proviene de la amplia cobertura mediática, creando un clima de temor entre la población, al centrar la atención en el uso de los recursos económicos y militares en la lucha contra el terrorismo por parte del gobierno”

Es importante para el estudio, observar la terminología utilizada por los medios para tratar el tema, si es la correcta y la misma empleada por las partes implicadas, para no crear ninguna confusión entre la sociedad. Analizamos el tipo de cobertura que realizan los medios observando si mantienen distancia con la información o se implican personalmente utilizando un tipo de fuentes determinado. Estudiamos el enfoque que proyectan y si se tratan todos los puntos clave de la crisis y se contextualiza, para tratarla con rigurosidad.

1.- Análisis de los términos utilizados:

Consideramos fundamental la utilización de un lenguaje correcto por parte de los medios, para no llevar al lector a confusión. Al fin y al cabo, esta es una de las misiones del periodista: transmitir con precisión, rigor y claridad un hecho. Por ello, vamos a analizar los términos clave de la crisis:

De acuerdo con la Convención de Ginebra sobre el Estatuto de los Refugiados, un refugiado es una persona que "debido a fundados temores de ser perseguida por motivos de raza, religión, nacionalidad, pertenencia a un determinado grupo social u opiniones políticas, se encuentre fuera del país de su nacionalidad y no pueda o, a causa de dichos temores, no quiera aco-

gerse a la protección de su país; o que careciendo de nacionalidad y hallándose, a consecuencia de tales acontecimientos fuera del país donde antes tuviera su residencia habitual, no pueda o, a causa de dichos temores no quiera regresar a él". Los Estados Contratantes aplicarán las disposiciones de esta Convención a los refugiados, sin discriminación por motivos de raza, religión o país de origen.

Según la Organización Internacional para las Migraciones, migrante económico es la persona que habiendo dejado su lugar de residencia o domicilio habitual busca mejorar su nivel de vida, en un país distinto al de origen. Asimismo, se aplica a las personas que se establecen fuera de su país de origen por la duración de un trabajo de temporada (cosechas agrícolas), llamados "trabajadores de temporada" o temporeros. El migrante irregular es la persona que, habiendo dejado su lugar de residencia o domicilio habitual, busca mejorar su nivel de vida en un país distinto al de origen. El término se aplica a los migrantes que infringen las normas de admisión del país o cualquier otra persona no autorizada a permanecer en el país receptor (también llamado clandestino/ ilegal/migrante indocumentado o migrante en situación irregular).

Desplazados internos son aquellos que han huido de sus hogares, generalmente a consecuencia de una guerra civil, pero que han permanecido en sus países de origen en lugar de buscar asilo en el extranjero.

En las informaciones analizadas hemos comprobado que el término "refugiado" se utiliza de forma generalizada por parte de los medios, de los gobiernos e instituciones y de la sociedad, para asignar a todas aquellas personas que han huido de sus países y están a la espera de que se tramite su solicitud de asilo. Como ejemplo, este titular publicado en *Abc*: "Decenas de refugiados se ahogan en la travesía de Turquía a Grecia"

Podemos observar cómo en muchas de las informaciones se utiliza la palabra "refugiado", para referirse a migrantes de los que aún no se conocen sus circunstancias. Así mismo, encontramos los términos "refugiado de guerra", lo que puede llevar a error y hace que parte de la sociedad crea que solo las personas que huyen de conflictos bélicos, tienen derecho al asilo. Es también común ver impreso en los medios la frase "los refugiados con derecho a asilo..." esto es una redundancia y puede hacer creer que hay refugiados que no tienen ese derecho. Es también común el uso incorrecto de "inmigrante" cuando se refieren a personas subsaharianas que intentan acceder a España por la valla de Melilla y que muchas de ellas, son refugiadas. En las informaciones analizadas, hemos podido encontrar algunos ejemplos de estas circunstancias: "El Mediterráneo sigue siendo una de las vías de tránsito fundamentales para los inmigrantes y refugiados de guerra que quieren alcanzar suelo europeo" (*El País*). "... el reparto equitativo de los miles de refugiados con derecho a asilo en Europa" (*El País*).

Se producen muy pocas alusiones a los desplazados. Tal y como asegura Ryszard Kapuściński, accedemos a la realidad sólo a través de los medios de comunicación social. De esta manera lo que no aparece en los medios, no existe. Si los medios no recogen la realización de un acontecimiento es como si no hubiese tenido lugar, y viceversa, un acontecimiento insignificante reflejado en los medios puede adquirir difusión planetaria.

2.- Tratamiento de la información:

"Encuadrar es seleccionar algunos aspectos de una realidad que se percibe y darles más relevancia en un texto comunicativo, de manera que se promueva una definición del problema determinado, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito" (McCombs 2006: 170).

Nivel cuantitativo

Teniendo en cuenta la *agenda setting* y la teoría del *framing* y utilizando distintas tipologías aportadas por los autores, realizamos un análisis de contenido comparativo entre los dos medios, observando las variaciones en la prioridad y enfoques de las informaciones en las fechas señaladas y posteriores manifestaciones.

De los acontecimientos, del periodo en que hemos fijado la investigación, resultan un total de 364 unidades de análisis que tratan el tema de los refugiados, de las cuales un 55% son elaboradas por *El País* y el 45% están publicadas en *Abc*.

Durante el mes de septiembre, el diario *El País* publica 155 informaciones, de las cuales el 52% son noticias, el 15% son reportajes, el 31% opinión y 2% entrevistas. En noviembre aparecen 46 informaciones, que corresponden al 61% de noticias, 11% de reportajes y 28% de opinión.

El diario *Abc* publica en septiembre un total de 122 trabajos. El 81% corresponde a noticias, el 11% son reportajes y el 8% es opinión. El mes de noviembre tienen 41 informaciones, un 76% son noticias, 5% de reportajes y 19% de opinión.

Nivel cualitativo

Creamos dos grupos en los que diferenciamos el tipo de información que recogen. El primero, al que llamamos grupo A, está compuesto por las informaciones que mantienen más distancia con los protagonistas, sobre reparto de las cuotas de refugiados; apertura, cierre y control de fronteras y medidas de los diferentes gobiernos sobre acogida de refugiados. En el grupo B vamos a incluir las informaciones que requieren más implicación personal y cuentan la realidad más cercana a ellos.

De las noticias publicadas, en septiembre, *El País* tiene un 83% que pertenecen al grupo A, frente al 72% de *Abc* y en el mes de noviembre *El País*

100% y *Abc* 77%. Están incluidas en el grupo B un 17 % de *El País* frente al 28% de *Abc* en septiembre y en noviembre un 0% de *El País* frente al 23 % de *Abc*.

En cuanto a los reportajes del grupo A, en septiembre, *El País* publica 0% y *Abc* 21% y en noviembre, *El País* 80% frente al 100% de *Abc*. El 100% de los reportajes de *El País* en septiembre pertenecen al grupo B, frente al 79% de *Abc* y en noviembre, 20% *El País* y 0% *Abc*.

Observando estos porcentajes, comprobamos que se producen bastantes más informaciones sobre la crisis humanitaria de los refugiados en septiembre, coincidiendo con la publicación de la fotografía de Aylan Kurdi, se recurre al reportaje para profundizar en su situación y poner cara a los protagonistas. En el mes de noviembre y, sobre todo, a partir de los atentados de París, se reducen considerablemente las publicaciones sobre el tema. La mayoría de los reportajes de los dos medios están realizados por sus propios corresponsales, con fuentes propias, declaraciones de protagonistas y datos de organismos oficiales y organizaciones no gubernamentales.

Los dos diarios se comportan de una manera similar, en cuanto a cambiar el foco de la información según se producen los acontecimientos. Es *El País* el que realiza más informaciones, con 201 frente a las 163 de *Abc*. El primero genera más reportajes en profundidad y más opinión, mientras que *Abc*, publica un mayor número de noticias. Tan solo se producen tres entrevistas en todo el periodo estudiado, son realizadas a expertos y publicadas en *El País* en el mes de septiembre. Destaca la creación de una sección propia bajo cintillos en *Abc*, en septiembre.

A raíz de los atentados de París, no se publica prácticamente ninguna noticia sobre naufragios y muertes de los refugiados. Según un seguimiento de prensa realizado por Accem, ONG que trabaja con personas refugiadas e inmigrantes, durante el mes de noviembre, las agencias de prensa siguen informando de numerosas muertes de personas que intenta llegar a Europa. Ninguno de los dos medios lo recoge.

Conclusiones

McCombs y Shaw, en 1972, acuñaron el término agenda setting para referirse al poder de los medios de comunicación de masas de dirigir la atención de la opinión pública hacia ciertos temas particulares, que aquéllos presentan como los más sobresalientes y problemáticos en cada momento (McCombs y Shaw 1972: 176-187).

Antes de que la imagen del niño sirio diese la vuelta al mundo, la mayoría de las informaciones que se presentan en ambos medios, son mayoritariamente noticias de datos, cifras de refugiados, cuotas que la Unión Europea exige a cada país. Muy pocas informaciones de centran en las historias per-

sonales. A raíz de que se publique la fotografía de Aylan, se producen multitud de reportajes personalizados en familias que huyen de la barbarie y los refugiados dejan de convertirse en números, para tener cara, nombre y una tragedia que contar. Las informaciones las narran los corresponsales y enviados especiales de los medios y aparecen más adjetivos en los textos, que hacen perder la asepsia y objetividad del periodista.

El foco de la información varía cuando se producen los atentados de París. Ambos medios centran sus noticias en informar sobre el hecho: 137 personas murieron y otras 415 resultaron heridas. Se atiende al criterio de proximidad geográfica que hace que los centenares de muertos en otros acontecimientos, no cuenten lo mismo. La denominada Ley de McLurg (Schlesinger, 1977) que establece una escala gradual de la noticiabilidad de los desastres: en Europa, un europeo equivale a 28 chinos o 2 mineros de Gales equivalen a 100 de India y la regla del “muerto quilométrico” de Kaiser (1963) que da más probabilidad de aparición en los noticiarios al muerto cuanto más cerca esté.

El máximo impacto de un acto terrorista proviene de la amplia cobertura mediática, creando un clima de temor entre la población, al centrar la atención en el uso de los recursos económicos y militares en la lucha contra el terrorismo por parte del gobierno (Powell, 2001). En las publicaciones analizadas existen algunos criterios a la hora de colocar las informaciones, que pueden crear una confusa asociación de ideas entre terrorismo y refugiados. Al publicar una noticia de terroristas junto a otra de refugiados que entran a Europa o al realizar una extensa información sobre uno de los terroristas, para indicar que entró por las fronteras de Grecia como refugiado y no hacer ninguna sobre la procedencia de los demás terroristas, se está haciendo una selección que da relevancia a este hecho. De los principales ataques terroristas en todo el mundo en los últimos años, la gran mayoría han sido perpetrados por ciudadanos nacidos en los países afectados. En las palabras del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados, Antonio Guterres, "no son los flujos de refugiados los que causan el terrorismo, es el terrorismo, la tiranía y la guerra los que crean refugiados."

Un detalle que nos parece relevante de la investigación, es el hecho de que no aparezcan casi informaciones sobre los desplazados. El número de los desplazados internos alrededor del mundo es alto. Según los datos del Observatorio sobre el Desplazamiento Interno del Consejo Noruego para Refugiados (IDMC-NRC), a finales de 2015, en todo el mundo, había 40,8 millones de personas desplazadas internamente por causa de conflictos armados - 2,8 millones más que en 2014 - el 53% de los cuales están en cinco países afectados por conflictos: Siria, Colombia, Irak, Sudán y Yemen. Los desplazados internos están entre las personas más vulnerables del mundo. A diferencia de los refugiados, los desplazados internos no cruzan fronteras internacionales en busca de seguridad y protección, sino que permanecen

dentro de su propio país. Esto nos hace preguntarnos si el problema al que hay que buscar solución es el de las personas que huyen de sus países o de cómo Europa se va a hacer cargo de tanta gente. Si los desplazados no aparecen en los medios, atendiendo a la idea de Kapuściński, no existen.

Tras la investigación, podemos concluir que, la población no tiene las informaciones suficientes para comprender esta crisis humanitaria. No se habla de las ventajas de las migraciones, como la demográfica. No se hace un seguimiento de las personas que han conseguido el asilo para asegurar que han sido integradas. Tampoco aparecen informaciones sobre el número de personas a las que se les niega el derecho al asilo y los motivos. Las únicas soluciones que se plantean, son para intentar parar el flujo de migrantes y hacer un reparto equitativo. No aparecen noticias de posibles soluciones al problema de fondo, es decir, a la forma de que los refugiados puedan permanecer en sus países, con todas las garantías.

En este panorama de confusión informativa, se hace cada vez más complejo que la ciudadanía se forme un criterio capaz de generar una respuesta social que exija a los poderes políticos e institucionales una actitud contundente que preserve los derechos y las garantías de aquellos que se han visto obligados a desplazarse y que, además, construya vínculos de convivencia y solidaridad inherentes a un contexto democrático.

Bibliografía

ABAD, L.; CUCÓ A. e IZQUIERDO A. (1993): *Inmigración, pluralismo y tolerancia*. Madrid, Popular.

IYENGAR, S. (1994). *Is anyone responsible? How television frames political issues*.

Chicago, EEUU: University of Chicago Press.

IYENGAR, S., & SIMON, A. (1993). News coverage of the Gulf crisis and public opinion: A study of agenda-setting, priming, and framing. *Communication Research*, 20, 365–383

MCCOMBS, M., SHAW, D. (1972). "The agenda setting function of mass media", *Public Opinion Quarterly*, 36.

OLSSON, E. K., NORD, L. W., & FALKHEIMER, J. (2015). Media coverage crisis exploitation characteristics: A case comparison study. *Journal of Public Relations Research*, 27(2), 158-174.

POWELL, K. A. (2011). Framing Islam: An analysis of US media coverage of terrorism since 9/11. *Communication Studies*, 62(1), 90-112.

REGUERA, G. B. (2011). De la demonización al racismo (sobre la deshumanización del otro). *Criterio jurídico*, 8(2).

- ROMERO-RODRÍGUEZ, L. M. (2014). *Pragmática de la desinformación: Estrategias e incidencia de la calidad informativa de los medios*. Tesis Doctoral. Repositorio Institucional Arias Montano, Huelva: Universidad de Huelva. Disponible en línea en: <http://goo.gl/DyhUi3>
- SÁDABA, María Teresa. (2001). “Origen, aplicación y límites de la ‘teoría del encuadre’ (Framing) en comunicación”. *Comunicación y Sociedad*, v. 14. n. 2, p. 143-175.
- SÁDABA, María Teresa. (2008). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 251 p.
- SÁNCHEZ SÁNCHEZ, José Francisco. (1994). “Objetividad y verdad en el discurso periodístico”, en *Estudios de periodística*, 2, II Congreso de la Sociedad Española de Periodística, Barcelona.
- SCHLENSIGER, Philip (1977): “Newsmen and Their Time Machine”, *British Journal of Sociology*, vol. 28, No. 3.
- TUVILLA, J. (1997): «Derechos humanos y medios de comunicación». *Comunicar*, 9; 77-86.

CAPÍTULO XI

LA FUERZA DE LAS PALABRAS. CONCEPTOS QUE GANAN ELECCIONES

Aurora García González

Iria Darriba Freire

Universidad de Vigo

1. Introducción

La finalidad de este estudio fue realizar una demostración del poder que las palabras pueden llegar a tener en el contexto de la publicidad institucional o política. El marco de estudio fue la comunicación política en España, y el estudio se basó en los discursos de los líderes de las diferentes fuerzas políticas en 2015. La principal dificultad en el transcurso de este trabajo fue la celeridad con que se suceden los cambios y la multiplicidad de las informaciones. Esto constituía una traba a la hora de realizar los análisis de los discursos, ya que diariamente aparecían nuevas intervenciones de los diferentes líderes de cada partido. Y por otro lado, las principales fuerzas políticas sufrieron algunos cambios en el transcurso de la investigación.

Además, a la hora de analizar los discursos, sólo PP y PSOE poseían en su página web un espacio con todas sus intervenciones; mientras que tanto Podemos como Ciudadanos tan sólo almacenaban resúmenes de sus intervenciones públicas, por lo que el análisis de estos discursos resultó más complejo al tener que analizar el vídeo del discurso, y no disponer del material escrito.

2. Metodología

En este estudio se ha realizado una investigación analítico-deductiva. Se trata de un proyecto de investigación básica que partió de la pregunta: ¿Juegan las palabras un papel clave en las campañas políticas actuales?

Para confirmar esta pregunta se formularon las siguientes hipótesis:

H1 El uso de la palabra para reforzar los conceptos generales juega un papel clave en el desarrollo de una campaña política.

H2 Todos los partidos políticos emplean técnicas discursivas como parte de la estrategia de su campaña

H3 El empleo de recursos retóricos potencia el contenido del discurso que se dirige al público

H4 Los partidos recurren a la fuerza de las palabras como eje de sus discursos

La investigación se planteó los siguientes objetivos:

Reflexionar sobre el tratamiento de los discursos en el panorama político español

Demostrar que las palabras son un elemento clave en las campañas políticas contemporáneas

Analizar las técnicas empleadas en algunos de los discursos políticos ligados a la historia de la democracia.

Analizar los discursos de las cuatro fuerzas políticas que participarán en las elecciones generales de 2015 en España

Para confirmar o refutar las hipótesis planteadas, se realizó un análisis del panorama político español, analizando el discurso de las cuatro fuerzas políticas que, encabezaron las elecciones generales de 2015. Se analizaron los discursos de los líderes de los diferentes partidos: Mariano Rajoy (Partido Popular), Pedro Sánchez (Partido Socialista Obrero Español), Pablo Iglesias (Podemos) y Albert Rivera (Ciudadanos).

El análisis se centró en el uso de técnicas discursivas, en la forma de emplear el lenguaje de los diferentes líderes, así como el uso de palabras clave o conceptos que ayudan a empatizar con el público y transmitir diferentes valores de una forma más expresiva.

3. Análisis de los discursos de los partidos en las elecciones de 2015

Entre el 20 de noviembre y el 20 de diciembre de 2015 se celebrarán las elecciones generales en España, las duodécimas elecciones desde la Transición. Estas elecciones suceden a las pasadas elecciones de 2011, en las que el Partido Popular se proclamó ganador en un momento de crisis económica.

El panorama de campaña de 2015 plantea novedades y diferencias frente a las elecciones pasadas: partidos políticos que aparecen y otros que comienzan a perder su fuerza del pasado. Algo a lo que España no está acostumbrada ya que los partidos que lideraban no solían sufrir modificaciones. En 2015, según el informe CIS publicado en el mes de abril, los partidos que lidera son: Partido Socialista Obrero Español, Podemos, Partido Popular y Ciudadanos.

La aparición de nuevos partidos políticos con tan buenas previsiones es uno de los factores que caracteriza a estas elecciones de 2015: *“La irrupción de Podemos, la renovación del PSOE, el desgaste en el Gobierno del PP tras la peor crisis económica y los casos de corrupción que salpican a unos y otros marcan un año de elecciones en las que, por primera vez en mucho tiempo, no hay nada claro ni decidido de antemano. El bipartidismo imperante se ve amenazado.”* (Diario *El Mundo*, 14/05/2015)

De esta forma, según el informe del CIS del mes de abril, las próximas elecciones podrían dar comienzo a un gobierno de Podemos, liderado por Pablo Iglesias, del Partido Socialista de Pedro Sánchez, de Ciudadanos que lidera Albert Rivera, o podría continuar el gobierno de Mariano Rajoy, representante del Partido Popular.

3.1. Campaña 2015. Partido Socialista Obrero Español.

El Partido Socialista se presenta a las elecciones de 2015 tras haber perdido las elecciones de 2011, con Alfredo Rubalcaba como líder del partido socialista, frente al Partido Popular, con un 25'32% de los votos frente al 41'89% que obtuvo el partido de Mariano Rajoy.

El Partido Socialista estuvo en el poder durante dos candidaturas, entre 2004 y 2011, cuando el descontento social producido por la crisis económica y la presión de la oposición por conseguir soluciones, llevaron al presidente José Rodríguez Zapatero a convocar unas elecciones anticipadas en noviembre de 2011.

Para las elecciones de 2015, el Partido Socialista Obrero Español presenta a un nuevo candidato a presidente del gobierno: Pedro Sánchez. Éste partido se ha visto obligado a realizar cambios internos para fortalecerse de cara a las elecciones de 2015: *“Cambiando el PSOE empezamos a cambiar España, esa es la convicción que me llevó a presentar mi candidatura a la Secretaría General y ese es el reto que tenemos por delante. Construir un nuevo socialismo para un tiempo nuevo que nos exige una forma de entender y practicar la política más abierta, más transparente, más participativa. Un proyecto reformista para una segunda transición económica y social que vea en la educación pública, la sanidad universal y la protección social lo que siempre han sido: un dique contra la injusticia y el mejor pilar de la competitividad.”* (Pedro Sánchez, Carta a la militancia; 16 de julio de 2014).

a) Estructura del discurso.

