

ACTORES POLÍTICOS Y ADMINISTRACIONES, EMISORES Y RECEPTORES EN EL DISCURSO INFORMATIVO DEL PERIODISMO DE PREVENCIÓN.

Silvia Alende Castro
Universidad de Vigo
Mercedes Román Portas
Universidad de Vigo

Resumen

Abordar la Comunicación Institucional como factor de desarrollo social implica actualmente en España una reflexión acerca de las causas que han motivado la confusión –interesada según distintos autores- que recientemente se ha apreciado entre la comunicación institucional y la comunicación política. En este panorama, se abren además nuevos escenarios que, entendiendo la Comunicación Institucional no solo como la emitida por las instituciones sino también como la dirigida a estas entidades en calidad de receptoras del mensaje, plantean praxis informativas innovadoras en este campo.

Es el caso del Periodismo de Prevención (PdP), una perspectiva incipiente que sugiere un enfoque periodístico basado en la gestión anticipada del riesgo en el entorno más próximo al ciudadano. Entendida como una fase previa del PdP, la “Llamada de atención a la Administración” permite comprobar cómo actores políticos y administraciones asumen también el rol de emisores y receptores en el discurso informativo para la prevención de riesgos. Es decir, los medios de comunicación actúan como transmisores de mensajes dirigidos a las distintas administraciones con el fin de provocar en estos organismos una acción encaminada a solucionar una problemática concreta.

Metodológicamente, un estudio de contingencia entre fases de prevención y fuentes informativas revela –a través del análisis de contenido- que los actores políticos se sitúan entre los principales informantes de datos propios de la fase “Llamada de Atención a la Administración”, lo cual permite comprender también a esta modalidad informativa recientemente analizada –el Periodismo de Prevención- como un cauce para la difusión del discurso político.

Palabras clave: comunicación, comunicación institucional, periodismo, periodismo de prevención, fuente informativa

1. Introducción

Abordar la presencia de actores políticos y administraciones en el discurso informativo, en este caso del Periodismo de Prevención (PdP), exige hacer referencia a la comunicación política e institucional. Se trata de un ámbito en el que suele producirse confusión, si bien se acepta –en consonancia con autores como La Porte (2012) o Canelo y Gadea (2013)- que la dimensión comunicativa de una institución se asocia al precepto de su propia legitimación, concibiendo la esencia relacional de la administración como base de su declarado servicio de interés público. Por tanto, el desarrollo comunicativo de un ente repercute directamente en dos aspectos fundamentales de su existencia: la reputación y la autoridad (Vázquez, 2015).

En este sentido, se parte de que una de las principales funciones de los medios de comunicación, el periodismo y por tanto los periodistas es la de informar, una tarea que –teniendo en cuenta sus recursos y posibilidades- se entiende también como un deber a favor del bien social. Si informar es una obligación de los medios, hacerlo desde una perspectiva de prevención que contribuya, en la medida de lo posible, a solventar potenciales circunstancias desagradables antes de que estas se produzcan se presenta entonces como una actividad informativa con evidentes repercusiones éticas (Diezhandino, Marinas y Watt, 2002: 9).

Carlos Soria señala al respecto que, como las empresas informativas y los profesionales de la información tienen el deber de informar, han de proporcionar a la comunidad una información verdadera y exacta de aquellos fenómenos naturales que puedan dar lugar a un desastre (Soria, 1997: 203). Así, el Periodismo de Prevención trata también de aportar algo útil a la cotidianidad del lector o usuario de esa información. Es decir, busca ayudar al destinatario de esos datos precisamente a través de la publicación de los mismos a tomar decisiones o a actuar ante determinadas circunstancias.