La estructura que sigue Pedro Sánchez en sus discursos refleja una estructura organizada pero mucho más sencilla y simple que la que encontramos en los discursos de Mariano Rajoy. El líder socialista comienza su discurso con una alusión amable a los presentes: *Compañeros y compañeras, Amigos y amigas*; o alude directamente al presidente de gobierno cuando se trata de actos oficiales: *Señor Rajoy*. Tras este breve saludo, suele dirigirse directamente al tema central y a sus argumentaciones, y para finalizar realiza el cierre del discurso también de una forma muy sencilla: *Gracias, Muchas gracias*. La parte central del discurso acostumbra a organizarse en base a la técnica de la repetición, es decir, utiliza siempre la misma frase

para comenzar la oración; esto permite organizar los puntos de los que se quiere hablar, así como aportar fuerza a sus palabras.

b) Alusiones

Otra forma de dar fuerza a su discurso dirigir sus críticas al equipo de gobierno, ya que no sólo alude al presidente del gobierno, sino que se dirige de forma directa a la persona (ministro o no) que considera responsable de dicho acto:

“Y ¿cómo es posible que en la sociedad del conocimiento haya más problemas todavía para acceder a una FP a distancia? ¿Cómo es posible señor Wert?” (Debate presupuestos Generales del Estado; Madrid, 21 de octubre de 2014)

“Señor Montoro, ambas realidades existen, el fraude fiscal y la pobreza infantil. Y lo indigno es su respuesta.” (Debate presupuestos Generales del Estado; Madrid, 21 de octubre de 2014)

“Con un ministro Montoro más preocupado por justificar y excusar el fraude del PP que por perseguirlo.” (Comité Federal; Madrid, 28 de marzo de 2015)

“Además, el Fondo en otro informe publicado recientemente, concluye que la desigualdad, las diferencias de ingresos, se reducen cuanto más fuerte es la negociación colectiva, señora Báñez; cuanto más formada está la población, señor Wert, y cuanto más fuerte es el Estado del Bienestar.” (Discurso en el Consejo Europeo; 15 de abril de 2015)

Aunque también son constantes y mayoritarias, las alusiones directas al líder del Partido Popular: *“Vender rebajas de impuestos, aunque sea para unos pocos, y confiar en base a unas previsiones irreales que los ingresos fiscales van a aumentar, no es economía, es ficción. Ficción, señor Rajoy, de serie B, señor Rajoy, como la contabilidad de su partido.”* (Debate por los Presupuestos Generales del Estado; 21 de octubre de 2014); *“Con estas cifras Sr. Rajoy, ¿cómo pueden presumir de rigor presupuestario?”* (Discurso en el Consejo Europeo; 15 de abril de 2015); *“Sr. Rajoy, ¿usted que sabe de los españoles? ¿A qué españoles se refiere?”* (Debate sobre el estado de la nación; 24 de febrero de 2015). Así, de forma directa, dirige Pedro Sánchez sus críticas al presidente del gobierno, empleando también las preguntas retóricas de forma habitual en sus discursos.

Los discursos del Partido Socialista de cara a las elecciones de 2015 contienen muchas alusiones al pasado histórico socialista. De esta forma, Pedro Sánchez menciona en sus discursos a varios políticos socialistas de la democracia:

“Mi organización es el partido de la izquierda transformadora, no conservadora. Como dijo una vez, Felipe González: ‘Otro mundo no es posible.

Sencillamente porque no hay otro. Así que debemos hacer mejor este mundo’.” (Foro Cinco Días; Madrid, 1 de diciembre de 2014)

“(…) con proyectos y equipos renovados, y con las ganas de liderar de nuevo, como hicimos en 1982, la modernización de nuestra fiscalidad, educación, energía y mercado de trabajo.” (Comité Federal; Madrid, 28 de marzo de 2015)

“Los grandes avances de la Unión Europea a lo largo de la historia se produjeron con un canciller europeísta conservador alemán, Kohl, dos presidentes europeístas socialistas, Felipe González y Jacques Delors.” (Discurso en el Consejo Europeo; 15 de abril de 2015)

“Las horas de espera de cientos de miles de españoles que quisieron rendirle tributo me hacen creer que para modernizar España, debemos cambiar la política tal y como hicieron gigantes de la política como Adolfo Suárez, como Santiago Carrillo, como Tarradellas, junto a políticos de nuestra familia, políticos socialistas como Felipe González y Alfonso Guerra.” (Discurso en el Pleno del Grupo Parlamentario Socialista; 8 de enero de 2015)

“El final de ETA del que hoy precisamente se cumple su aniversario. Son conquistas que tienen una siglas: las del Partido Socialista Obrero Español; y tienen también unos nombres propios, los de Felipe González y José Luis Rodríguez Zapatero.” (Discurso en el Pleno del Grupo Parlamentario Socialista; 8 de enero de 2015).

“Lo hizo Felipe cuando nadie creía que el Partido Socialista estaba llamado a desempeñar un papel central en el futuro de España. Lo hizo también José Luis cuando la derecha quiso arrebatarnos todos aquellos derechos y libertades que habíamos conquistado durante estos últimos años de democracia.” (Discurso en el Pleno del Grupo Parlamentario Socialista; 8 de enero de 2015).

Menciona a Felipe González, expresidente del gobierno durante 13 años y líder del Partido Socialista; Alfonso Guerra, diputado y vicepresidente socialista; José Luis Rodríguez Zapatero, expresidente del gobierno; Adolfo Suárez, primer presidente del gobierno de la democracia y figura clave en la Transición Española; Santiago Carrillo, militante del Partido Socialista y figura relevante de la oposición al franquismo y de la Transición; también menciona el año 1982, fecha en la que se celebraron elecciones generales en las que el PSOE ganó por amplia mayoría absoluta al partido que entonces se denominaba Alianza Popular. Con estas referencias a diferentes representantes del socialismo, Pedro Sánchez trata de realizar una transfusión del éxito que el socialismo cosechó en el pasado, así como de sus valores, hacia el presente, ya que la pérdida de las elecciones de 2011 frente al Partido Popular mostraba una crisis en el partido. Con esta transfusión se

busca mejorar el posicionamiento del partido, que sufrió pérdida de credibilidad durante el gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero. La idea que trata de transmitir con estas referencias a personajes socialistas, se resume en una frase que el propio Pedro Sánchez emplea en uno de sus discursos: *“Y lo bueno del pasado que tenemos los socialistas es que nos hemos enfrentado muchas veces con los problemas de nuestro país. Y que sabemos con qué espíritu de entrega se enfrentan y se resuelven.”* (Plenario del Grupo Parlamentario Socialista, 8 de enero de 2015).

Al igual que emplea la transfusión de referentes del pasado para apoyar a su partido, utiliza la misma técnica para desfavorecer al Partido Popular: *“Lo que llamamos la economía de la igualdad, no del igualitarismo sino la del esfuerzo, el mérito y la capacidad dejando atrás el capitalismo de amiguetes que puso en pie la derecha con Aznar al frente.”* (Foro Cinco Días; Madrid, 1 de diciembre de 2014). De esta forma ataca al partido de Mariano Rajoy, utilizando a modo de crítica uno de los iconos que ellos utilizan como referente positivo. Otra transfusión de valores negativos tiene lugar cuando Pedro Sánchez menciona a Luís Bárcenas, extesorero del Partido Popular imputado por corrupción en el denominado Caso Gürtel: *“Esos son sus logos, sr. Rajoy. En la historia de España su nombre estará ligado a la precariedad, las subidas masivas de impuestos y a Bárcenas”* (Debate del Estado de la Nación, 24 de febrero de 2015).

De forma reiterada aparecen alusiones al Partido Popular y al gobierno, en mayor medida que a otros partidos, a los que Pedro Sánchez a penas menciona. En los discursos son constantes las oposiciones entre Partido Popular y Partido Socialista, oposición que Pedro Sánchez establece utilizando diferentes términos para referirse al Partido Popular:

“Son ustedes el gobierno más intervencionista de la democracia. Son ustedes la derecha de siempre, señor Rajoy.”(Discurso en el Consejo Europeo; 15 de abril de 2015)

“Poniendo fin, de una vez por todas, al azul monocolor que tiñó España en 2011.” Discurso en el Consejo Europeo; 15 de abril de 2015)

“Lo que llamamos la economía de la igualdad, no del igualitarismo sino la del esfuerzo, el mérito y la capacidad dejando atrás el capitalismo de amiguetes que puso en pie la derecha con Aznar al frente.” (Foro Cinco Días; Madrid, 1 de diciembre de 2014)

“¿Esta era la recuperación prometida por la derecha?” (Discurso en el Pleno del Grupo Parlamentario Socialista, 8 de enero de 2015)

Esta oposición a lo que Pedro Sánchez denomina *la derecha* es una forma de contraponer sus valores, y aprovechar así las múltiples críticas que el gobierno tuvo en los últimos años. Y, por otro lado, también refuerza valo-

res positivos del bando opuesto que es el partido socialista: “*Empezaré hablando de la igualdad, la estrella polar de la izquierda, como decía Norberto Bobbio*” (Plenario del Grupo Parlamentario Socialista, 8 de enero de 2015).

c) Dicotomía

Pedro Sánchez afirma de forma literal la existencia de éste enfrentamiento directo por su parte: “*Mi adversario es la derecha. Es Rajoy*” (Entrevista en Antena3; El Hormiguero, 17 de septiembre de 2014). De esta forma, puede considerarse que estas transfusiones de ideas llevan a establecer una dicotomía entre ambos partidos, al obviar a los otros que también representan fuerzas políticas que deberían tenerse en cuenta. Aunque es necesario apuntar que sí existen menciones explícitas a otros partidos, concretamente a Podemos al posicionarse como segunda fuerza política según los informes del CIS: “*Los segundos, Podemos, pretenderán esconder sus trasnochadas y vacuas propuestas simplificando la complejidad de los retos a los que se enfrenta España, en el cuento de la casta.*” (Plenario del Grupo Parlamentario Socialista, 8 de enero de 2015). En esta alusión, poco común en sus discursos, resulta llamativo el uso del término *casta*, ya que es uno de los conceptos que el líder de Podemos emplea de forma frecuente, y a modo de crítica, para denominar a los partidos políticos que siempre han estado en el poder.

d) Uso del lenguaje

Por otra parte, los discursos del PSOE se caracterizan por un lenguaje sencillo, nada rebuscado, incluso se puede encontrar en ellos frases cotidianas como “*manos a la obra*”, y metáforas que enriquecen la redacción: “*Y quiere decirnos que ese horizonte electoral, es un horizonte de esperanza para los socialistas.*” (Plenario del Grupo Parlamentario Socialista, 8 de enero de 2015). También existen citas a personajes ajenos a la política: “*Una comunidad, un país, siempre es un proyecto compartido, por eso el verdadero cemento de toda sociedad –decía Victoria Camps– es la confianza.*” (Foro Cinco Días; Madrid, 1 de diciembre de 2014). Estos son algunos de los recursos que el líder socialista utiliza para empatizar con el público y amenizar y facilitar el discurso.

e) Síntesis

En conclusión, Pedro Sánchez presenta un discurso cargado de ataques directos al gobierno vigente, el Partido Popular encabezado por Mariano Rajoy, de forma precisa y argumentada. No existen prácticamente alusiones a otros partidos, a no ser que se le pregunte directamente por ellos, en cuyo caso responde de forma breve para no entrar en detalles. Al dirigirse al Partido Popular lo hace siempre con alusiones *a la derecha*, esta es una forma

de posicionarse de forma opuesta a los valores del partido que gobierna. De la misma forma, busca constantemente el recuerdo a personajes socialistas de la historia española, como forma de recordar los valores del partido que cosecharon éxitos pasados en España, y superar así las razones que llevaron al Partido Socialista a perder las elecciones de 2011 frente al Partido Popular. Estas referencias al pasado socialista se hacen siempre ligadas a la historia democrática de España, de esta forma aprovecha los valores positivos que posee la democracia para fortalecer la imagen del socialismo. Por tanto, la idea a la que el Partido Socialista trata de darle más fuerza es al concepto de socialismo: *“Y porque es verdad que las clases medias y trabajadoras encontrarán buen empleo, recuperarán sus derechos laborales y sociales con gobiernos socialistas. Porque es verdad que la derecha equivale a desigualdad. Porque es verdad que socialismo es igualdad y que igualdad es la bandera por la que merece la pena luchar.”* (Plenario del Grupo Parlamentario Socialista, 8 de enero de 2015). Se apoya en este concepto, huye del término de *izquierdas*, a pesar de que sí etiqueta a su competencia con el término de *derechas*. Esta distinción se produce al existir otra fuerza política, Podemos, que se posiciona también en esta corriente izquierdista. Así, el Partido Socialista, utiliza el socialismo como etiqueta propia para diferenciarse de las demás fuerzas políticas.

3.2. Campaña 2015. Partido Popular.

El Partido Popular es el partido que gobierna desde las elecciones de 2011, en las que obtuvo una amplia mayoría frente al, entonces presidente del gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero. Desde esas elecciones el panorama político ha sufrido muchos cambios, a causa del nacimiento de nuevos partidos políticos que han desplazado a otras fuerzas políticas. Así, en abril de 2015, el informe del CIS sitúa al Partido Popular como primera fuerza política con escasa diferencia frente al Partido Socialista, y seguidos por dos partidos de reciente creación: Podemos y Ciudadanos.

a) Estructura del discurso

La estructura de los discursos del Partido Popular presenta diferencias frente a sus discursos de 2011. En la pasada campaña sus discursos se caracterizaban por una marcada organización en la que el saludo inicial estaba lleno de agradecimientos a los asistentes, organizadores o miembros del partido involucrados en dicho acto, y un cierre de agradecimientos menos extenso. En los discursos de campaña para las elecciones de 2015 nos encontramos con una organización mucho más sencilla, llena de alusiones a los presentes con la fórmula: *“Amigos y amigas”*, que se repite a lo largo del discurso. Esta sencillez puede apreciarse en la entrada del discurso, ya que el tema central y los argumentos suelen precederse con un simple:

“Queridas amigos, queridas amigas, muchas gracias a todos”; u otras fórmulas similares.

b) Alusiones

En el parte central del discurso, a penas encontramos alusiones a otros partidos políticos, a diferencia de los discursos previos a las elecciones de 2011. En estos discursos encontramos un claro uso de la técnica que se denomina despersonalización del referente que consiste en no nombrar directamente a la persona de quién se habla; así nos encontramos con sentencias como:

“Unos no se explican y a otros no se les entiende cuando hablan de este asunto.” (Convención Nacional del PP; Madrid, 25 de enero de 2015)

“La memoria es muy volátil, sobre todo la de algunos” (Convención Nacional del PP; Valladolid, 2 de febrero de 2014)

“Hay quien dice que no tomamos decisiones” (Junta Directiva Nacional; Madrid, 7 de marzo de 2015)

“Hay quien cree que esto cae del cielo. Hay quien piensa que esto ha sido así toda la vida.” (Escuela de verano del PP; El Escorial, 12 de julio de 2014)

“Hay quien tiene afición a las malas noticias o a explicar lo mal que va todo y se ha intentado transmitir al conjunto de la sociedad española que todas estas cosas se habían hecho a costa de la política social.” (Clausura Campus FAES 2014; Guadarrama, 6 de julio de 2014)

Estas alusiones se dirigen a las otras fuerzas políticas, son sentencias generales a las oposiciones del gobierno popular, sin dirigirse de forma explícita a ningún partido. Pero también existen alusiones al PSOE en concreto, pero casi nunca son directas, o siempre suavizadas mediante algún etiquetamiento, o mediante el uso de algún otro tipo de recurso: *“Nos criticaban, ¿y quién lo hacía? Quienes pregonaban brotes verdes y amaneceres luminosos”* (Convención Nacional del PP; Valladolid, 2 de febrero de 2014); *“Esos que presumen de ser muy sociales”* (Convención Nacional del PP; Valladolid, 2 de febrero de 2014). Las alusiones más directas se dirigen al conjunto de *los socialistas*:

“Hemos visto como los socialistas ahora dicen que se equivocaron en bloque cuando propusieron llevar a la Constitución la estabilidad presupuestaria.” (Clausura de las Jornadas Estabilidad y Buen Gobierno en Corporaciones Locales; Barcelona, 29 de noviembre de 2014)

“No volverán a aplicarse nunca más en España las políticas socialistas que sólo han traído ruina y problemas a este país”. (Discurso en Madrid, 11 de abril de 2015)

“Se hablaba del aumento del paro después de una legislatura en la que 3.400.000 españoles perdieron su puesto de trabajo y todavía, desde el

PSOE, algunos quieren dar lecciones en materia de creación de empleo, después de una legislatura como esta” (Jornadas Estabilidad y Buen Gobierno en Comunidades Autónomas; Cáceres, 8 de noviembre de 2014)

Estas referencias al PSOE aluden a la etapa del gobierno socialista de José Luis Rodríguez Zapatero, que fue una etapa de crisis económica y descontento social. Esta es una forma de realizar una transfusión entre lo que los ciudadanos sintieron hacia el gobierno socialista en ese momento concreto y el sentimiento que les despierta ahora la candidatura de Pedro Sánchez. Este mismo efecto se busca con las alusiones constantes al estado del país en el año 2011, cuando el PP ganó las elecciones:

“Nosotros cogimos España, estas cosas es bueno recordarlas, en una situación de prequiebra, apunto de un rescate, como recordaba en su intervención la secretaria general.” (Junta Directiva Nacional; Madrid, 7 de abril de 2015).

“Este año España va a ser el país de la zona euro que más crezca. ¿Quién iba a decir eso en el año 2012? Nadie. Tengo que decir que yo tampoco. Nadie.” (Junta Directiva Nacional; Madrid, 7 de abril de 2015).

“Voy a hacer un brevísimos recordatorio de cómo estábamos a finales de 2011. España tenía todos los desequilibrios económicos: déficit público, déficit exterior, inflación, tenía una parte sustancial de su sistema financiero prácticamente en quiebra, una enorme deuda externa, gravísimos problemas de competitividad...” (Escuela de verano del PP; El Escorial, 12 de julio de 2014)

“Voy a hacer un breve recordatorio de cómo estábamos en el año 2011. España estaba en recesión, el crecimiento económico era negativo, el sector exterior estaba en déficit, el déficit público estaba por encima del 9%, la inflación era muy elevada (...)” (Clausura Campus FAES 2014; Guadarrama, 6 de julio de 2014)

“Los dos primeros años de la legislatura nos vimos obligados a recomponer con grandes esfuerzos todas nuestras líneas diezmadas por siete años de gobierno socialista.” (Inicio del curso político; Soutomaior, 31 de agosto de 2014)

Estas alusiones al estado del país en determinados periodos facilitan que el PP pueda criticar al PSOE sin tener que hacerlo de forma directa, sino que lo hace mediante el empleo de datos y mediante el recuerdo de cuál era la opinión social mayoritaria en aquel momento.

En cuanto a las otras fuerzas políticas, el Partido Popular apenas realiza mención alguna, y cuándo las hace son tan indirectas que en un discurso extenso podrían pasar desapercibidas, aunque sin duda se dirigen a los que socialmente se denominan partidos “nuevos”: *“Amigos y amigas, nuestra*

historia tiene más de 24 horas. Votarnos a nosotros no es hacer experimentos ni jugar a la ruleta” (Junta Directiva Nacional; 7 de abril de 2015); *“El PP es un partido con historia, que no nació hace media hora.”* (Mitin en Tarragona, 8 de mayo de 2015). Después existen muchas otras que se dirigen al conjunto de fuerzas políticas que presentan sus candidaturas a las elecciones generales de 2015, pero siempre mediante una despersonalización del referente, cuyos ejemplos se citaron anteriormente.

c) Conceptos

Uno de los recursos más utilizados por el Partido Popular de cara a las elecciones de 2011 había sido la idea de la necesidad de un *cambio*. El concepto de cambio sigue presente en los discursos previos a las elecciones generales de 2015, pero el concepto se emplea de forma distinta, ya que muchos otros partidos políticos hablan a la población de la necesidad de un cambio (como el Partido Popular había hecho de cara a las anteriores elecciones en referencia al anterior gobierno socialista). De esta forma el PP afirma que se debe continuar con el cambio que ellos ya iniciaron en 2011:

“Tengo que decir que se está produciendo un cambio que va a continuar en el futuro, lo cual se traduce en que esto mejora y va a seguir mejorando en los próximos meses.” (Clausura Campus FAES 2014; Guadarrama, 6 de julio de 2014)

“Y quiero decir esto desde ahora mismo, desde el principio: el cambio ya se ha producido. El cambio es una realidad y ahora nos toca profundizar en él y seguir adelante.”(Convención Nacional del PP; Madrid, 25 de enero de 2015)

“Amigas y amigos, son las medidas con las que pretendemos continuar ese proceso de cambio que se ha iniciado en España hace tres años largos; ese proceso de cambio que nos ha llevado de la amenaza del rescate”. (Presentación de Programa Marco y candidatos autonómicos; Madrid, 11 de abril de 2015)

d) Uso del lenguaje

En su conjunto, el discurso de Rajoy a lo largo de esta campaña es un discurso sencillo que se dirige a los ciudadanos de forma directa y utiliza siempre cifras y datos concretos en sus argumentaciones. Emplea muchas frases de carácter coloquial como: *“Harina de otro costal es lo que hacen algunos.”* (XXXVI Aniversario de la Constitución de 1978; La Granja de San Ildefonso, 13 de diciembre de 2014); *“Y mientras tanto la casa sin barrer”* (Clausura Campus FAES 2014; Guadarrama, 6 de julio de 2014).

También emplea mucho las preguntas retóricas para criticar de forma directa los errores cometidos por el gobierno anterior, y para reconocer el mérito del trabajo realizado por su partido durante el gobierno:

“(...) ¿estamos mejor que hace 4 años, sí o no? ¿la economía española está mejor que hace 4 años, sí o no?(...)” (Presentación de Programa Marco y candidatos autonómicos; Madrid, 11 de abril de 2015)

“¿Ha habido o no un cambio en España desde que gobierna nuestro partido? ¿Se pueden decir hoy las mismas cosas que se decían hace tres años?” (Convención Nacional del PP; Madrid, 25 de enero de 2015) *“(...)¿cómo es posible que en poco más de dos años España haya pasado de ser el farolillo rojo de Europa a encabezar el crecimiento económico en el continente?, ¿cómo es posible que de ser el país que más empleo destruía en toda Europa se haya convertido en el que más empleo está creando?”* (XXXVI Aniversario de la Constitución de 1978; La Granja de San Ildefonso, 13 de diciembre de 2014)

e) Síntesis

En conclusión, los discursos de Mariano Rajoy de cara a las elecciones generales de 2015 se caracterizan por ser directos, por el uso constante de datos y cifras, y también por la presencia constante de ejemplos de la labor que su partido ha llevado a cabo a lo largo de su legislatura. A diferencia de los discursos de campaña de las elecciones anteriores, no establece un enfrentamiento directo con ningún partido, sino que se centra en recordar porqué el Partido Popular salió elegido en las elecciones de 2011. Busca que los ciudadanos recuerden porqué obtuvieron la mayoría absoluta que les llevó al gobierno de España, cuándo el PSOE no cumplía correctamente con sus funciones de gobierno. Así disuade a los ciudadanos de dar su voto al partido socialista, les recuerda el descontento que les generó en el pasado. De esta forma desarrolla un discurso en el que se diferencia un recuerdo constante a los errores cometidos por el PSOE durante su gobierno anterior, frente a otra parte de discurso en la que se alude a todo lo avanzado por el Partido Popular desde que está en el gobierno, y deja claro que el país se encuentra en mitad de un proceso de mejora. Así, el concepto del cambio vuelve a ser un factor clave en la campaña, unido a la idea que transmite el Partido Popular de estar sólo, es decir, de ser la única fuerza que pueda continuar con la labor de cambio político.

3.3. Campaña 2015 Podemos

Podemos es uno de los partidos políticos que según las cuéstan encabezará las elecciones de 2015 (informe del CIS), estas fuerzas políticas se dividen en partidos “nuevos”, Podemos y Ciudadanos, y partidos “viejos”, PP y PSOE.

Podemos nace en el año 2014, encabezado por Pablo Iglesias Turrón, y fue un partido político que realizó una campaña inicial muy fuerte, dándose a conocer socialmente de forma rápida, y cosecha, también de forma rápida,

ciertos éxitos políticos, ya que cuatro meses después de su formación, consiguieron cinco escaños en las elecciones europeas con un 7'97% de los votos (*El País*, 26 de mayo de 2014). Así consiguió posicionarse como cuarta fuerza política en España.

Éste partido se dio a conocer rápidamente gracias a una campaña de comunicación que les hizo diferenciarse completamente de otros partidos políticos por su presencia en redes sociales, y en diferentes ámbitos televisivos.

a) Estructura del discurso

Los discursos de Pablo Iglesias no poseen una estructura marcada, ya que la mayor parte de su discurso podríamos calificarla como tema central. Tanto el saludo inicial como el cierre, no ocupan más de una frase directa, clara y concisa.

El saludo se realiza de forma simple: “*Bona tarda. Arratsaldean. Boas tardes. Buenas tardes*”, “*Hola a todos*”, “*Buenas tardes*”. O por el contrario el inicio se realiza dirigiéndose directamente al tema central, pero introduciéndolo mediante una pequeña historia ficticia o algún tipo de referencia histórica; por ejemplo, durante un mitin en la ciudad de Zaragoza (21 de mayo de 2015) comienza hablando de la Guerra de Independencia Española, y de cómo el pueblo se enfrentó a los invasores, así da paso a una serie de argumentaciones de por qué el pueblo debe actuar ahora frente a los gobernantes.

b) Parte central

La parte central del discurso se caracteriza por una organización cuidada en la que los diferentes temas de los que quiere hablar se desarrollan con base en la técnica de la repetición. Es decir, que en el texto se distribuye en diferentes partes por comenzar la oración con la misma frase. Algunas de las frases utilizadas para el desarrollo de esta técnica son: “*Es una vergüenza (...)*” (Debate del Estado de la Nación; Madrid, 25 de febrero de 2015); “*Da miedo que (...)*” (Clausura de la Asamblea Constitucional de Podemos, 15 de noviembre de 2014); “*Podemos es (...)*” (Clausura de la Asamblea Constitucional de Podemos, 15 de noviembre de 2014); “*Nunca más...*” (Acto de campaña en Zaragoza, 21 de mayo de 2015). Es decir, frases sencillas que dan paso a sentencias directas y claras sobre lo que su partido quiere y sobre lo que rechaza

c) Alusiones

Todos sus discursos se encuentran cargados de alusiones directas y claras hacia diferentes figuras políticas:

“¿es esta la España que usted quiere gobernar, sr. Rajoy? (...) ¿A esto le llama usted salir de la crisis?” (Debate del Estado de la Nación, 24 de febrero de 2015);

“(...) no tienen más patria que su dinero. Se llamen Puyol o Rodrigo Rato” (Acto de campaña en Barcelona, 21 de diciembre de 2014);

“Me acuerdo de ese José María Aznar que llamó a los periódicos españoles mintiéndoles, diciéndoles que un atentado de AlQaeda había sido ETA, porque temía perder las elecciones” (Acto de campaña en Zaragoza, 21 de mayo de 2015);

“No se cambian artículos de la Constitución cuándo se recibe una llamada de la sra. Merkel” (Acto de campaña en Barcelona, 21 de diciembre de 2014);

“El que está claro que no se atreve es nuestro amigo Pedro Sánchez” (Acto de campaña en Sevilla, 17 de enero de 2015);

“La crisis tiene nombre y apellidos: Jan Clot Junger ayudado por Luis de Guindos” (Clausura de la Asamblea Constitucional de Podemos, 15 de noviembre de 2014).

“La corrupción se puede identificar con Bárcenas, pero eso no es más que la punta del iceberg. La corrupción es un régimen que permite que 20 personas tengan la misma riqueza que 14 millones”. (Discurso en Madrid, 15 de noviembre de 2014)

Pablo Iglesias dirige sus críticas no sólo a sus rivales directos de cara a las elecciones generales de 2015, sino hacia diferentes personajes del panorama político europeo.

Las alusiones no se dirigen sólo a personajes del ámbito político sino que también se citan diferentes personajes culturales:

“Decía Antonio Machado, a través de su Juan de Mairena, que aquel hidalgo loco era un ejemplo; un ejemplo de nobleza y valor frente a la injusticia, decía que a veces hacen falta locos dignos que se enfrenten a los poderosos (...) Hacien falta Quijotes.” (Discurso en La Puerta del Sol, 4 de febrero de 2015)

“Todos podríamos ser sujetos del cambio” (Cita a Vázquez Montalván en un mitin en Barcelona, 21 de diciembre de 2014)

“Democracia es el sistema en el que el hijo de un minero puede convertirse en el máximo responsable de la mina” (Cita a Nelson Mandela en un Acto de Campaña en Barcelona, 21 de diciembre de 2014)

El uso de estas citas célebres no es más que una forma de enriquecer el discurso y de empatizar con el público, amenizando la carga política que pueda contener su intervención. Pero existen otras alusiones, no a personajes concretos sino a momentos históricos, que sí poseen mayor importancia en el

discurso. Por ejemplo, nombra la fecha del 2 de mayo de 1808, día en el que se produjo el *Levantamiento del 2 de mayo*, a causa del descontento social tras el motín de Aranjuez, y que derivaría en la Guerra de Independencia; nombra también el 15 de mayo de 2011, cuándo tuvieron lugar las protestas denominadas *Movimiento 15-M*; también nombra la *“Europa de libertad, igualdad y fraternidad. Una Europa de la que todos somos hijos”* (Clausura de la Asamblea Constitucional de Podemos, 15 de noviembre de 2014). Estos momentos históricos refuerzan su causa y sus ideales de que es el momento de ver a un *ciudadano haciendo política* (Acto de campaña en Zaragoza, 21 de mayo de 2015), que así es como ellos mismos se definen. También hay otros elementos que le ayudan a reforzar y apoyar sus argumentos, y es el triunfo del partido griego *Syriza* cuyos valores e ideas están fuertemente vinculadas a las de *podemos*; y en sus discursos aprovechan esta idea:

“Fisái i ánemos dimokratikís alayís stin Evropi’ [En Griego] (el viento del cambio empieza a soplar en Europa).” (Discurso en La Puerta del Sol, 4 de febrero de 2015)

“En Grecia, por fin, ha ganado el pueblo griego. (...) Pero los que sueñan seriamente pueden cambiar cosas y hoy en Grecia hay un Gobierno serio, un Gobierno responsable, un Gobierno que trabaja para su pueblo. Muchos quieren vincular el destino de Podemos al destino del Gobierno griego.” (Discurso en La Puerta del Sol, 4 de febrero de 2015)

d) Historias o anécdotas personales

Por otra parte un recurso muy utilizado a lo largo de todo el texto es la narración de pequeñas anécdotas o historias personales. El objetivo de estos recursos es empatizar con el público, pero no sólo eso, sino que son historias que le ayudan a reforzar sus ideas y argumentos.

De todas las historias que cuenta en sus discursos hay una muy recurrente, que define, según Pablo Iglesias, el panorama político español:

Había un pueblo que se llamaba Ratonlandia, y allí tenían un parlamento y un gobierno, y la primera vez que votaron eligieron a un partido: el partido de los gatos negros. Que hacían leyes maravillosas para los gatos, por ejemplo: las puertas de las ratoneras deben ser más grandes (así que las hicieron más grandes, donde cogía una pata de gato), los ratones deben circular más despacio. Pero los ratones quedaron muy descontentos con el gobierno de los gatos negros. Así que, en las siguientes elecciones votaron al partido de los gatos blancos; y estos dijeron ¿Cuál es el problema de Ratonlandia? Las puertas de las ratoneras, así que las hicieron cuadradas, donde cogían dos patas de gato.

El problema no era que los gatos fueran blancos o negros, el problema es que eran gatos, y si gobiernan los gatos hacen leyes en favor de los gatos,

que además son leyes en contra de los ratones. Así un grupo de ratoncillos, decidieron montar un partido, y entonces los gatos les tacharon de populistas. Esta es la historia política de nuestro país.

e) Conceptos. Etiquetamiento

Podemos se define a sí mismo como el partido del pueblo, como la respuesta de los ciudadanos ante el fracaso de sus gobernantes: *"Podemos no es un experimento político, Podemos es el resultado del fracaso del régimen, de sus oligarcas, de esos viejos de corazón. Pues bien, la gente les ha respondido: claro que podemos"* (Discurso en Madrid, 15 de noviembre de 2014). Pablo Iglesias posiciona su partido como una alternativa frente a los otros partidos políticos que él denomina: *la casta*. El uso de éste término se hará constante en sus discursos políticos, y se emplea como método de transmisión de valores negativos, ya que el término casta tiene una connotación negativa: *Parte de los habitantes de una sociedad que forma clase especial, sin mezclarse con los demás*. (Diccionario de la Lengua Española, Calesa 2005).

"No tenemos por qué seguir siendo gobernados por la casta" (Acto de campaña en Sevilla, 17 de enero de 2015)

e) Dicotomía

Es a través de este concepto como Podemos presente el panorama político como una dicotomía: la casta y Podemos. Presenta a *la casta* como *los partidos viejos, los partidos tradicionales, los partidos dinásticos* (Acto de campaña en Oviedo, 17 de mayo de 2015).

"En estas elecciones hay dos opciones: o el miedo o la ilusión." (Entrevista a Pablo Iglesias en Cuatro, en el programa Viajando con Chester; 10 de mayo de 2015)

"En estas elecciones se enfrentan la esperanza y la ilusión al miedo y a lo de siempre." (Acto de campaña en Oviedo, 17 de mayo de 2015)

"Frente a los que se creen que están por encima de los demás, nosotros oponemos la justicia (...) Frente a la corrupción, nosotros oponemos la justicia" (Acto de campaña en Madrid, 13 de mayo de 2015)

"No queremos ser como ellos (...) No estamos dispuestos a serlo" (Barcelona en Comú, 9 de mayo de 2015)

Así es como Pablo Iglesias emplea la técnica de la dicotomía, poniendo en un lado a todos los partidos políticos, sin importar la ideología que defienden, ya que considera que no son defensores de la clase obrera, y por otro lado presenta a su partido como la única alternativa hacia los demás partidos de *la casta*. Para esta dicotomía emplea además también sustantivos para definir a cada una de las partes, así realiza una oposición constante entre miedo (partidos de *la casta*) e ilusión y esperanza (Podemos).

Reforzando esta dicotomía, Pablo Iglesias introduce en sus discursos un concepto de uso propio: la sonrisa.

“La sonrisa ha cambiado de bando” (Clausura de la Asamblea Constitucional de Podemos, 15 de noviembre de 2014)

“Sonreíd, porque vamos a ganar” (Acto de campaña en Barcelona, 21 de diciembre de 2014)

“Frente a su odio, la sonrisa” (Entrevista a Pablo Iglesias en Cuatro, en el programa Viajando con Chester; 10 de mayo de 2015).

“(...) no permitamos que compren y vendan las sonrisas, el derecho de nuestra gente a sonreír no se vende (...)” (Discurso en La Puerta del Sol, 5 de febrero de 2015)

El uso del concepto de la sonrisa se posiciona en el bando de podemos frente al concepto del miedo, que se posiciona como sustantivo que caracteriza a los otros partidos políticos, a los partidos de *la casta* (en palabras de Pablo Iglesias). Este concepto se introdujo a modo de respuesta a las críticas que Podemos sufría de los otros partidos, y pasó a usarse de forma recurrente en múltiples discursos de Pablo Iglesias. Su uso tiene como objetivo conectar con el público, ya que su alcance social se demostró al conseguir que el hastagh *#suodionuestrasonrisa*, fuese trending topic en twitter (21 de noviembre de 2014)

f) Uso del lenguaje

Los discursos de Podemos se caracterizan también por emplear un vocabulario muy informal, incluso políticamente incorrecto en ciertas ocasiones, al emplear frases como: *“Es una pescadilla que se muerde la cola”* (Clausura de la Asamblea Constitucional de Podemos, 15 de noviembre del 2014); *“Es que manda narices”* (Acto de campaña en Oviedo, 17 de mayo de 2015); *“Me jode que un sindicalista tenga cuentas en Suiza. Me jode”* (Acto de campaña en Oviedo, 17 de mayo de 2015); *“El debate que lo petaría sería...”* (Entrevista a Pablo Iglesias en Cuatro, en el programa Viajando con Chester; 10 de mayo de 2015).

También es constante el uso del humor: realiza bromas sobre los medios de comunicación, acerca de los titulares que publicarán al día siguiente sobre las declaraciones de Pablo durante el acto de campaña en el que se encuentra. El líder de Podemos se mofa de todo lo que no le gusta, utiliza la burla como forma de crítica para poner a ése personaje en el punto de mira:

“Rajoy ha dicho que ‘En España hay españoles’. Me pregunto que fuma” (Acto de campaña en Zaragoza, 10 de mayo de 2015)

“Mi serie favorita es ‘Juego de Tronos’ la de Pedro Sánchez es ‘Perdidos’.” (Acto de campaña en Sevilla, 17 de enero de 2015)

“Desde aquí envió un mensaje a Mas y Aguirre, repitan conmigo: Nuestro tiempo se ha terminado” (Acto de campaña en Barcelona, 21 de diciembre de 2014)

“Zombie número uno: José María Aznar. (...) Le han sacado de la tumba para convertirse en el general de un ejército de zombies preocupados por Podemos” (Acto de campaña en Zaragoza, 21 de mayo de 2015)

g) Síntesis

A través del uso de los diferentes recursos, Pablo Iglesias divide el panorama político en dos bandos: *la casta* y el pueblo, lo que se podría interpretar como los gobernantes y los gobernados. Este uso de la dicotomía, muy diferente al que encontramos en otros partidos políticos, es la base de toda la campaña. Se posicionan como un partido diferente a todos los que ya existen, son la oposición a todo lo tradicional aprovechando así la idea popular de que todos los partidos son lo mismo. Critican al PP por ser un partido que gobierna para los ricos, y critican al PSOE por no defender la ideología que dicen representar, así posicionan a ambos partidos en un mismo lugar: *“Los del carnet rojo, y los del carnet azul. Son ellos los antisistema”* (Acto de campaña en Oviedo, 17 de mayo de 2015). Ante este descontento que ellos manifiestan por los partidos que siempre han gobernado en nuestro país, ofrecen su partido como la única alternativa: *“El voto a Podemos es el voto del Estado”* (Clausura de la Asamblea Constitucional de Podemos, 15 de noviembre de 2014); *“El voto útil en el mes de mayo es el voto a Podemos”* (Acto de campaña en Oviedo, 17 de mayo de 2015). Esta distinción entre ellos y los demás partidos no es sólo ideológica, sino que ellos mismos tratan de diferenciarse a efectos prácticos; es decir, sus discursos ya aparecen rasgos que los definen como el uso del humor, o un lenguaje informal con el que tratan de conseguir que el pueblo, la gente corriente se identifique con ellos, con lo que dicen y, sobre todo, con la forma de expresarlo. A través de los diferentes recursos que tienen como objetivo diferenciarse, Podemos ha conseguido crearse una identidad propia, con vocablos propio y características comunicativas propias.

3.4. Campaña 2015. Ciudadanos

Ciudadanos, Ciudadanos-Partido de la Ciudadanía (C's), tiene su origen en la plataforma "Ciudadanos de Catalunya", que comenzó siendo una plataforma civil y pasó a convertirse en un partido político en Cataluña. Posteriormente, ante la gran acogida popular, Ciudadanos se expande nacionalmente y obtiene sus primeros éxitos políticos (fuera del ámbito autonómico) en las elecciones europeas de 2014, al conseguir dos escaños con un 3.16% de los votos (*El País*, 26 de mayo de 2014).

Actualmente Ciudadanos, cuyo representante es Albert Rivera, representa una de las cuatro fuerzas política de España (Informa del CIS, mes de abril), y entre estas cuatro fuerzas pertenece a las denominadas “nuevas”, junto a Podemos.

a) Estructura del discurso

La estructura del discurso no está definida. Para iniciar el discurso comienza haciendo referencias positivas a miembros de Ciudadanos, así como críticas a otros partidos a través de una despersonalización del referente: *algunos pretenden, algunos quieren, lo que algunos se han cargado...*; pero estos dos elementos continúan presentes a lo largo de todo el discurso, por lo que las diferentes partes no están marcadas, al contrario de lo que sucede en otro tipo de discursos. En esto coincide con Podemos, ya que también en sus discursos todo parece ser parte central, la totalidad de su discurso reitera las mismas ideas, sin existir una parte neutral de inicio y de cierre, a diferencia de lo que sucede en los discursos de PP y PSOE, que presentan un inicio de saludo y un cierre de discurso casi neutral, que aporta un carácter conciliador.

b) Alusiones

El discurso de Ciudadanos contiene constantemente ataques directos a diferentes personajes presentes en el panorama político actual, ya sea a nivel nacional o autonómico:

“Sr. Puyol, no me haga así con la cabeza, que los Puyol también tienen culpa de cómo funciona España, de lo mal que funciona” (Debate sobre la votación de consultas; Barcelona, 19 de septiembre de 2014)

“Por mucho cartel que pongas, si lo firma Mariano Rajoy no es creíble” (Movimiento Ciudadano; Madrid, 13 de diciembre de 2014)

“(…) los ex presidentes Suárez, González e incluso Aznar, defendían un proyecto para España, pero el PP de Rajoy no tiene ninguno.” (Acto de campaña en el Palacio de Congresos de Zaragoza, 19 de mayo de 2015)

“(…) tanto Díaz como el líder del PSOE, Pedro Sánchez, comprometieran a ser implacables con la corrupción mientras los ex presidentes Manuel Chaves y José Antonio Griñán siguen allí” (Entrevista en Onda Cero, 16 de abril de 2015)

“Señor Mas, explique a los catalanes si su Gobierno se ha reunido con el señor Nouredinne Ziani, expulsado de España y de Bélgica por colaborar con el yihadismo” (Control del Pleno del Parlamento; Barcelona, 15 de marzo de 2015)

Son juicios directos, concisos y constantes, que se centran en juzgar actos concretos con los que Ciudadanos manifiesta no estar de acuerdo, pero sin entrar en la crítica de ideologías.

También están presentes las alusiones a partidos políticos concretos. En este tipo de alusiones Albert Rivera marca la diferencia entre los denominados partidos nuevos, y los partidos viejos. A los partidos “viejos” se refiere de forma similar a la que Iglesias utiliza denominándoles *la casta*; Ciudadanos no emplea este término, pero sí que utiliza otros que podríamos considerar como sinónimos:

“El 25 de mayo el sectarismo habrá acabado, ya no habrá rojos y azules, buenos y malos, sino que habrá muchos matices y un mapa político de España más abierto y plural” (Acto de campaña en Málaga, 8 de mayo de 2015).

Además están presentes otro tipo de alusiones que, lejos de ser críticas, son referencias positivas a personajes de la historia política española, personajes del mundo de la cultura, entre otros.

“Porque esos proyectos que les he citado de Adolfo Suárez, Felipe González o de Aznar nunca pensaron a quién tenían enfrente, siempre pensaron a quién tenían detrás apoyando ese proyecto” (Movimiento Ciudadano en Madrid, 13 de diciembre de 2014)

“El Jefe de Estado dijo unas palabras muy sensatas (...) Felipe VI dijo: ‘que nadie se equivoque, los españoles ya no somos enemigos entre nosotros’.” (Movimiento Ciudadano en Madrid, 13 de diciembre de 2014)

“El político se convierte en estadista cuando comienza a pensar en las próximas generaciones y no en las próximas elecciones.” (Cita a Winston Churchill en el Acto de Campaña en Asturias, 13 de mayo de 2015)

“Como decía la canción de Bob Dylan: “The times are changing” (Acto de campaña en L’Hospitalet, 12 de mayo de 2015)

“No hay nada más importante en el mundo que una idea a la que le ha llegado su tiempo” (Cita a Víctor Hugo en el Movimiento Ciudadano en Madrid, 13 de diciembre de 2014)

Estas alusiones cumplen una función de empatizar con el público, así como transmitir ciertos valores. En cuanto a las referencias a personajes del mundo político, es destacable que Albert Rivera siempre alude a personajes que han tenido un cierto éxito político. Es una forma de mostrarse como un partido de éxito que puede conseguir sus objetivos, ante las dudas que existen sobre estos partidos “nuevos”.

c) Conceptos

Ciudadanos también habla de esta idea del cambio.

“El objetivo de Ciudadanos (C’s) no es sacar escaños, es cambiar España”. (Acto de campaña en Málaga, 8 de mayo de 2015).

En la mayor parte de las ocasiones, Albert Rivera habla de un cambio en sentido general, es decir, no habla del cambio personalizándolo como aquello que Ciudadanos puede hacer. Habla de la necesidad de un cambio en la política española, un cambio que va a producirse porque la sociedad lo demanda:

“(…) los ciudadanos españoles quieren cambio” (Rueda de prensa; Andalucía, 9 de marzo de 2015)

“(…) lo que es verdad es que en España ha habido un cambio, y que viene una nueva era política (...) En España hace tiempo que se viene dando un cambio, pero algunos no se quieren enterar” (Acto central de campaña en Sevilla, 15 de marzo de 2015).

“Se necesita una nueva era política, con nuevos actores, con nuevos partidos, con nuevos agentes sociales” (Acto de campaña en Alcalá de Henares, 14 de mayo de 2015).

Menciona en algunas ocasiones que *el bipartidismo ha muerto* (Rueda de prensa; Andalucía, 9 de marzo de 2015). Afirmando el fin del bipartidismo, Albert Rivera pone sobre la mesa las nuevas opciones que los ciudadanos tienen, busca constantemente que los ciudadanos sean conscientes de que los nuevos partidos no son ensayos, ni son menos importantes que los partidos “viejos”:

“(…) ya no habrá rojos y azules, buenos y malos, sino que habrá muchos matices y un mapa político de España más abierto y plural” (Acto de campaña en Málaga, 8 de mayo de 2015).

“(…) los partidos nuevos que nacen de la sociedad civil o de internet, están teniendo más fuerza que las formaciones tradicionales con grandes estructuras de partido” (Discurso en Cataluña, 13 de abril de 2015)

“Quién se sienta satisfecho con España que vote al Partido Popular, que vote al Partido Socialista; ahora, quién no esté satisfecho, a quién no le vayan bien las cosas, a quién no le guste lo que ve (...) Yo les sugiero que voten un cambio” (Acto de campaña en Zaragoza, 19 de mayo de 2015)

Con la afirmación de estas ideas generales y “desinteresadas” sobre el cambio, Ciudadanos trata de mostrar al público cómo es la realidad política del momento. Tratando de mantener las críticas al margen, como si de una postura objetiva se tratase: *“Nuestro enemigo no es el PP, ni Podemos, ni el PSOE”* (Rueda de prensa en Andalucía, 9 de marzo de 2015).

Presenta al PP y al PSOE como el pasado que debe mejorarse y reformarse: *“¿Quieren volver otra vez a la España de rojos y azules?”* (Movimiento ciudadano en Madrid, 13 de diciembre de 2014); *“(…) tan irresponsable sería*

que en España no se pudiera gobernar, como que se siguiera gobernando de la misma manera (...) (Acto de campaña en Zaragoza, 19 de mayo de 2015); *“En España hace tiempo que se viene dando un cambio, pero algunos no se quieren enterar, porque no son de este mundo, se quedaron en el siglo pasado”* (Acto central de campaña en Sevilla, 15 de marzo de 2015).

Si se analiza de forma general el panorama político, con estas críticas a los partidos “viejos”, las opciones existentes son Ciudadanos y Podemos. A pesar de esto, Ciudadanos evita los enfrentamientos directos con este partido, y se centran constantemente en presentarse a sí mismos como la mejor opción de cambio:

“(...) tan irresponsable sería que en España no se pudiera gobernar, como que se siguiera gobernando de la misma manera, y eso es lo que representa Ciudadanos, un cambio responsable”. (Acto de campaña en Zaragoza, 19 de mayo de 2015)

“Ciudadanos es un cambio sensato que no viene solo a hacer oposición, sino que viene a ganar las elecciones y a gobernar” (Acto de campaña en Palma de Mallorca, 22 de mayo de 2015)

“Los españoles que quieren que las cosas cambien tienen que votar el cambio y ese cambio es Ciudadanos” (Acto de cierre de campañas autonómicas; Madrid, 22 de mayo de 2015)

“La gente sensata quiere un cambio profundo (...) pero sin romper lo que funciona (...) Nosotros somos el antídoto frente a los que quieren romperla y frente a los que quieren que siga estropeado” (Rueda de prensa en Andalucía, 9 de marzo de 2015)

“Después de las elecciones del 24 de mayo el mapa de España se teñirá de naranja y llegará el cambio sensato que representa Ciudadanos (C’s)”. (Acto de campaña en Madrid, 25 de abril de 2015)

Se presentan a sí mismos como un cambio responsable. Constantemente buscan definirse, hablar de lo que ellos pueden aportar. Eludiendo referencias a otros partidos políticos.

d) Uso del lenguaje

Albert Rivera utiliza un lenguaje formal, cuidado y elaborado, pero también están presentes ciertas expresiones coloquiales que empatizan con el público y, en cierto modo, endulzan y suavizan el discurso:

“Mecachis” (Entrevista en Cuatro; Viajando con Chester, 10 de mayo de 2015)

“Me han hecho saber lo que vale un peine” (Entrevista en Cuatro; Viajando con Chester, 10 de mayo de 2015)

“La habéis vuelto a liar (...)” (Movimiento Ciudadano; Madrid, 13 de diciembre de 2014)

“Y ahora barro para casa” (Movimiento Ciudadano; Madrid, 13 de diciembre de 2014)

“Les pedimos que se pongan las pilas” (Debate de votación de consultas; Barcelona, 19 de octubre de 2014)

Este tipo de vocabulario y expresiones, refuerzan las características que se atribuyen a sí mismos como: sensatez, estabilidad, responsabilidad. De esta forma, su vocabulario y su forma de expresarse desarrollan un papel importante en el discurso de Ciudadanos, ya que los posiciona y los define; en esta situación se podría decir que el lenguaje cumple una regla de transfusión de valores.

e) Síntesis

Existe una idea a la que todos los partidos hacen referencia, cada uno tratando de utilizarla en su propio beneficio. Esta es la idea del cambio, la idea de que a partir de las elecciones generales de 2015, se debe producir una transformación en el gobierno de España: El PP habla de continuar con el cambio que ellos iniciaron en 2011, el PSOE habla de realizar un cambio a lo que el PP está haciendo basándose en los valores socialistas; Podemos habla de un cambio, un cambio que cambie el poder de las manos de una minoría para dársela a una mayoría, que es el pueblo. Por su parte, Ciudadanos, desarrolla también esta idea de cambio pero una idea de cambio distanciada de la idea que proponen las otras fuerzas políticas. Defienden lo que ellos denominan como un cambio responsable.

Ciudadanos tiene un discurso que se centra en múltiples alusiones a sí mismo, realiza críticas a los partidos políticos denominados “viejos”, y manifiesta constantemente la idea de un cambio, que considera que la sociedad viene demandando desde hace tiempo. Sus discursos se centran en describir como es el panorama político actual, y así argumentar que Ciudadanos es la mejor alternativa. El otro partido “nuevo” para estas elecciones es Podemos, al que simplemente no nombra. Trata de posicionarse como alternativa frente a PSOE y PP, que son las otras dos fuerzas políticas, sin entrar en ningún enfrentamiento con el partido de Pablo Iglesias.

El lenguaje que emplea Albert Rivera es un lenguaje moderado y formal, que pretende que lo entiendan todos, y que se dirige de forma dócil al público. Su forma de hablar le define y, lo que es más importante, posiciona a su partido: ante la idea de la necesidad de un cambio, que deja a Podemos y a Ciudadanos como nuevas opciones para votar, Albert Rivera se muestra diferente y opuesto a la forma en que se muestra Pablo Iglesias, sin la necesidad de nombrar al partido. Esta es una forma de distinguirse, y de empatizar con la población que no se vea atraída por el discurso de Podemos.

4. Resultados del análisis

Las elecciones de 2015 se presentan en un panorama político completamente distinto. PP y PSOE ya no son las únicas fuerzas que lideran, sino que a estas se han sumado Ciudadanos y Podemos. Por un lado nos encontramos con que el Partido Popular continúa con la estrategia que ya desarrolló en 2011, y es tratar de demostrar que son los únicos capaces de continuar desarrollando el cambio; el Partido Socialista trata de posicionarse como *socialistas*, rememorando a los inicios del partido y mostrándose a sí mismos como el partido que puede realizar el cambio frente al tipo de gobierno que ha llevado a cabo el Partido Popular. Y por otra parte, con un discurso diferente, están Podemos y Ciudadanos: dos partidos que se caracterizan por tratar de ponerse del lado del pueblo. Ambos (aunque no presentándose como unidos) tratan de oponerse a los partidos viejos y afirman la necesidad de un cambio en el mundo político.

Es inevitable hacer alusión al cambio en este contexto político, ya que es palpable el hecho de que el espacio político está sufriendo transformaciones. De esta manera, los cuatro partidos se miden entre sí por demostrar quién ofrece el mejor tipo de cambio. Y en este contexto, el etiquetamiento que cada adopta parece adoptar una mayor importancia.

El PSOE busca constantemente conectar con sus esencias socialistas pasadas; el socialismo se convierte, más que nunca, en su seña de identidad. Evitan el uso del concepto de izquierda, y en las pocas ocasiones que lo hacen manifiestan ser de la *izquierda transformadora, no conservadora*. A su vez, emplean el término *derechas*, para calificar al PP a la hora de realizar críticas hacia ellos.

De esta misma manera, el Partido Popular no se auto-etiqueta bajo ningún término, el único concepto que a ellos les interesa es la idea del cambio, la idea de que el cambio que ellos iniciaron en el pasado debe continuar.

Por su parte, Podemos se muestra como el cambio rotundo. Critica de forma fuerte y directa a todos los partidos que han intervenido en el gobierno hasta el momento. Bajo la denominación de *la casta*, emite juicios directos hacia estos partidos *viejos* acusándolos de haber gobernado siempre en favor de una minoría poderosa e influyente, en lugar de hacerlo en beneficio de la mayoría de la población.

Y Ciudadanos, se posiciona, en parte, a favor de las ideas de cambio que promulga Podemos, coincidiendo con ellos en la necesidad de un gobierno que se preocupe por el pueblo. Esta idea se transmite de forma diferente, ya que Ciudadanos se autodenomina propulsor del *cambio responsable*, frente al cambio radical que Podemos manifiesta con su comunicación. En el caso de Ciudadanos, más que los conceptos que emplea es destacable el tipo de lenguaje que utiliza, siempre formal y elaborado; lo que supone un rasgo totalmente diferenciador frente a Podemos.

5. Conclusiones

Tras la investigación realizada en páginas precedentes es posible extraer, al menos, las siguientes conclusiones:

El uso de un concepto simple, expresado a través de una palabra, puede convertirse en el eje de campaña que lleve a un partido a ganar unas elecciones políticas. El concepto de *cambio* en el que el PP de Mariano Rajoy centró su campaña de 2011 se convirtió en la idea clave de todo el discurso, no sólo por el uso reiterativo de la palabra, sino porque todos los argumentos se centraban en apoyar y reforzar este concepto. El éxito del uso de éste término se demuestra al observar como en la campaña de 2015 vuelve a utilizarse esta idea para convencer al público.

El uso de una palabra, acertada o equivocada, puede contribuir más a la imagen de un partido que largas argumentaciones. Albert Rivera adoptó para su partido la idea de promover un *cambio responsable*. El uso de este adjetivo seguido de la idea de cambio, que está siendo explotada por todos los partidos políticos, posiciona mucho más a Ciudadanos que lo que lo hubiesen hecho largas argumentaciones acerca del tipo de cambio que su partido quiere llevar a cabo.

Podemos, al emplear el término *casta*, define de forma más clara y concisa su opinión hacia un grupo determinado de políticos que si emplease sentencias de desacreditación hacia ellos; este es un término que sirve para sintetizar, y susceptible de ser recordado. En el caso contrario, como ejemplo de uso de una palabra equivocada, Pablo Iglesias rehúye el término comunismo para definirse, por la connotación negativa que puede llegar a tener este concepto para muchos miembros de la sociedad española.

El hecho de que el panorama político español se encontrase en un proceso de transformación, produce que las campañas políticas se centrasen fuertemente en estrategias de posicionamiento, lo que hace que la comunicación tenga un papel de mayor importancia. Constantemente se emplean términos como *izquierdas* y *derechas* o *rojos* y *azules*, incluso tanto Podemos como Ciudadanos juegan en algún momento con el término *morados*, y *naranjas*.

De forma continua en los diferentes discursos, los partidos *viejos* tratan de recordar a personajes de la historia de su partido con los que reflejarse, mientras que los partidos *nuevos*, buscan definirse con alusiones a personajes políticos de diferentes partidos.

El uso de las diferentes técnicas discursivas marca fuertemente el estilo del mensaje, lo que condiciona su influencia en diferentes tipos de persona, algo que tiene mucha importancia cuándo nos referimos a la comunicación política. El tono de un mensaje que emplea metáforas y comparaciones resulta completamente diferente a un mensaje que se caracteriza por frases

sencillas y directas. El uso de repeticiones marca el ritmo del discurso, pero este ritmo también varía en función de la oración que suceda a la repetición: una repetición seguida de un par de palabras da lugar a un discurso mucho más fuerte que una repetición seguida de largos argumentos.

El lenguaje empleado en los discursos funciona como elemento de posicionamiento, ya que diferencia de forma significativa a unos partidos de otros a la vez que funciona como filtro para seleccionar al tipo de público que se pretende atraer con el discurso. El lenguaje formal o informal es el rasgo más claro para diferenciar a unos partidos de otros. Por otra parte, no se dirige al mismo público un discurso que contiene refranes españoles clásicos que un discurso que contiene frases vulgares como “*Me jode*”.

Las alusiones o citas, en general, sirven como forma de empatizar con el público. Pero la decisión de a quién citar sirve como método de posicionamiento. No se dirige a las mismas personas alguien que cita a Bob Dylan que alguien que cita a Norberto Bobbio; al igual que tampoco se dirige al mismo grupo de personas quien hace referencias positivas al actual gobierno griego, que quien admira el estado de Dinamarca.

6. Referencias bibliográficas

Aijón Oliva, M.A; Serrano, M.J. (2006) El hablante en su discurso: expresión y omisión del sujeto de creó. Recuperado el 25/04/2017, de <http://www.cosolen.com/wp-content/uploads/2010/03/El-hablante-en-su-discurso.pdf>

Aznar, J.M. (2003) Discurso del presidente del Partido Popular y presidente del Gobierno, José María Aznar, en un acto organizado por el partido popular. Recuperado el 25/04/2017 en http://www.jmaznar.es/file_upload/discursos/pdfs/02127A2127.pdf

Biografías y vidas: Gandhi. (s.f). Recuperado el 10/05/2015, en <http://www.biografiasyvidas.com/monografia/gandhi/>

Canel, M. José. (1999). Comunicación política: técnicas y estrategias para la sociedad de la información. Tercera edición. Madrid: Editorial Tecnos (Grupo Anaya, S.A). ISBN: 84-309-3444-8.

García Beaduoux, V; D´Adamo. O; Slavinsky, G. (2005). Comunicación política y campañas electorales: Estrategias en elecciones presidenciales. Barcelona: Editorial Gedisa. ISBN: 978-84-9784-111-5

García Pérez, D. (2003). Técnicas de comunicación política: el lenguaje de los partidos. Madrid: Editorial Tecnos. ISBN: 84-309-3939-3

- López, A. (2013). Recuperado en 17/05/2016, en <http://blogs.20minutos.es/yaestaellistoquetodolosabe/por-que-la-alemania-nazi-se-conocia-como-tercer-reich/>
- L.Swan, R. (2009). El método Obama: Las 100 claves comunicativas del hombre que ha revolucionado el mundo. Segunda edición. Barcelona: Random House Mondadori. ISBN: 978-84-9759-042-6
- Monzón, C. (1996). Opinión pública, comunicación y política. Madrid: Editorial Tecnos, S.A. ISBN: 84-309-2903-7
- Muñoz-Alonso A.; Rospir, J. Ignacio. (1995). Comunicación política. Madrid: Editorial Universitas, S.A. ISBN: 84-7991-039-9
- P. Bonta y M. Farber. (s.f) 199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad. Grupo Editorial Norma, Pág. 109.
- Pizarroso Quintero, Alejandro. (1990). Historia de la propaganda. Madrid: Anzos S.A, 1990. ISBN: 84-7754-063-2
- Real Academia Española, Sección: Diccionario de la Lengua Española. Recuperado en 5/04/2017, en <http://www.rae.es/>.
- Tejeda González, J.L.(1996). Las encrucijadas de la democracia moderna. Segunda edición. México: Plaza y Valdés. ISBN: 9789688564936

CAPÍTULO XII

DISCURSO Y *HABITUS* PERIODÍSTICO EN LA COBERTURA MEDIÁTICA DE LA HUELGA DE 2015 EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS BRASILEÑAS

Maria Stella Galvão Santos

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, Brasil

RESUMEN

Esta propuesta de investigación analiza la articulación de discursos en la cobertura de cuatro periódicos de la prensa escrita, durante la huelga de las universidades federales públicas brasileñas, entre los meses de mayo a octubre de 2015. Trata de aportar, así, elementos de análisis sobre el papel que los medios masivos juegan en los movimientos sociales, en este caso, en el periodo e fenómeno señalados. Así se ha hecho una selección de noticias publicadas acerca de la huelga, buscando elementos que ofrezcan puntos de diálogo con nuestro marco teórico, cuya base es la sociología crítica y reflexiva de Pierre Bourdieu, especialmente la mirada que marcó su producción teórica relativa al papel de los medios de comunicación en la construcción de la opinión pública, y que en esta ocasión nos servirá para poner el foco de atención en las universidades públicas brasileñas.

Palabras clave: Análisis del discurso, medios de comunicación, periodismo, *habitus*, Bourdieu.

Discourse and journalistic *habitus* in media coverage concerning 2015 Brazilian public universities' strike

ABSTRACT

This research proposal analyzes the speeches articulation in the coverage of four large Brazilian newspapers between May and October 2015, during Brazilian federal public universities' strike. Its aim is to analyze the role played for the mass media in social movements, in this case, in the period and phenomenon pointed out. News about the strike were selected, looking for elements that offer points of dialogue with the chosen theoretical framework. It was based on the critical and reflexive sociology of Pierre Bourdieu, mainly his theoretical production concerning media's role in public opinion's construction. The theoretical framework will be used to analyze Brazilian public universities situation, either.

Keywords: Discourse analysis, media, journalism, *habitus*, Bourdieu.

Analizar los discursos que circulan en nuestra sociedad, en especial aquellos articulados por los medios de comunicación, se ha constituido hoy en una tarea recurrente por parte de los investigadores de Humanidades y Ciencias Sociales. Nuestra propuesta, por lo tanto, es aplicar la técnica de análisis de contenido a las unidades de análisis abstraídas de los medios de comunicación brasileños trabajados, procedendo a el análisis multidisciplinar del tratamiento que un determinado sistema de prensa escrita de Brasil llevó a cabo sobre un conflicto social multidimensional como es la huelga universitaria desarrollada en 2015 entre los meses de mayo y octubre. La investigación incluye una mirada acerca de la estructura social de los campos periodístico y universitario de Brasil en el periodo temporal abordado. En este artículo destacaremos, del corpus de las noticias que analizamos en nuestro doctorado – en curso en la Universidade Federal do Rio Grande do Norte – los editoriales de dos periódicos Folha de S. Paulo (FSP) y O Estado de S. Paulo (OESP). Una de nuestras referencias de análisis del campo periodístico es Veron (1999), que señala el concepto de mercado de los discursos.

El análisis de las estrategias enunciativas tiene una importancia central en el análisis de los discursos mediatizados, por razones que derivan de las leyes de la competencia en el mercado de los discursos. Piénsese en la competencia entre los grandes diarios de información. En términos de contenidos, en un día dado los diarios nos relatan más o menos los mismos hechos. ¿Qué puede determinar que yo prefiera el diario A al diario B? No los contenidos respectivos de uno y de otro (que son muy semejantes) sino *la manera* en que me lo transmiten.» (VERÓN, 1999, p. 96)

Sin embargo, los estudios sobre los medios están suscitando importantes cuestiones sobre las fuerzas que configuran la cobertura periodística. Como propone Bourdieu (1999, p. 97), “el campo periodístico produce e impone una visión extremadamente especial del campo político que nace de la estructura del campo periodístico y los intereses específicos de los periodistas que en él se forman”.

Nuestra metodología de análisis de la cobertura periodística que los medios ofrecen de los movimientos sociales puede entenderse como una variante del enfoque de Análisis Crítico del Discurso. Nos ocupamos del discurso de los medios en la medida que es una práctica social que produce y reproduce el abuso de poder, legítima o deslegítima a los actores y forma y conforma la opinión pública. Nuestro enfoque comparte la orientación del Análisis Crítico del Discurso desarrollado por autores como Teun Van Dijk, Norman Fairclough y, sob una vertente que dialoga con la semiótica, Eliseo Verón. En estrecho dialogo con ellos, la mirada de Bourdieu para el campo periodístico, especialmente en ‘El campo político’ y ‘Sobre la televisión’.

Al referirse al uso lingüístico como discurso, Fairclough señala un deseo de investigarlo como una forma de práctica social, con una orientación informada por la teoría social.

Considerar el uso lingüístico como una práctica social implica, en primer lugar, que es un modo de acción y, en segundo lugar, que siempre es un modo de acción situado histórica y socialmente, en una relación dialéctica con otros aspectos de 'lo social' (su 'contexto social') – que está configurado socialmente, pero también, que es constitutivo de lo social, en tanto contribuye a configurar lo social. (FAIRCLOUGH, 2008, p. 102)

Por lo tanto, es vital que el Análisis Crítico del Discurso explore la tensión entre estos dos costados del uso lingüístico, el de estar constituido socialmente y el de ser socialmente constitutivo. El uso lingüístico, sin embargo, es constitutivo de las identidades e relaciones sociales, de los sistemas de conocimiento y creencia. El autor describe las tres dimensiones o facetas de lo que llama "evento discursivo": es un texto, es una instancia de una práctica discursiva que implica la producción y la interpretación del texto y es parte de una práctica social. "al analizar la dimensión de la práctica discursiva, mi interés es político, lse centra en el evento discursivo en el interior de relaciones de poder y dominación" (*ibid*, p. 174).

Uno de los efectos causales de los textos que ha preocupado sobremanera a los teóricos del análisis crítico del discurso es el efecto ideológico. Las ideologías son representaciones de aspectos del mundo que se pueden mostrar para contribuir a establecer, mantener y cambiar las relaciones sociales de poder, dominación y explotación (Van Dijk, 2001). Una de las estructuras que más frecuentemente exhibe ideologías, de acuerdo com el autor, es la macroestructura semántica. Estas pueden expresarse en categorías como el titular, por ejemplo. Retener el significado del discurso como un todo coherente es el primer y más importante paso en el proceso de comprensión. La pertinencia de trabajar con esta categoría de análisis discursivo permite identificar la expresión del contenido ideológico de una pieza informativa, em la medida que estas nociones parecen resumir y categorizar la información semántica de las secuencias como un todo (*ibid*). El verdadero poder reside en el control del contexto en que se genera el discurso público, através del dominio de la producción del mismo y de la decisión de quién y cómo tendrá acceso a esa construcción (VAN DIJK, 2009).

El impacto del debate producido dentro del campo periodístico, visualizado a través de diversos artículos producidos por periodistas situados en destacados medios de comunicación de Brasil, es parte indisociable de la tensión que pasó a impregnar los medios en especial desde el año de 2015. En dichos trabajos periodísticos se debate la pérdida de credibilidad, resultado de la polarización de la cobertura de noticias sobre la crisis política vivida

en el país latinoamericano desde la posesión de presidenta electa en 2014, Dilma Rousseff, en enero de 2015. Uno de los resultados más traumáticos de la crisis institucional inaugurada en aquel año fue la salida de Rousseff por impeachment, en agosto de 2016.

Realizamos preguntas exploratorias acerca de la manera y el tono empleado por los medios analizados sobre la huelga de las universidades en 2015 y el proceso mismo de producción y circulación de informaciones. Por ejemplo: ¿Qué ideas sostienen los medios acerca de la universidad federal brasileña en un contexto como el de la huelga? Y, por otro modo, ¿reconocen los medios el planteo del movimiento social de los profesores y empleados técnicos de las universidades? Y, en la medida misma en que las noticias son comprendidas como reflejo de la realidad, ¿cómo se representan el hecho de la huelga de las universidades en el año de 2015?

La manera en que los medios de comunicación reflejaron los hechos señalados en el momento de crisis de 2015 es un ejemplo impactante del poder del periodismo de reforzar un aspecto de lo real, al gusto de los intereses de la élite política. Bourdieu discurre sobre la íntima relación entre los dos ámbitos:

Una de las transformaciones más importantes de la política está ligada al hecho de que agentes que podían considerarse o ser considerados como espectadores del campo político, se volvieron agentes en primera persona. Deseo hablar de los periodistas. Si tuviéramos que describir el campo político en la actualidad, debemos incluir estas categorías de agentes por la simple razón de que producen efectos en él. (BOURDIEU, 2001, p. 17)

	<p>O desafio da universidade pública OESP, 14 julho 2015</p>	<p>A longa greve OESP, 25 agosto 2015</p>	<p>Greve e nada mais FSP, 11 novembro 2015</p>	<p>Grevismo ocioso FSP, 14 outubro 2015</p>
<p>Argumento-clave de los editoriales</p>	<p>Por trás desse problema (escassez de recursos financeiros), na realidade, está a discussão sobre o modelo de financiamento da universidade pública no País. Ela foi suscitada em seminário promovido pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, em parceria com o Banco Mundial e a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico, para debater o impacto da inovação tecnológica no aumento da produtividade da economia brasileira.</p>	<p>Em sucessivas notas oficiais, o Ministério da Educação tem alegado que os sindicatos de professores e servidores deflagraram a greve sem conversar com as autoridades educacionais. Também tem afirmado que, apesar do ajuste fiscal, “os programas e ações estruturantes das universidades federais foram preservados”. As entidades de docentes e servidores refutam esses argumentos, alegando que as autoridades educacionais se recusam a receber os líderes dos grevistas.</p>	<p>Não é de agora que movimentos de greve se alastram pelas universidades públicas. A prática repete-se quase anualmente, desorganizando o calendário letivo, atrasando a diplomação dos formandos e impondo-lhes prejuízo pelo atraso em seu ingresso no mercado de trabalho. Os estudantes tornam-se reféns de uma mobilização que, em vez de surgir como último recurso, funciona como expediente usual, alimentado ao sabor das convicções extremadas de minúsculos grupos militantes.</p>	<p>Após 139 dias, chega ao fim a mais longa greve de professores das universidades federais. E termina com fracasso retribuinte, não tanto por não terem sido atendidas suas reivindicações irreais, mas pelo enorme prejuízo que infligiram a seus estudantes. A reposição das aulas perdidas, todos sabem, não passa de uma farsa. O conteúdo que deixou de ser ministrado, as leituras que não foram realizadas e os trabalhos que não foram escritos nunca serão de fato recuperados.</p>

	O desafio da universidade pública OESP, 14 julio 2015	A longa greve OESP, 25 agosto 2015	Greve e nada mais FSP, 11 noviembre 2015	Greivismo ocioso FSP, 14 octubre 15
Argumento conclusivo de los editoriales	Acostumadas [as universidades] a receber recursos governamentais independentemente de seu desempenho, elas se encontram em estado letárgico, com os interesses corporativos sobrepondo-se à qualidade do ensino e da pesquisa. Com administração mais flexível e maior transparência nas contas, seus reitores não precisariam ficar reclamando de cortes orçamentários.	De fato, o greivismo universitário converteu-se na doença infantil do sindicalismo docente que surgiu no final da ditadura. No atual panorama político e econômico do País, que importância tem a greve de categorias que só querem mais benefícios e regalias, recusando qualquer diálogo sobre eficiência, ganhos de produtividade e avaliação de desempenho?	Professores e funcionários reivindicam, com nula disposição para negociar, compensações salariais num momento em que, como tampouco se desconhece, é nula a capacidade governamental para o aumento de gastos. O resultado é o de sempre: greve e mais greve; corriqueira e permanente, greve e nada mais.	Nada mais justo, portanto, que [os funcionários públicos, estagiado da sociedade brasileira] refreiem sua tendência usual a lesar o público para pressionar o governo e adiem de forma temporária suas expectativas de remuneração. Afinal, com a recessão atual, empregos e rendimentos se acham ameaçados por toda parte – à exceção dos seus.

De manera muy evidente, los editoriales sobre la huelga de las universidades públicas brasileñas, en 2015, adotan una postura de crítica demoledora, con expresiones discursivas de opiniones muy evidentemente valorativas sobre el conflicto. Llama atención, por ejemplo, el uso de adjetivos que imprimen una visión extremadamente negativa de este movimiento social. Algunos juicios son valorativos en situaciones específicas, por ejemplo, cuando se cree que un movimiento afronta una conjuntura de crisis estructural en el país, como se ha producido en 2015. Así, se establece una clara representación social de la universidad, en la circunstancia objeto de nuestra análisis, como se estuviera fuera del contexto de crisis por el que pasa el país, como en esta lectura del sociólogo francés Champagne, un activo discípulo de Bourdieu.

Los medios actúan en un principio y fabrican colectivamente una representación social que, aun cuando esté bastante alejada de la realidad, perdura pese a los desmentidos o las rectificaciones posteriores porque, con mucha frecuencia, no hace más que fortalecer las interpretaciones espontáneas y por lo tanto moviliza en primer lugar los prejuicios y tiende, con ello, a redoblarlos. (CHAMPAGNE, 1999, p. 60)

La valoración de la huelga puede reflexionar creencias generales de los editorialistas que, a su vez, son espejo de sectores más conservadores, siempre listos para hacer la crítica ferrea de los movimientos sociales. Criterios, por lo tanto, socialmente aceptados para tales categorizaciones, como por ejemplo, el juicio político o sectorial. Por otra parte, si los criterios objetivos son menos importantes, y el concepto se utiliza sólo o principalmente para realizar un juicio de valor (la huelga es danosa), estamos ante una opinión. “Obviamente, como ocurre con todos los valores y juicios, estos pueden variar cultural y socialmente. Y siempre que impliquen a grupos e intereses de grupos en conflicto, tales opiniones se considerarán ideológicas.” (VAN DIJK, 1996, p. 22).

Una característica fundamental de las opiniones expresadas en los editoriales analizados es su redundancia de enfoque. Aunque cambien las fechas de publicación, el marco de interpretación del movimiento sigue muy similar. Las reiteradas referencias a los profesores y, por supuesto, a toda la universidad pública, como improductivos, generan una banalización que sugiere la adopción de un discurso único, con todas las implicaciones resultantes. En este sentido, siguiendo a Bourdieu (1997), podemos afirmar que efectivamente las imágenes que se muestran en los noticieros producen efectos de realidad, es decir, que puede mostrar y hacer creer en lo que muestra a la vez que es capaz de provocar fenómenos que van desde dar vida a ideas o representaciones, como a la formación de grupos y la movilización social. “El hecho de informar de manera periodística implica siempre una elaboración social de la realidad capaz de provocar la movilización (o desmovilización) social.” (BOURDIEU, 1997, p. 28).

En su visión, algunas de las propiedades más típicas de la visión periodística, como la propensión a identificar lo nuevo con las llamadas “revelaciones” o a dar prioridad al aspecto más directamente visible del mundo social, es decir, los individuos, sus acciones y, sobre todo, sus malas acciones, desde una perspectiva que a menudo es la de la denuncia y el proceso, en detrimento de las estructuras y los mecanismos invisibles (en este caso, los del campo periodístico) que orientan los actos y los pensamientos y cuyo conocimiento favorece la comprensiva indulgencia más que la indignada condena. O también la propensión a interesarse por las “conclusiones” (supuestas) más que por el camino que permite llegar a ellas. (*ibid*, pp. 95-96)

Jugamos necesario, aún, traer los conceptos claves de *habitus* y *campo* que impregna la teoría bourdieusiana, marco teórico fundamental de nuestra pesquisa. Para el sociólogo francés, hay una doble existencia de lo social. En las cosas, estructuras objetivas externas al sujeto: son los Campos. Y, en los cuerpos, estructuras internalizadas: son los *Habitus*.

Según Bourdieu (1997), en toda acción confluyen, de un lado, el *habitus* lingüístico (automatismos verbales, competencia lingüística y uso en contexto) y, de otro, las estructuras del mercado lingüístico (sistema de sanciones y censuras); sin estos aspectos, es imposible determinar la significación del discurso. El mercado crea el valor simbólico y el sentido del discurso: de un lado, el interlocutor decide sobre el sentido, al apropiarse creadoramente el discurso con ayuda de esquemas de interpretación que pueden diferir de los del emisor; y, de otro, el discurso se inserta en un espacio social en el que ya circulan otros productos discursivos y, en consecuencia, su valor es relacional. Por no verlo así, por partir de uno solo de los factores, la lingüística fracasa al explicar la singularidad coyuntural del discurso, lo que se expresa, por ejemplo, en la introducción de una pobre sociología "espontánea", que después se exhibe como hallazgo de la investigación.

Los condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia producen *habitus*, sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas para funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones que pueden estar objetivamente adaptadas a su fin sin suponer la búsqueda consciente de fines y el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente 'reguladas' y 'regulares' sin ser el producto de la obediencia a reglas, y, a la vez que todo esto, colectivamente orquestadas sin ser producto de la acción organizadora de un director de orquesta". (BOURDIEU, 1991, p. 92)

Bourdieu reconoce que el sentido o el significado de un discurso está relacionado con la manera en que son usadas las palabras en un cierto juego de lenguaje en el cual es construido, dichos usos dependen de la estructura social del mercado lingüístico, es decir, de un conjunto de condiciones sociales que hacen posible que el discurso tenga un efecto tanto semántico como político. En otros términos, el sentido de un discurso es aquel de la situación social en la cual se produce.

Desde esta perspectiva, planteamos el vínculo entre la condición de "agente normativo" del periodista como un requisito previo del *habitus* mismo, es decir, un conjunto de disposiciones adquiridas en el ámbito del campo social de la actividad profesional. Como muchos investigadores han señalado que la noticia es en buena medida producto de las exigencias organizacionales o corporativas, de tal manera que la práctica periodística detiene, por supuesto, una autonomía relativa. Gaye Tuchman, en su libro 'La produc-

ción de la noticia', (1983) llama la atención sobre el hecho de que los periodistas utilicen ciertos procedimientos para objetivar la enunciación de sus textos. Además, Tuchman apostilla que estos procedimientos están destinados a la defensa de los periodistas y a mantener la credibilidad profesional, pero en la misma medida están inculcados en la cultura y la ideología de los periodistas que terminan por exponer en menor grado la faceta de la objetividad.

De modo más general, las organizaciones informativas son más aptas para informar acerca de instituciones públicas que acerca de poderosas instituciones privadas. Por ejemplo, los medios de la ciudad de Nueva York critican libremente los gastos de la City University, que es pública, pero no los de la privada Columbia University, aunque las universidades privadas sean financiadas en parte por dinero público (TUCHMAN, 1983, p. 178)

Que los medios de comunicación juegan un papel decisivo en el juego político, en el que no participan como simples observadores, sino como jugadores en toda regla, es indudable. Son los medios los que construyen nuestra realidad representándola. El poder no es sólo el poder de hacer, sino el poder de contar, de transmitir, de transformar la realidad en discurso. Pero, como apunta Bourdieu (1997), la parte más determinante de la información, es decir, esa información sobre la información que permite decidir que es importante, que merece ser transmitido, “procede en gran parte de otros informadores. Lo que conduce a una especie de nivelación, de homogeneización de las jerarquías y de su importancia.” (BOURDIEU, 1997, p. 36)

La opción por elegir los editoriales como objeto de nuestra análisis en este artículo es por el hecho que estas piezas contienen el núcleo opinativo de los medios, consagrando una mirada homogéneamente condenatoria acerca del conflicto social de 2015 en las universidades brasileñas. De acuerdo con Giró (2008), el editorial es el espacio donde los medios expresan su opinión sobre lo que estima que son las grandes cuestiones sociales, económicas y políticas. Lo mismo ocurre en televisión si los informativos incluyen una sección editorial.

La importancia del análisis de los editoriales no deriva de una eventual atención masiva que, en la práctica, el gran público no les dedica. Sino del hecho de que quien determina el contenido de los editoriales — la dirección— es también quien determina los titulares de portada, que, a su vez, son una auténtica toma de posición política, y es quien determina asimismo la orientación de los titulares de las páginas interiores. (GIRÓ, 2008, s/p)¹⁵⁶

156 Disponible en <http://www.ae-ic.org/santiago2008/contents/pdf/comunicaciones/282.pdf>

A pesar de su valor, observa Giró (2008) los diarios no se pronuncian con editoriales sobre todos los temas de actualidad, sea porque no los consideran importantes o porque prefieren no tomar una posición explícita sobre un determinado hecho. Su valor reside más fuertemente en el hecho de que su análisis permite reconstruir, sino toda, al menos un parte de la matriz ideológica del diario. Aun así la parte reconstruida suele ser altamente significativa pues difícilmente la dirección del diario elude tomar posición sobre los conflictos de cierta envergadura. En especial, difícilmente permanece en silencio sobre asuntos en que los otros periódicos han tomado partido. De aquí que resulte además muy recomendable, según Giró, aunque no imprescindible, comparar diversos medios. En nuestro caso, el universo de cuatro medios de comunicación, tres periódicos de prensa escrita y un portal de noticias, revela el desinterés noticioso y, sin embargo, opinativo sobre la huelga. Solamente se produjeron cinco editoriales en un periodo de cinco meses de paralización, uno de ellos con argumentos más orientados al programa del gobierno, de la entonces presidente Dilma Rousseff, para la educación en general.

En la perspectiva de Giró (2008), por fin, el análisis puede tener diversos objetivos: identificar los temas sobre los que se editorializa para determinar las prioridades de la dirección de los periódicos, comparar los argumentos o proposiciones explícitas e implícitas que los editoriales mantienen sobre los distintos aspectos del conflicto en cuestión. “O sea, estudiar su ADN ideológico, el que impregnará los hilos dominantes del discurso global del diario.” (GIRÓ, 2008, s/p). Por fin, señala el autor, estudiar los razonamientos con los que se enlazan los argumentos o datos aportados.

Volviendo a la teoría discursiva, el análisis del discurso por Bourdieu es así un análisis de la producción lingüística como un conjunto indivisible de los productos y de los agentes productores y en tanto que estos están situados en un sistema relativamente autónomo de posiciones – el mercado lingüístico- y poderes en competición por la conquista del prestigio y de la autoridad. No existe una exacta coincidencia entre la dominación económica y las diferentes formas de dominación simbólica, lo que existe en una composición de estas diferentes formas y una homología entre los campos. La dominación final es una sumatoria lógica de los diferentes campos y el estudio de la lengua sólo puede realizarse en ese conjunto de fuerzas que enmarcan el sistema de dominación; los discursos se generan, se aceptan y se valoran en él y sólo en él pueden ser interpretados.

El concepto de mercado lingüístico de Bourdieu se ha incrustado en el conjunto de herramientas que utiliza habitualmente la sociolingüística actual, capítulo dedicado a los mercados lingüísticos. Em el libro que Bourdieu dedicó a los temas del lenguaje – ¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos –, el autor plantea que sólo excepcionalmente, en

las situaciones abstractas y artificiales de la experimentación, los intercambios simbólicos se reducen a relaciones de pura comunicación y el contenido informativo del mensaje agota el contenido de la comunicación. O sea, El poder de las palabras sólo es el poder delegado del portavoz, y sus palabras - es decir, indisociablemente la materia de su discurso y su manera de hablar - sólo pueden ser como máximo un testimonio, y un testimonio entre otros, de la garantía de delegación del que ese portavoz está investido. (BOURDIEU, 2001, p. 67)

Bourdieu (2001) entiende las relaciones sociales como interacciones simbólicas, siempre y cuando tales interacciones se conciben como actualización de relaciones de fuerza. No se trataba, entonces, de una diferencia teórica con la lingüística a propósito de maneras de comprender el lenguaje; se trataba, más bien, de un asunto político. El autor piensa que la fuerza de las palabras no es algo propio, no es independiente de su uso, sino que es adquirida gracias a las condiciones institucionales en que se utilizan.

Charaudeau (2003), investigador de las ciencias del lenguaje, señala que los medios se presentan como quienes tratan “los acontecimientos del mundo que afectan particularmente la organización de la vida social” (*ibid*, p. 40) y se atribuyen como función develar lo oculto o aquella información escondida por el poder político. Fairclough reafirma esta característica al referirse a la intertextualidad como propiedad de aquellos textos que abiertamente se construyen con elementos o fragmentos de otros textos específicos. (FAIRCLOUGH, 1992, p. 85). El autor sostiene que los textos definen posiciones interpretativas, van dirigidos a un intérprete o lector ideal que es capaz de usar su experiencia previa para relacionar los diferentes elementos intertextuales y generar interpretaciones coherentes.

El escenario en lo cual leemos el editorial "A longa greve" (periódico O Estado de S.Paulo, 25 agosto 2015), era el de una huelga de las universidades federales brasileñas que caminaba hacia el tercer mes de paralización, con 50 de las 63 instituciones sin actividades académicas. El texto indica que los huelguistas protestan contra los recortes en la previsión presupuestaria de 2015 determinados por el Ministerio de Hacienda, además de reclamar de la desvalorización del “caráter público das instituições federais de ensino superior, professores e servidores também reivindicam a reestruturação da carreira”. A continuación, informa que los huelguistas afirman que, si no obtienen un reajuste salarial del 27%, no retomar las clases y paralizará investigaciones científicas en marcha. Como resaltado por Van Dijk (2009), podemos analizar críticamente un informe público de noticias o un editorial, un libro de texto, la propaganda de un partido o los anuncios publicitarios de una empresa, pero rara vez tenemos acceso al tipo de interacción discursiva que se da en los niveles más altos: las reuniones editoriales de un periódico, las reuniones de gabinete etc.

Muchas formas de poder del poder contemporáneo deberían definirse como poder *simbólico*, es decir, en relación con el *acceso preferencial a – o el control del – discurso público*, siguiendo la lógica de la reproducción esbozada anteriormente: el control del discurso público implica el control de la mente del público, y, por consiguiente, indirectamente, el control de lo que el público quiere y hace. No hace falta la coerción si uno puede persuadir, seducir, adoctrinar o manipular al pueblo. (VAN DIJK, 2009, p. 36).

Según Charaudeau, el análisis de discurso es el marco teórico que sostiene el desarrollo de una metodología que permite “obtener conclusiones después de confrontar las nociones y las palabras que estructuran las nociones o grupos de nociones contenidos en el discurso estudiado”. (2003, p.45). Es decir que se visibilizan las intenciones e intereses de quien comunica. “Así todo discurso antes de manifestar el mundo manifiesta una relación. (...) Ninguna información puede reivindicar transparencia, neutralidad o facticidad pues es un acto de transacción” (*ibid*, p. 52).

Con efecto de conclusión, si hablamos de la influencia de los mensajes mediáticos, debemos examinar los procesos representaciones involucradas en los efectos y usos mediáticos, para saber exactamente lo que significa cuando hablamos de opiniones de los medios, y cómo estas se relacionan con la conformación de versiones sobre lo real que extrapolan los hechos y promoven el diálogo con aportaciones políticas y/o ideológicas. Se debe enfatizar el estudio crítico de las relaciones entre discurso mediático y prácticas e ideologías dominantes que están en la base de las políticas contemporáneas occidentales. Como apunta Van Dijk (2009), cuando se trata de influir en los medios, las estrategias consisten en proveerles de información en las conferencias de prensa, en las entrevistas que les conceden, en la filtración de información y en otras formas de acceso preferencial a los hacedores de las noticias. En este mismo sentido podemos buscar y formular estrategias que sean capaces de resistir a las fuerzas que tendan a representar setores del social de un modo que quede invisibilizada la selección y producción de noticias, las estrategias de “ocultar mostrando” (Bourdieu, 1997) y la intencionalidad intrínseca de todo acto de comunicación.

Referencias

BOURDIEU, Pierre, ¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos, Madrid: Akal, 1985.

El Campo Político. Plural Editores: La Paz, 2001.

Sobre la televisión. Barcelona: Editorial Anagrama, 1997.

El sentido práctico. Madrid: Taurus, 1991.

- Contrafuegos - reflexiones para servir a la resistencia contra la invasión neoliberal. Barcelona: Editorial Anagrama, 2000.
- CHAMPAGNE, Patrick. La visión mediática. In: La miseria del mundo, Bourdieu y col. Buenos Aires: FCE, 2000.
- CHARAUDEAU, Patrick. El discurso de la información. La construcción del espejo social. Barcelona: Gedisa, 2003.
- FAIRCLOUGH, Norman. El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público: Las universidades. *Discurso & Sociedad*, Vol 2(1) 2008, 170-185.
- Discourse and Social Change. Cambridge: Polity, 1992.
- GIRÓ, Xavier. Enfoques críticos en el análisis del discurso mediático sobre conflictos. *Actas Congreso Internacional Fundacional AE-IC*, Santiago de Compostela, 30, 31 de enero y 1 de febrero de 2008, 2008, ISBN 978-84-612-3816-3.
- TUCHMAN, Gaye. La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción social de la realidad. Barcelona: Gustavo Gili (ed.), 1983.
- VAN DIJK, Teun. *Discurso y poder: contribuciones a los Estudios Críticos del Discurso*. Barcelona: Gedisa, 2009.
- Estructuras y funciones del discurso. Siglo XXI Editores, Buenos Aires, 2001.
- Opiniones y ideologías en la prensa. *Voces y Cultura (Barcelona)*, 10, 1996, pp. 9-50.
- VERÓN, Eliseo. *Esto no es un libro*. Barcelona: Gedisa, 1999.

CAPÍTULO XIII

**JORNALISMO E IMAGEM: COMO ATRAIR O
LEITOR SEM, NO ENTANTO, COMPROMETER A
QUALIDADE DO CONTEÚDO NOTICIOSO**

Nilton Marlúcio de Arruda

Universidade Fernando Pessoa – Porto (Portugal)

Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM – Rio de Janeiro (Brasil)

Resumo

O trabalho tem como objetivo refletir sobre a relação de desequilíbrio entre imagens e textos nos noticiários e sua influência para o não aprofundamento dos assuntos publicados pelos jornais. A disputa pela atenção do leitor e o dinamismo com que informações são compartilhadas caracterizam a difícil realidade do jornalismo contemporâneo. Como consequência, tem-se superficialidade dos conteúdos e fragmentação do pensamento dos utilizadores de notícias. Após pesquisa bibliográfica e documental levanta-se a hipótese de que o atual modelo de jornalismo pode estar contribuindo para a falta de sentido e de conexões que se observam no comportamento social e político das pessoas.

Palavras-chave: Jornalismo; Imagem; Noticiário; Paginação; Comunicação; Conteúdo.

Resumen

El trabajo tiene como objetivo reflexionar sobre la relación de desequilibrio entre imágenes y textos en los noticiarios y su influencia para la no profundización de los asuntos publicados por los periódicos. La disputa por la atención del lector y el dinamismo con que la información se comparte caracterizan la difícil realidad del periodismo contemporáneo. Como consecuencia, se tiene superficialidad de los contenidos y fragmentación del pensamiento de los usuarios de noticias. Después de la investigación bibliográfica y documental se plantea la hipótesis de que el actual modelo de periodismo puede estar contribuyendo a la falta de sentido y de conexiones que se observan en el comportamiento social y político de las personas.

Palabras clave: Periodismo; Imagen; Noticiero; Paginación; Comunicación; Contenido.

Abstract

The work aims to reflect on the relationship between imbalance between images and texts in the news and its influence for not deepening the subjects published by the newspapers. The dispute for the attention of the reader and the dynamism with which information is shared characterize the difficult reality of contemporary journalism. As a consequence, there is superficiality of content and fragmentation of the thinking of news users. After bibliographical and documentary research, it is hypothesized that the current model of journalism may be contributing to the lack of meaning and connections that are observed in people's social and political behavior.

Key words: Journalism; Image; News; Pagination; Communication; Content.

Introdução

Da primeira utilização de uma fotografia na imprensa diária (Alemanha, 1880) à ditadura da imagem dos dias de hoje, o jornalismo vem passando por transformações a fim de se adequar às exigências do seu público. Edições mais visuais e textos menos densos têm sido estratégias adotadas pelos periódicos em geral nas últimas décadas. Também o uso de cores nas páginas e o encurtamento dos parágrafos nas colunas parecem uma saída eficaz para conquistar o leitor. No entanto, o que poderia ser apenas uma questão de diagramação acaba por se transformar num processo que vicia o leitor. Diminui-se o texto, trabalha-se de maneira superficial os conteúdos e alimenta-se uma leitura dinâmica repleta de informação, mas carente de significados e contextos. Do outro lado da página, um ator social que imagina ter o mundo nas mãos, mas mal consegue articular uma frase que traduza as angústias de uma sociedade sem rumos.

A pauta pode ficar ainda mais grave na medida em que os periódicos abusam do uso das imagens. Não apenas em quantidade - já fato consumado - mas também no grau de apelo sensacionalista que uma imagem pode oferecer. Além de “valer por mil palavras”, a fotografia tem o poder do choque imediato junto ao leitor. Para Barthes (1990:33), “imagem é polissêmica, cadeia flutuante de significados” que tal qual o texto, “dirige o leitor”. Com mais um agravante: de forma conotativa a impor sentidos na mente fragmentada de um leitor apressado. Se “a fotografia de imprensa é uma mensagem”, conforme Barthes (1990:11), sua utilização de forma pouco criteriosa e, muitas vezes, sensacionalista pode ajudar a conquistar o leitor de imediato, mas não o prepara como agente social de transformação.

Assim, cabe ao jornalismo apurar suas responsabilidades diante da leitura que seu público faz. Entre a minimalização do texto e sobredeterminação

da imagem, o que se pergunta é se o jornalismo está conseguindo cumprir seu papel de proporcionar um sentido mínimo das coisas na mente do leitor. Caso contrário, pode-se estar diante da banalização dos conteúdos em forma de mercadoria, sem querer se dar conta de que é preciso cuidar dessa imagem avassaladora que invadiu as páginas e telas dos periódicos.

Metodologia

A elaboração do trabalho conta com pesquisa bibliográfica e documental, além de análise crítica sobre a atuação de alguns periódicos brasileiros e portugueses sob o ponto de vista da utilização da imagem em suas edições. A revisão da bibliografia focou-se em autores que evidenciam os aspectos éticos e de valor, fundamentais para o exercício da profissão, ressaltando o verdadeiro papel do jornalismo. Quanto à análise crítica, a mesma foi aplicada em três frentes de atuação: 1- a evolução da presença da fotografia de imprensa nos periódicos; 2- o debate sobre os aspectos éticos do uso de imagens; e 3- os reflexos do modelo atual de jornalismo no desenvolvimento do leitor.

O papel do jornalismo em texto e contexto

Todas as esferas da atividade humana – política, constitucional e eclesiástica -, bem como seus movimentos – sociais, filosóficos e literários – encontram na atividade jornalística seu principal veículo de disseminação. Como evidência do poder de influência da mídia, Melo (2012:173) cita grandes movimentos sociais mundiais que resgataram a principal contribuição dos jornais e dos jornalistas: “a criação da opinião pública”. O autor se refere à atuação da imprensa nas transformações européias como um “fenômeno decisivo para sepultar o antigo regime, tornando vitoriosas a Independência Americana (1776) e a Revolução Francesa (1789)”. Na mesma linha, Berger e Marocco (2008:31) citam Weber (1992:247) sobre o desenvolvimento futuro da imprensa: “colocar-se como censor da sociedade e da política ao informar os temas, assuntos e problemas que não eram levados aos tribunais de justiça”.

Desde as primeiras experiências o jornalismo revela uma multiplicidade de papéis, bem como determinada vulnerabilidade diante dos interesses públicos e privados da sociedade. Assim, é compreensível que a convivência entre o compromisso com a verdade e intenções particulares sofra desconfianças e divida espaços – noticiosos e opinativos – nas páginas dos periódicos brasileiros. Diante de acusações de que o jornalismo moderno se tornou um “empreendimento comercial”, Berger e Marocco (2008:35) expressam a preocupação da notícia como uma mercadoria e defendem o papel da imprensa em tornar “a informação sobre nossa vida comum acessível a cada indivíduo”. Preocupação que, por sinal, encontra respaldo em Stephens (1993:455-456): “os jornais começaram a voltar mais sua atenção para

os negócios”. Do ponto de vista econômico, a influência da imprensa também tem sido motivo de estudos e pesquisas há bastante tempo. Melo (2012:23) entende que o jornalismo precisa ser entendido como um processo sócio-político-econômico, e que não apenas seja pesquisado a partir do suporte tecnológico – a imprensa.

Considerando os aspectos empresariais que envolvem o jornalismo, há o risco de os periódicos comprometerem sua missão junto à sociedade. Dines (1986:108) alerta que “um jornal que cede a uma pressão cede a todas”. O autor defende que “o caminho é manter inviolável o compromisso com a verdade”, e que somente assim o veículo pode se tornar um jornal “mais prestigiado, aceito e, portanto, lucrativo”. Entre mercado e sociedade, Dines (1986:120) lembra que “o jornalista seleciona e opta ao escrever”, afetando a vida das pessoas. O “jornalista sabe que, ao redigir uma nota de três linhas, pode estar destruindo uma reputação e uma vida”. Chaparro (2014:39) complementa que “o jornalismo tornou-se, pois, espaço público de socialização dos discursos particulares”, na medida em que “noticiar se tornou a mais eficaz forma de agir no mundo e com ele interagir”. O que se verifica como fator de ampliação desses interesses é a atuação, cada vez mais profissional, de comunicadores, utilizando os bastidores do noticiário para tentar emplacar suas pautas e seus interesses. Relação que tende a ficar ainda mais estreita na medida em que os jornais buscam formas mais visuais – e agradáveis – para atrair o leitor. Ou seja, eis a contribuição da imagem neste sentido.

Impactos do jornalismo no sujeito-leitor: *studium e punctum*

Antes de iniciar-se a abordagem sobre *studium e punctum* que, segundo a teoria de Roland Barthes, formam a dualidade que norteia o interesse por uma fotografia; cabe um resgate de alguns importantes elementos já citados anteriormente. Ou seja, entre o emissor de uma mensagem – tanto escrita quanto visual – e o sujeito a quem se destina a mensagem, há um complexo de fatores a delimitarem a relação entre as intenções do primeiro e o oportunismo do segundo: interesses, benefícios, vantagens, sentimentos.

Visto que é habitual, por parte do emissor, direcionar o interesse por uma imagem com a finalidade de conquistar o sujeito – *studium e punctum*; admite-se, então, a existência de um sujeito passível de indução ao seu próprio interesse diante de uma imagem. Seria uma espécie de narcisismo, através do qual cada um busca ver no próprio espelho apenas aquilo que lhe é favorável? Ou, ainda, trata-se de um eufemismo, quando acreditar nas sombras pode ser mais confortável do que enxergar (e suportar) a realidade?

Para Bredekamp (2015:22), “a certeza contida na alegoria da caverna acerca da eficácia das imagens é, segundo Platão, extensível a todo tipo de imagens”. Trata-se, portanto, de uma eficácia, tão forte na concepção de Platão,

capaz de interferir significativamente no desenvolvimento do sentido dos indivíduos. Afinal, se pela ótica de Platão, as imagens podem actuar como fundamento do pensar e do agir bem-sucedido, também há que admitir que elas detém o poder de encobrir a verdade. Cabe lembrar que, segundo Bredekamp (2015:26), “Platão era somente contrário às imagens que ele via como ameaça à comunidade, ao passo que acolhia e defendia as imagens que reconhecia como factor de civilização”.

A partir do momento em que Platão estende a todo tipo de imagem sua convicção sobre a eficácia da mesma analisada na alegoria da caverna, entende-se que é viável que se coloque sobre o jornalismo contemporâneo um olhar de responsabilização pelos efeitos provocados no sujeito leitor. Sombras e fatos, realidade e versão: tudo muito próximo no século da imagem, onde a sobredeterminação do visual sobre a escrita pode estar a contribuir para a existência de outro jeito de se ler – e de se ver – o mundo.

Reconhecendo-se, assim, essa força das imagens, chega-se mais especificamente à fotografia e suas funções: do simples acto de informar ao poder de mobilizar o espectador. Mais amplamente, à idéia de que imagens e suas sombras sejam mais fortes do que a verdade e as idéias. Diante da tamanha capacidade persuasiva da imagem e da sua utilização exagerada pelos meios de comunicação, há que se atentar – e mensurar - para os efeitos de tal combinação junto ao leitor de jornal.

Desta forma, então, Barthes (1984:20) revela suas primeiras impressões sobre os aspectos tecnicistas da fotografia:

“Observei que uma foto pode ser objecto de três práticas (ou de três emoções, ou de três intenções): fazer, suportar, olhar. O *Operator* é o Fotógrafo. O *Spectator* somos todos nós, que compulsamos nos jornais, nos livros, nos álbuns, nos arquivos, coleções de fotos. E aquele ou aquela que é fotografado, é o alvo, o referente, espécie de pequeno simulacro, de *éidolon* emitido pelo objecto, que de bom grado eu chamaria de *Spectrum* da Fotografia, porque essa palavra mantém, através de sua raiz, uma relação com o “espetáculo” e a ele acrescenta essa coisa um pouco terrível que há em toda a fotografia: o retorno do morto.”

Muito além, portanto, de se ater ao assunto fotografia como uma mera representação de evento tecnologicamente registrado, a reflexão acima direciona para a existência de papeis e responsabilidades na produção e na utilização de imagens. “Em um primeiro tempo, a Fotografia, para surpreender, fotografa o notável; mas logo, por uma inversão conhecida, ela decreta notável aquilo que ela fotografa”, assinala Barthes (1984:57), ao falar sobre sofisticação e valor do que é fotografado e publicado. E complementa (1984:17): “das fotos que me interessam, as que me dão prazer ou emoção”.

Impactos da fotografia em função dos interesses e dos sentimentos do sujeito podem ser determinantes nesta relação. O que reforça, significativamente, as funções da imagem fotográfica nos veículos de comunicação. No momento em que se coloca na posição de *spectator* e que reconhece uma fotografia por conta de mais ou menos prazer, Barthes (1984:48-49) reforça a necessidade da reconciliação entre a fotografia e a sociedade. “A foto é perigosa”, sentencia o autor. E este perigo evidenciado por ele reside nas funções que a fotografia exerce sobre o sujeito. O autor enumera cada uma delas em escala de progressão: informar, representar, surpreender, fazer significar, dar vontade. Para ele, as funções da fotografia significam, ainda, o “álibi para o fotógrafo”.

Diante de factores que isentam o fotógrafo de suas responsabilidades sobre elementos conotativos inseridos na produção de uma imagem, torna-se imediato chegar aos riscos de leitura a serem feitas pelos sujeitos. Da mesma forma que ganham ainda mais evidência os riscos a respeito do próprio sujeito quando este se encontra na condição de modelo na imagem publicada. “Há tantas leituras de uma mesma face”, explica Barthes (1984:28) numa abordagem sobre a privacidade das pessoas diante da re-tratação de sua imagem por um fotógrafo.

O autor, neste momento, coloca-se novamente na condição de quem se encontra em exposição, naquilo que chama de “produto dessa operação”, ou, ainda, “sujeito-olhado e sujeito que olha”. Afinal, quando alguém se torna uma espécie de “todo-imagem”, esta pessoa é transformada – por força do ato de ser fotografada – em uma “morte em pessoa”. Para Barthes (1984:29), quando isso ocorre é como se o fotografado estivesse a desapropriar-se de si mesmo: “fazem de mim, com ferocidade, um objeto, mantêm-me à mercê, à disposição, arrumado em um fichário, preparado para todas as trucagens sutis”. E finaliza seu pensamento ao frisar que a vida privada é “nada mais que essa zona de espaço, de tempo, em que não sou uma imagem, um objeto. O que preciso defender é o meu direito político de ser um sujeito”.

O direito político de que fala o autor remete diretamente à capacidade crítica do sujeito em analisar tudo o que lhe é entregue, seja em forma de fotografia ou de texto. Para efeitos de *studium* e de *punctum*, cabe aqui abordar especificamente a questão pelo viés das imagens. Trata-se, na verdade, dos elementos visuais disponíveis numa fotografia, através dos quais o espectador pode fazer sua leitura de forma mais racional e objetiva – *studium* – e também de maneira mais ampliada, emocional, subjetiva – *punctum*. Segundo Barthes (1984:80), “o *studium* está, em definitivo, sempre codificado. O *punctum*, não.”

Desta forma, cabe ao sujeito leitor a interpretação a respeito do que vê? Ou sua leitura sobre a mensagem fotográfica está a ser direcionada pelas intenções do autor ou editor da imagem? Assim, arrastar esta reflexão para os dias de hoje, notadamente para as primeiras páginas dos jornais, pode ser um exercício bastante adequado a fim de se analisar a questão da fotografia de imprensa e seus impactos em relação aos sentimentos provocados no leitor. A “emoção passa pelo revezamento judicioso de uma cultura moral e política”, alerta Barthes (1984:45).

Susan Sontag (2013:340), em alinhamento com o semiólogo, traz o seguinte posicionamento:

“(...) as fotografias são uma forma de aprisionar a realidade (...), de a imobilizar. (...) não podemos possuir a realidade, podemos possuir (ou ser possuídos) por imagens (...), não podemos possuir o presente mas podemos possuir o passado. (...) a fotografia significa um acesso instantâneo ao real. Mas os resultados desta prática de acesso instantâneo são outra maneira de criar distância. Possuir o mundo sob a forma de imagens é, precisamente, reviver a irrealidade e o afastamento do real.”

Mas Barthes (1984:129) rebate tal entendimento quando afirma categoricamente que “toda fotografia é um certificado de presença. Esse certificado é o gene novo que sua invenção introduziu na família das imagens”. E, assim, exemplifica com uma imagem em que a cena foi fotografada numa cela na qual um jovem espera por seu enforcamento. “Trata-se do *studium*. Mas o *punctum* é: ele vai morrer. Leio ao mesmo tempo: isso será e isso foi; observo com horror um futuro anterior cuja aposta é a morte”, retrata Barthes (1984:142). O que choca o autor é a sensação de a fotografia lhe anuncia “a morte no futuro”.

A certeza – “ele vai morrer” – proporcionada pela fotografia do exemplo acima somente tornou-se possível na medida em que a imagem mostrou “o passado absoluto da pose”. E este “esmagamento do Tempo: isso está morto e isso vai morrer” será determinante para que o semiólogo introduza a questão do tempo em suas observações sobre *studium* e *punctum* em relação à interpretação do sujeito. Barthes (1984:141) revela que “existe um outro *punctum*”, além do detalhe. Para ele, esse novo *punctum* não é mais de forma, mas de intensidade, “é o Tempo, é a ênfase dilaceradora do noema (‘isso-foi’), sua representação pura”.

A figura do tempo reforça, portanto, o que Barthes (1984:45-46) já afirmara sobre estes dois elementos norteadores do interesse do sujeito pela fotografia:

“É o *studium*, que não quer dizer, pelo menos de imediato, ‘estudo’, mas a aplicação a uma coisa, o gosto por alguém, uma espécie de investimento geral, ardoroso, é verdade, mas sem acuidade particular. (...). O segundo elemento vem quebrar o *studium*, (...) é ele que parte da cena, como uma

flecha, e vem me transpassar. (...) essa ferida, essa picada, essa marca feita por um instrumento pontudo (...). A esse segundo elemento que vem contrariar o *studium* chamarei então *punctum*, pois *punctum* é também picada, pequeno buraco, pequena mancha, pequeno corte – e também lance de dados. O *punctum* de uma foto é esse acaso que, nela, me punge (mas também me mortifica, me fere).”

Da teoria para a realidade admite-se a possibilidade de se traçar um paralelo com as primeiras páginas dos jornais. Afinal, os elementos cientificamente analisados parecem bastante presentes no jornalismo contemporâneo: necessidade de conquistar a atenção do outro, intenções conotativas do editor, fragilidade crítica do leitor, interesses e benefícios para ambos os lados. Em tempos de interatividade digital, Barthes (1984:47) traça uma metáfora com a forma com que o leitor costuma responder: “o *studium* é da ordem do *to like* e não do *to love*; mobiliza um meio-desejo, um meio-querer”.

A “eficácia retórica pela imagem”

Conforme Júnior (2008:26), a história reserva um exemplo emblemático da força de uma imagem. “Olhai que perfeição de formas tem esta mulher; se tendes ânimo sentenciái que elas sejam destruídas pela morte. Tende piedade para com a beleza”. A frase, exclamada pelo famoso orador Hipérides (que viveu na Grécia em 389 a.C.) durante o julgamento da Friné de Téspias (cerca de 400 a.C.), levou os juízes a absolverem da pena de morte a cortesã acusada de profanação e corrupção. O defensor, inclusive, rasgou as vestes daquela mulher a fim de sensibilizar o júri a partir da extrema beleza da mesma, ao perceber que seus argumentos verbais não seriam suficientes. Tal passagem demonstra com propriedade o poder de persuasão e de convencimento que uma imagem contém.

Inspiração para a poesia do brasileiro Olavo Bilac (“O julgamento de Frinéia”, 1888, na obra “Sarças de fogo”), do francês Charles Baudelaire (poemas “Lesbos” e “La Beauté”, 1857) e da tcheca Rainer Maria Rilke (poema “Die flamingos”, 1908); a beleza e a fama de Friné foram reportadas também por Júnior (2008:13). “A imagem de Friné, a sua reputação e a piedosa lamentação de Hipérides levaram os juízes a temer esta serva de Afrodite e a ceder aos sentimentos provocados pela visão dos seus olhos, acabando por a absolver”, escreveu o autor.

Assim, Júnior (2008:18) faz sua analogia entre o julgamento de Friné e a retórica:

“Os oradores antigos sabiam bem que um auditório pode ficar indiferente ao discurso de um orador, mas nunca a uma imagem. Daí a necessidade que os profissionais da oratória sentiram de se socorrerem da pintura com tanta frequência para tocarem e moverem o coração das pessoas, na convicção de

que a mente se deixa mover mais depressa e com maior profundidade pelas coisas que ferem os olhos do que pelas que entram pelos ouvidos. As palavras podem passar despercebidas, mas os exemplos mexem connosco. O discurso cumpre-se, portanto, na evocação de uma imagem, e representar ou dar visibilidade a essa imagem, é tanto função da retórica como da pintura e do teatro.”

Da racionalidade jurídica – também suscetível aos apelos emocionais das imagens – ao universo da ideologia, tem-se a seguir mais uma comprovação do fenómeno da retórica a partir dos ensaios de Barthes (2009:43). “A retórica aparece assim como a face significante da ideologia”, diz o autor. Ao abordar especificamente o papel da fotografia neste contexto, ele afirma que “a retórica da imagem é específica na medida em que está submetida às restrições físicas da visão”. Barthes refere-se, portanto, ao “conjunto de conotadores”, que reúne inúmeros significantes, cujas especificidades variam de acordo com o campo de atuação: som articulado, imagem, gesto, etc.

No entanto, quanto ao formato, o autor entende que “é mesmo provável que exista uma única forma retórica, comum, por exemplo, ao sonho, à literatura e à imagem”. Assim, a retórica da imagem apresenta certo domínio comum dos significados de conotação, que é o da ideologia. Ela “não pode ser senão única para uma sociedade e uma historia dadas, sejam quais forem os significantes de conotação aos quais recorre”, finaliza.

Numa tentativa de correlação entre a teoria de Barthes e o jornalismo de imagens que se pratica nos dias de hoje, é importante resgatar o que diz o autor a respeito dos meios de comunicação e da inexistência da neutralidade editorial. Segundo Barthes, não existia um discurso neutro, e que, além disso, qualquer tentativa ou pretensão pela objetividade seriam consideradas como algo impossível. “A Fotografia é violenta: não porque mostra violências, mas porque a cada vez enche de força a vista e porque nela nada pode se recusar, nem se transformar”, afirma Barthes (1984:136).

Sobre a percepção do autor a respeito dos meios de comunicação de massa, Siqueira (2014) assim resume:

“Quem compreende e aplica os processos de conotação da fotografia, logo compreende que as imagens que nos chegam pela mídia não são transparentes em relação à realidade. E que o sentido não é obvio e igual para todo mundo. Muito pelo contrário. O que os meios de comunicação fazem é organizar mensagens que mostrem algum aspecto que desperte nosso interesse, porque nós, de alguma forma, nos reconhecemos naquele discurso. Ou desejamos adotá-lo como parte de nós mesmos. Para obtermos algum tipo de vantagem ou satisfação. A este processo damos o nome de representação. E as representações nada mais são que perspectivas que competem com a mídia pelo caráter de verdade. Mas nunca o são. E o leitor crítico sabe disso.”

Alguns pontos presentes na citação acima merecem uma análise bem cuidada. Segundo a autora, Barthes aborda a intenção de quem comunica – seja através de textos ou imagens – de conquistar o sujeito. Mais: sugere a necessidade da empatia dentro da mensagem a fim de despertar o interesse do sujeito. E ainda, revela que o sujeito acata a mensagem tão mais próxima ela esteja de lhe garantir vantagens. Ou seja, confirma-se, então, que nenhum discurso é neutro e que a comunicação utiliza-se de estratégias para relacionar-se com o sujeito, o que significa, de imediato, a probabilidade de que toda mensagem provoca impactos junto ao seu público.

Quando se adiciona a esta reflexão o entendimento de que Barthes está sempre a evidenciar a figura do sujeito, tem-se um excelente argumento capaz de questionar o papel e a responsabilidade do jornalismo contemporâneo nas suas relações com o sujeito, a partir daqui já mais especificamente classificado como leitor e espectador. Para Barthes (1984), devia-se reconhecer o texto e a obra como um lugar em que o sujeito aparecia e, no tocante ao papel da imagem, questiona a forma como o sentido vem à imagem.

Neste aspecto, cabe destacar a clareza didática de Barthes ao explicar que a fotografia (de imprensa, principalmente) é uma mensagem que contém três submensagens: cena literal ou mensagem denotada; cena cultural ou mensagem conotada; e o texto lingüístico. A primeira delas diz respeito àquilo que o sujeito vê de forma objetiva. A segunda refere-se a valores historicamente associados aos objetos da cena literal. Finalmente, o texto lingüístico é entendido pelo teórico como uma espécie de âncora que o autor ou editor da imagem utiliza para o sentido que se intenciona dar à mensagem junto ao sujeito.

Desta forma, admite-se a oportunidade de correlacionar tal entendimento teórico com a prática jornalística contemporânea, notadamente quando se trata de imagens publicadas em primeira página dos periódicos. Quanto se tem de denotação (fato em si, elementos objetivos a serem observados pelo sujeito) e de conotação (tentativa de mais de um sentido para a mensagem junto ao sujeito)? E quais são a percepção e a reação do sujeito diante de tais estímulos imagéticos em veículos de informação jornalística?

Barthes (2009:45) traça um paralelo entre os sentidos de cada mensagem e suas possíveis conseqüências na mente do sujeito:

“Podemos contudo arriscar que o mundo do sentido total está dilacerado de uma maneira interna (estrutural) entre o sistema como cultura e o sintagma como natureza: as obras das comunicações de massa conjugam todas, através das dialéticas diversas e diversamente conseguidas, o fascínio de uma natureza, que é o da narrativa, da diegese, do sintagma, com a inteligibilidade de uma cultura refugiada em certos símbolos descontínuos, que os homens declinam ao abrigo da sua fala viva.”

Numa mesma linha de raciocínio, Júnior (2008:1) transporta para os tempos atuais sua preocupação com o desequilíbrio entre textos e imagens, bem como com os impactos junto aos indivíduos:

“Ao confrontar-se hoje com os grandes clássicos da retórica antiga, o leitor sentirá, todavia, um misto de estranheza e familiaridade. Já não estamos habituados a longos discursos. Nossa é uma cultura de actos leves, concisos e breves de comunicação. A língua, na sua forma simbólica, foi cedendo o passo à comunicação pelo som e a imagem; no cinema e a televisão, mas não só. Toda a sorte de gráficos, fotografias, padrões de som e imagem enchem os jornais e revistas, circulam na *internet* em plataformas como o Google, o *YouTube* e outros mais. Será que a linguagem simbólica e seus conteúdos se deixaram suplantar pelos recursos das novas tecnologias? Que já não há espaço para a retórica? Continua seguramente a havê-lo nos campos de tradição retórica como o debate político, o contraditório forense e as celebrações festivas, tantas vezes sob a influência das novas técnicas de sedução”.

Estas questões e hipóteses já permitem uma reflexão, ainda que aparentemente precoce e sem alguma fundamentação, sobre Barthes e o jornalismo dos dias de hoje. Ou seja, que leitura o semiólogo faria dos jornais que circulam atualmente? Mais precisamente, qual seria sua visão crítica com relação à utilização das imagens publicadas em primeiras páginas? Perguntas que podem remeter a reflexão diretamente para a questão dos sentimentos provocados no sujeito que, segundo Barthes (1984) podem ser classificados como “prazer ou emoção, compaixão, ódio, desprezo, fascinação”.

Imagem e transparência: o que parece óbvio se transforma em paradoxo?

A fotografia surgiu em 1839 com o desenvolvimento da daguerreotipia. No entanto, segundo Felz (2008:3), “por razões tecnológicas, foram necessários mais de 30 anos para ser possível o aproveitamento de fotografias na imprensa”. O autor ressalta que, a partir desse momento, “o mundo tornou-se próximo, pequeno aos olhos da massa”, visto que, até então, “o cidadão comum apenas podia visualizar fenômenos que ocorriam perto dele”. Nos dias de hoje, é impossível se pensar o jornalismo sem imagens. Barthes (1990:11) vê a fotografia de imprensa como “um complexo de mensagens concorrentes”. A imagem é o centro, enquanto que seus “arredores são constituídos pelo texto, o título, a legenda, a paginação e o próprio jornal”.

Conforme Dines (1986:90) “o leitor de hoje não quer apenas saber o que acontece à sua volta, mas assegurar-se da sua situação dentro dos acontecimentos”. Ou seja, o autor defende o engrandecimento da informação, de

forma que ela ofereça a dimensão comparada, a remissão ao passado, a interligação com outros fatos, a incorporação do fato a uma tendência e a sua projeção para o futuro. Quando os veículos cumprem sua natureza de contextualizar os fatos numa narrativa que vai além da simples cobertura dos acontecimentos, certamente contribuem para a criação de um sentido mínimo para as coisas na mente do leitor.

Barthes (1990:35) afirma que “o texto dirige o leitor” que, por sua vez, se complementa na “cadeia flutuante de significados” trazida pela imagem. Quando em sintonia com os princípios do jornalismo, esta combinação produz excelentes resultados. Entretanto, a utilização da imagem com intenções apenas estéticas ou, ainda, de forma conotativa; pode levar o leitor a caminhos equivocados em relação à reportagem que leu. Para Dines (1996:78), a profissionalização da comunicação em defesa de interesses de negócios certamente coloca em risco a credibilidade dos periódicos, da mesma forma que compromete o acesso da sociedade à informação isenta e independente.

Um ano após a trágica morte do menino sírio - vítima de naufrágio em fuga do Oriente Médio e África tentando chegar à Europa por conta da crise migratória -, a publicação da foto do corpo numa praia da Turquia ainda gera polêmicas. Na ocasião, o jornal britânico “*Independent*” defendeu em editorial que “essas imagens com poder extraordinário” deveriam sensibilizar as autoridades européias. “*The Guardian*”, também britânico, disse que as fotos levaram para as casas das pessoas “todo o horror daquela tragédia humana”, enquanto que o americano “*Washington Post*” classificou a imagem de “o mais trágico símbolo da crise de refugiados do Mediterrâneo”. O português “*Público*” também utilizou seu editorial para explicar a publicação das imagens chocantes. O jornal trouxe a fotografia em sua capa justificando que a imagem está correndo o mundo com o nome “naufrágio da humanidade”. Transparência ou sensacionalismo editorial?

Imagem e reputação aos olhos da sociedade

Em se tratando de conflito entre interesses específicos e o escopo de atuação da imprensa, Chaparro (2014:26) traz a ideia de que, por trás da “linguagem dos conflitos”, há a própria natureza do jornalismo. “O bom jornalismo é uma narração de conflitos”, reforça. Ele cita os conflitos políticos, econômicos, sociais, sexuais, culturais, enfim, de todo tipo. Para o autor, tudo isso se aflora no jornalismo, e se manifesta através de ações e falas que podem transformar a realidade. “O jornalismo tem um potencial transformador”, continua. Analisando-se, no entanto, a reação do leitor, em geral, parece existir uma lacuna de sentidos e significados. Independente da questão conotativa do uso da imagem (voltando ao exemplo do menino sírio e contrastando-a com o pensamento de Dines ao falar da contextualização dos

acontecimentos), o leitor espera do jornalismo uma atuação mais socialmente responsável. Dines (1986:90) resgata, ainda, que o leitor tem o direito de não querer apenas “saber o que acontece à sua volta, mas assegurar-se da sua situação dentro dos acontecimentos”. Para ele, é com o engrandecimento da informação que se garante uma comunicação de qualidade. E lamenta que o jornalismo investigativo tenha se confundido com um jornalismo de sensações ou de escândalos.

Conclusão

Na Grécia antiga, a utilização de imagens era justificada para simplificar a leitura e a história. Entendia-se que o processo da leitura e da audição da palavra é mais difícil que a visualização da imagem. Tal prática, no entanto, não escapou da crítica de que o uso da imagem em detrimento à escrita provoca o empobrecimento do leitor. Transportando-se essa situação para a realidade do jornalismo contemporâneo, admite-se o risco da alienação do leitor-espectador-internauta em função do atual formato jornalístico.

Paradoxalmente, a melhoria visual das páginas não garante maior transparência aos conteúdos publicados. Uma pauta que não pode ficar ausente do debate sobre o jornalismo que se pratica nos dias de hoje. Seja impresso, televisivo ou *online*, a simplificação da leitura não pode comprometer o entendimento e a atuação do cidadão na história.

Referências

- Berger, Christa e Marocco, Beatriz (org). (2006). A era glacial do jornalismo – teorias sociais da imprensa: pensamento crítico sobre os jornais. Porto Alegre: Sulina.
- Barthes, Roland. (1984). A câmara clara: nota sobre a fotografia. Tradução de Júlio Castanõn Guimarães. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Bredenkamp, Horst. Teoria do acto icônico. Tradução de Artur Morão. Coordenação, edição de notas e revisão por João Francisco Figueira e Vítor Silva. KKYM – Lisboa, 2015.
- Barthes, R. A retórica da imagem, In: O óbvio e o obtuso. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- Chaparro, Manuel Carlos. (2014). Jornalismo: linguagem dos conflitos. Edições Chaparro: SP.
- Dines, Alberto. (1986). O papel do jornal: uma releitura. 5ª Edição, ampliada e atualizada com um apêndice sobre a Questão do Diploma. São Paulo: Summus Editorial.

- Dines, Alberto. (1996). O papel do jornal: uma releitura. *Novas buscas em comunicação*, v. 15, 6^a ed. São Paulo: Summus.
- Felz, Jorge Carlos. A fotografia de imprensa nas primeiras décadas do século XX – o desenvolvimento do moderno fotojornalismo. Trabalho apresentado ao GT História da Mídia Visual do VI Congresso Nacional de História da Mídia – Niterói (RJ).
- Júnior, Manuel Alexandre. (2008). Eficácia retórica: a palavra e a imagem. In *Revista Rhêtorikê*. Lisboa.
- Melo, José Marques de. (2012). História do jornalismo: itinerário crítico, mosaico contextual. São Paulo: Paulus, (Coleção Comunicação).
- Sontag, Susan. (2013). O mundo imagem. In *Ensaio sobre fotografia: de Niépce a Krauss*. Tradução: Luis Leitão, Manuela Gomes e João Barrento. Editora Orfeu Negro, Lisboa.
- Stephens, M. (1993). História das comunicações. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Weber, Max. (1992). Para una sociologia de la prensa. *Revista Española de Investigación Científica*, 57, p. 251-262. Madri: Centro de Investigaciones Sociológicas.

CAPÍTULO XIV

JORNALISTAS EM FORMAÇÃO: NECESSIDADE E URGÊNCIA EM PREPARÁ-LOS PARA OS ASPECTOS DE GESTÃO DO NEGÓCIO

Nilton Marlúcio de Arruda

Universidade Fernando Pessoa – Porto (Portugal)

Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM – Rio de Janeiro (Brasil)

Resumo

Artigo objetiva debater o papel dos cursos de jornalismo na preparação de um profissional que, além de dominar conhecimentos para produção de conteúdos, deverá entender os aspectos de gestão financeira do negócio. Empresas jornalísticas buscam novo modelo de rentabilidade para seu negócio na era digital, impactando o mercado de trabalho dos jornalistas. Quais perspectivas e tendências dos veículos diante do desafio de gerar receitas após grandes transformações provocadas pelo ambiente digital? Pesquisa bibliográfica e documental evidencia áreas potenciais para atuação do jornalista a partir da nova realidade da comunicação no mercado digital.

Palavras-chave

Jornalismo; Formação; Educação; Comunicação; Gestão; Negócios.

Resumen

Artículo objetivo debatir el papel de los cursos de periodismo en la preparación de un profesional que, además de dominar conocimientos para producción de contenidos, deberá entender los aspectos de gestión financiera del negocio. Empresas periodísticas buscan nuevo modelo de rentabilidad para su negocio en la era digital, impactando el mercado de trabajo de los periodistas. ¿Cuáles son las perspectivas y tendencias de los vehículos ante el desafío de generar ingresos tras grandes transformaciones provocadas por el ambiente digital? La investigación bibliográfica y documental evidencia áreas potenciales para la actuación del periodista a partir de la nueva realidad de la comunicación en el mercado digital.

Palabras clave

Periodismo; Formación; Educación; Comunicación; Gestión; Negocio.

Abstract

This paper aims to discuss the role of journalism courses in the preparation of a professional who, in addition to mastering knowledge to produce con-

tent, should understand the aspects of financial management of the business. Journalistic companies are looking for a new model of profitability for their business in the digital age, impacting the journalists' job market. What are the perspectives and trends of vehicles facing the challenge of generating revenues after major changes brought about by the digital environment? Bibliographical and documentary research evidences potential areas for the journalist's action based on the new reality of communication in the digital market.

Key words

Journalism; Formation; Education; Communication; Management; Business.

Introdução

O trabalho, que resulta de pesquisa bibliográfica e documental, intenciona evidenciar as áreas potenciais para a atuação do jornalista a partir da nova realidade da comunicação no mercado digital. O desafio de se garantir produção de conteúdo com qualidade, independência editorial e visão crítica tende a enfrentar novas barreiras na medida em que as fontes de receitas – publicidade, financiamento público, *crowdfunding*, *paywalls* – estão cada vez mais sendo disputadas por outras instituições da indústria da comunicação.

A nova realidade da indústria da informação, provocada pelo surgimento da *internet* e fortalecimento das redes sociais, impõe enormes desafios às empresas de comunicação, em geral, e às áreas de jornalismo, especificamente. O acesso livre a informações noticiosas impactou significativamente a gestão financeira dos veículos de comunicação, além de alterar profundamente as formas de prospecção de recursos.

Com a ruptura do modelo tradicional de gestão, veículos de jornalismo coram investimentos, reduzem custos de produção, criam estratégias para atrair leitores, demitem profissionais etc. Assim, surge novo desafio para cursos de formação de jornalistas: prover conhecimentos e condições práticas para se atuar diretamente na gestão do negócio do jornalismo. No entanto, levantamento sobre grades curriculares mostra que tais conteúdos não estão na formação do jornalista. Análise crítica sobre o mercado de jornalismo aponta formas de enfrentamento à crise pelas empresas; dados sobre o mercado de trabalho para jornalistas; e atuais ofertas curriculares de alguns dos principais cursos de graduação em jornalismo no mundo.

Como consequência imediata da situação de quebra de paradigmas do modelo de gestão que era praticado no mundo, os veículos de jornalismo adotaram práticas como cortes em investimentos, redução de custos de produção, novas estratégias para atrair leitores, demissão indiscriminada de jornalistas e de outros profissionais etc. O alarmante número superior a

6400 demissões em empresas de mídia desde 2012, considerando-se apenas os mercados de Portugal e do Brasil, atinge jornalistas em atividade e em formação, tanto no Brasil quanto em Portugal. Além da limitação na oferta de empregos, o profissional se depara com a urgência de ampliar sua empregabilidade.

Neste aspecto, a crise que se verifica no universo do jornalismo impõe um novo desafio aos cursos de formação destes profissionais. Não bastassem todos os aspectos fundamentais para o exercício da profissão, tornam-se necessários também conhecimentos e condições práticas para se atuar diretamente na gestão do negócio do jornalismo, seja ele próprio ou de terceiros. No entanto, um levantamento sobre as grades curriculares de alguns dos principais cursos de jornalismo evidenciam a inexistência de tais conteúdos na formação do jornalista.

Metodologia

A elaboração do trabalho conta com pesquisa bibliográfica e documental, além de análise crítica sobre o mercado de jornalismo, bem como da atuação das principais empresas do segmento. A revisão da bibliografia focou-se em autores que estudam alternativas para o negócio do jornalismo, sem deixar de considerar aqueles que evidenciam os aspectos éticos e de valor, fundamentais para o exercício da profissão. Quanto à análise crítica, a mesma foi aplicada em três frentes de atuação: 1- as formas de enfrentamento que as empresas de jornalismo têm aplicado em função da crise; 2- os dados disponíveis sobre o mercado de trabalho para os jornalistas; e 3- as atuais ofertas curriculares de alguns dos principais cursos de graduação em jornalismo no mundo.

A indústria do jornalismo: disruptura, alternativas e tendências

Considerando-se os últimos 20 anos, as empresas jornalísticas se defrontaram com o declínio de sua fase áurea da época industrial, em função do incremento do ambiente *online*. Ainda que consigam fazer algum tipo de negócio no ambiente de operação digital, baseadas no modelo tradicional de entrega de conteúdo, as áreas de jornalismo tiveram que apelar para cortes nos custos de produção em função do encolhimento das margens e dos volumes de seus lucros. Segundo Costa (2014:57), “restou às empresas jornalísticas a produção do conteúdo”. O pesquisador critica este posicionamento de “empresa de informação e não empresa de serviço”, que não entendem a “informação como serviço”.

Em seu relatório “Um modelo de negócio para o jornalismo digital”, produzido em 2013 em parceria com a *Columbia University Graduate School of Journalism*, em *New York*, Costa (2014) resgata o histórico de uma crise que vem afetando o que ele chama de “indústria do jornalismo”. Afinal,

desde o final do século 20, surgiram empresas de telecomunicações, sites de buscas, portais, desenvolvedores de *software* e fabricantes de tecnologia que viraram “de ponta-cabeça o velho e bom negócio da venda de informação”. Ainda mais impactante, ele destaca o surgimento de um “público que se acostumou a consumir informação de graça e se tornou ele próprio, além de produtor, um distribuidor”.

Neste novo ambiente de concorrência informacional, o que se vê é um grande esforço – com idas e vindas - das empresas jornalísticas no sentido de efetuarem sua transposição do modelo clássico para a operação digital. Em 2010, o *New York Times*, por exemplo, passou a cobrar pelo conteúdo *online* após registrar perdas de até 60% na sua receita de publicidade nos últimos dez anos. Adotou, então, o modelo de pagamento semelhante ao do *Financial Times*, chamado *paywall*, que oferecia por U\$ 15/mês um volume de 20 textos “gratuitos” antes de barrar o acesso do leitor digital.

A revista *online Slate*, que já pertenceu à Microsoft e agora é do grupo *Washington Post*, no final dos anos 1990 oferecia seu conteúdo aos 140 mil leitores mediante pagamento, numa espécie de “cobrança de assinatura”. Em 1999, no entanto, desistiu da iniciativa – mal recebida pelos assinantes - e abriu gratuitamente seu site ao público. O jornal *Los Angeles Times* também oscilou em cobrar e liberar gratuitamente o conteúdo. Em 2003, começou a cobrar U\$4,95/mês para o acesso, mas logo desistiu do modelo *paywall* com a perda de 97% de leitores. Além do *Financial Times*, outros jornais do Reino Unido utilizam o *paywall*, inclusive num formato mais “hard”: *The Times*, *The Sunday Times*, *The Daily Telegraph* e *The Sun*. Já o concorrente *The Guardian* tem resistido publicamente à idéia de cobrança por conteúdo.

No Brasil, o sistema de *paywall* também foi adotado, a partir de 2013, por nove dos 30 maiores jornais do país: *Folha de S. Paulo*, *O Globo*, *Valor Econômico*, *Correio Braziliense*, *Estado de Minas*, *Zero Hora*, *Gazeta do Povo*, *Gazeta e O Popular*. Por exemplo, a *Folha de S. Paulo* permite o acesso gratuito do seu site a apenas 20 páginas mensais, por cerca de R\$37 ao mês. *O Globo* cobra perto de R\$30 pelo acesso *online*, enquanto que o Estado de S. Paulo passou a exigir cadastro do leitor após acesso livre a cinco textos, ainda que sem cobrança.

Embora, até o momento, não haja muitos dados disponíveis sobre esta realidade nos periódicos portugueses, o que se sabe é que algumas experiências pontuais vêm sendo adotadas, cujos resultados diante da reação dos leitores andam a colocar em dúvida as estratégias escolhidas. O jornal *Público*, por exemplo, levou sete meses em 2013 analisando possibilidades e formas de cobrar pelo conteúdo. Em editorial no dia 14 de novembro

daquele ano, a direção do periódico informou que, a partir daquele momento, “quando o leitor tiver lido 20 textos num mês, será convidado a fazer uma assinatura para poder continuar a ler mais”.

Costa (2014:106) defende que o novo negócio do jornalismo deve oferecer, além do conteúdo noticioso, “uma variada gama de subprodutos do material informativo e de serviços tecnológicos ligados à produção de informação”. *Newsletters*, dossiês, documentos, publicações do acervo e outros serviços, por exemplo, podem ajudar na receita, junto com a venda de publicidade. Para Brock (2013:226), as empresas de jornalismo podem adotar os seguintes modelos: assinaturas (*paywalls* ou semelhantes), publicidade com engajamento, filantropia (doações ou financiamento via fundações), jornais gratuitos (com publicidade), patrocínios, *crowdfunding* ou *revenue promiscuity* (financiamento coletivo) e apoio governamental indireto.

Jornalismo digital: emprego, desemprego e empregabilidade

No entanto, o que se tem percebido é que o corte de pessoal parece como uma das primeiras estratégias. Entre os anos de 2007 e 2014, o jornalismo português contabilizou a demissão de 1218 profissionais, de acordo com dados da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ), levantados em 2014. Neste período, verificou-se uma queda de 17,8% no número de jornalistas ativos, visto que declinou de 6839 para 5621. Contribuíram para este quadro de desemprego, por exemplo: grupo Controlinveste (Diário de Notícias, Jornal de Notícias ou TSF) com 64 dispensas, Sol com 20 demissões, Agencia lusa (22), Público (28), grupo Impala (29), Cofina (8), Diário de Notícias da Madeira (14), além de Plano de Saídas Voluntárias da RTP.

O número de novas carteiras profissionais atribuídas no período de 2006 a 2014 também apresentou significativo declínio: de 380 para 233, ou seja, cerca de xx%. Comparando-se os anos de 2007 (foram 456 registos) com 2014, percebe-se o mais baixo nível de surgimento de novas carteiras profissionais, o que corresponde à metade de jornalistas em atividade. Segundo, ainda, a CCPJ, a cada 10 profissionais dispensados, apenas um é contratado pelas empresas de comunicação.

No Brasil, das 5205 demissões ocorridas em empresas de mídia desde 2012, cerca de 27% se deu com jornalistas, ou seja, 1433 dispensados. A informação, atualizada em 21/12/2015, é da agência de reportagens - *Volt Data Lab*, pioneira neste tipo de levantamento naquele país. Segundo Spagnuolo (2015), o ápice das demissões de jornalistas ocorreu no ano passado (684), num crescente em relação aos anos anteriores: 244 (2014), 386 (2013) e 119 (2012). Dentre as empresas, o *ranking* é o seguinte: jornais (665), rádio e TV (355), revistas (250), *online* (152) e agência (11).

Resultante da crise financeira com a queda das receitas publicitárias, as demissões também podem ser creditadas à falta de capacitação dos meios e dos jornalistas para atuar no mundo digital. De acordo com relatório “Educando Jornalistas: Novos Fundamentos para a Tradição Universitária”, (2013:64) da *Columbia University*, de *New York*, a atividade “está em um período de rápida mudança e tentando descobrir novas tecnologias, formas de comunicação e modelos de negócios subjacentes para sustentar o jornalismo”.

Neste aspecto, a responsabilidade cai também sobre as escolas de jornalismo que, segundo Costa (2014:91) “não preparam devidamente os estudantes para o ambiente digital”. No entanto, ele cobra uma ação das empresas: “Se a escola ainda não prepara os profissionais necessários, então a empresa deve preparar. Tem a obrigação de preparar. Senão, não vai construir valor”.

A “prova dos nove” dos cursos de graduação

Se no ambiente digital se percebem lacunas entre a academia e o mercado de jornalismo, na questão da gestão do negócio a situação é ainda mais emblemática. Analisando-se a grade curricular de alguns dos principais cursos de jornalismo do mundo, percebe-se que aspectos de gestão não figuram em nenhum deles.

O *Journalism Courses at London South Bank University Southwark* declara preparar o profissional jornalista para atuar na plataforma digital, bem como dominando as ferramentas necessárias para o seu campo de trabalho. Em sua grade, destaca os módulos do programa: “*Year 1: introduction to journalism; journalism and society; podcasting and video blogging; photography for journalists; journalism practice; editorial production. Year 2: media research; media and politics; investigative journalism; current issues in journalism studies; documentary video; audio production. Year 3: media law and ethics; dissertation (double module); portfolio (double module); site Project*”. Nada sobre gestão, no entanto.

A mesma linha de especialidades é percebida nos programas do *Bachelor of Communication (Journalism Studies)*, da *Massey University* da Nova Zelândia. Conforme divulgado em seu site, “*in this journalism studies major, students will learn about the media’s role, they will build essential journalistic skills and expertise in specialised fields such as feature writing and investigative reporting...*”. Proposta muito próxima do curso “*Bachelor of Science in Journalism*”, da *St. John’s University*, de *New York*, que diz preparar o estudante “*for careers in all facets of journalism*”. No entanto, seu programa tem como foco “*print, broadcast and the internet*”.

Também em *New York*, o Departamento de Estudos de Comunicação e Cinema do *Le Moyne College* oferece um programa que prepara o aluno para

a produção de jornais, *design* de *websites*, edição não-linear de vídeo digital e gravação em áudio. Além, segundo o site da escola, “da oportunidade de adquirir as habilidades técnicas para uma longa carreira profissional no mundo da mídia”. Na mesma linha educacional figuram os programas de graduação das seguintes universidades visitadas: *Ball State University Indiana (Bachelor of Arts/Bachelor of Science in Journalism)* e *Morgan State University em Baltimore, Maryland (Degree in Journalism)*.

Também dentre os 20 melhores cursos de graduação em jornalismo do Brasil (“*Ranking Universitário Folha*” – edição 2016), nenhuma grade inclui aspectos de gestão do negócio do jornalismo, o que sugere não se tratar, ainda, de uma nova pauta para os jornalistas em formação. Compõem a lista: USP, UFRJ, UFRGS, PUC (SP e RS), UFMG, Gásper Líbero, UnB, UMESP, UFSC, PUC (RJ), ESPM, UFBA, UFPR, Mackenzie, PUC (MG), Unisinos, UERJ, FACOM-FAAP e UNIP.

Verifica-se, assim, que somente a partir de 2015 é que algumas instituições passaram a oferecer disciplinas sobre sustentabilidade (em geral, dos negócios e das empresas), por exemplo. Comunicação corporativa, com ênfase em empregabilidade para o novo profissional de jornalismo, também aparece de forma incipiente nas grades curriculares brasileiras.

Já a análise do ambiente acadêmico em Portugal, de acordo com dados preliminares do próprio autor deste artigo, os cursos de graduação – primeiro ciclo – de Jornalismo também oferecem disciplinas dentro de um modelo de grade curricular bastante tradicional. Ou seja, jornalismo em ambientes corporativos (comunicação organizacional ou interna), jornalismo para o terceiro setor (Organizações Não-Governamentais – ONG) e jornalismo independente ainda não figuram nas ofertas curriculares.

Conclusão

Em tempos digitais, o jornalismo vê a sociedade mudar radicalmente e a passos largos. Mais que reportar, cabe à área uma profunda reformulação no seu modelo de negócio que lhe garanta sustentabilidade na produção e entrega de conteúdos e serviços. De forma preocupante, percebe-se que esta nova era ainda não chegou à prática escolar. Ainda em fase de debate, os cursos de formação não apresentam perspectivas aos jornalistas em formação quanto a seus novos campos de atuação.

Em declínio, os veículos tradicionais buscam alternativas para a prospecção de receitas. Por enquanto, o jornalista tem sido impactado somente de forma negativa. E o quanto ele pode colaborar na idealização de soluções? Quais saídas devem ser apontadas para ele enquanto espaço de atuação?

Enquanto produtor de conteúdo, o profissional de jornalismo vê surgir à sua frente um leque sem fim de oportunidades. Atuação independente, projetos corporativos, trabalhos para segmentos culturais, desenvolvimento de

comunidades, por exemplo, são algumas das possibilidades de trabalho no segmento. Torna-se necessário, no entanto, que o próprio jornalista tenha tal posicionamento e que, principalmente, as universidades lhe preparem para isso.

Assim, conclui-se que se trata de uma pauta que, inevitavelmente, deve passar pelos bancos universitários. Cabe, então, evidenciar a importância ainda mais estratégica do jornalista, visto que as transformações provocadas pela internet sugerem certo empoderamento do cidadão comum para atuar na produção e na distribuição de notícias, numa espécie de banalização da função do jornalismo.

Referências

BROCK, George. *Out of Print*. London: Kogan Page, 2013. PP. 224-229.

COSTA, Caio Túlio. “Um modelo de negócio para o jornalismo digital”. *Revista de Jornalismo ESPM/Columbia Journalism Review*. S. Paulo: Abr/Mai/Jun 2014. PP. 52-115.

COSTA, Caio Túlio. “Analogicos Versus Digitais”. *Revista de Jornalismo ESPM/Columbia Journalism Review*. São Paulo: Jul/Ago/Set 2012. PP. 12-23.

FOLKERTS, Jean; HAMILTON, John Maxwell; LEMANN, Nicholas. “*Educating Journalists: A New Plea for the University Tradition*”. N. York: Columbia Journalism School, 2013, p. 64.

SPAGNUOLO, Sérgio. Dados de demissões de jornalistas no Brasil. Volt Data Lab. www.voltdata.info (acesso em 19/09/2016).

Top 10 destinos de estudo para jornalismo.

Hotcourses. <http://www.hotcourses.com.br/subject/journalism/> (acesso em 18/09/2016).

*Este libro se terminó de elaborar
en diciembre de 2017
en la ciudad de Sevilla,
bajo los cuidados de
Francisco Anaya Benítez,
Director de Egregius Ediciones.*