Esta ayuda se persigue, en esta modalidad, por medio de la difusión de informaciones que permitan anticiparse a potenciales situaciones de peligro, conflicto o inestabilidad en un determinado ámbito territorial (Aznar, 2004). Otro nexo de unión entre la ética y la perspectiva de prevención es la toma de conciencia del enorme impacto negativo que puede seguirse de un funcionamiento inapropiado de los medios y la apelación al ideal de responsabilidad social de los mismos. En esta línea, Aznar destaca “el papel positivo que los medios pueden desempeñar en la solución de los mismos problemas sociales que se

plantean. De esa convicción nacen obviamente estas iniciativas y a partir de ella se plantean las recomendaciones concretas que pueden ayudar a realizar ese papel positivo” (2004). La promoción, por tanto, de un periodismo movilizador que se realiza en los códigos deontológicos analizados por Aznar puede entenderse entonces como otro de los puntos en los que el Periodismo de Prevención se vincula estrechamente a la ética. En estos códigos, se alienta una invitación a practicar un periodismo alejado del habitual, simple reflejo de lo que ocurre, y se plantea un periodismo más movilizador. Es decir, “un periodismo capaz de impulsar a sus destinatarios a adoptar un rol más activo en relación a los diferentes problemas abordados; no porque se lo plantee así explícitamente sino simplemente por ser un periodismo mejor” (Aznar, 2004).

El concepto de anticipación es otro elemento definidor del PdP. En la investigación periodística, esta noción se vincula especialmente a la cobertura de desastres, especialmente de tipo natural. Por ello, se trata de una cuestión estudiada sobre todo en América Latina, donde son más frecuentes este tipo de situaciones. Así, en una publicación editada a modo de manual sobre la gestión del riesgo de desastres, Carlos Morales señala que, como servicio público, la responsabilidad de los medios comienza “desde la urgente necesidad de generar conciencia sobre las acciones preventivas” (2006).

Es decir, es en la etapa de prevención –por tanto de modo anticipador- cuando “se podrá tener mayores elementos para ofrecer información sobre lo que son las amenazas y las poblaciones más vulnerables a cada una de ellas, facilitando al público datos que le permitan prepararse” (Morales, 2006: 2). Para el Ippai, anticiparse significa dominar la posible crisis o conflicto a tratar, informar de lo que va a encender dicha crisis o conflicto y dominar la región o país en la que se va a desarrollar (Bernabé, 2007: 29).

Por reciente que pueda parecer, el interés de los investigadores en Periodismo por la capacidad anticipadora de los medios no es nuevo, sino que está presente desde hace años en los estudios de este campo. De hecho, uno de los principales teóricos de la comunicación, Charles R. Wright explicó -al referirse a las funciones de los medios y detallar su capacidad de supervisión- que el hecho de que el público tenga a su disposición un constante flujo de datos sobre los sucesos que acaecen en el mundo permite poner sobre aviso acerca de amenazas y peligros, de modo que “estando alertada la población puede movilizarse y evitar su destrucción (1972: 19).

Con la convicción general de que el periodismo sobrevivirá, María del Pilar Diezhandino sostiene que “lo que va a caracterizar al nuevo periodismo es su valor añadido, diferencial, respecto de la información en dosis masivas a la que hoy se puede acceder solo a través de una pantalla” (2012: 45). En esta meta ética, el Periodismo de Prevención puede jugar también un papel crucial. De hecho, Diezhandino identifica este valor añadido precisamente con la capacidad de guiar, orientar y en buena medida, hacer prospecciones (2012: 49). Esto ayudará a impedir que el periodismo se devalúe, una condición que, de cumplirse, hará que esta profesión tenga futuro sea cual sea el soporte (Edo, 2009: 11). De acuerdo con Bettetini y Fumagalli, “la información y las conexiones de red resaltan un problema que ya se había dado a conocer con el nacimiento de la imprenta: la cantidad de noticias no es suficiente, es necesario tener un recorrido, una guía” (2001: 23).

Cabe tener en cuenta, en esta línea, que normalmente los desastres no ocurren si no existen unas condiciones de riesgo previas, sean estas conocidas o no. Partiendo de esta base, que refrendan investigadores como Obregón, Arroyave y Barrios (2010: 108), la literatura sobre esta cuestión presta especial atención a aspectos como la vulnerabilidad o la amenaza. Pero sobre todo, la revisión bibliográfica al respecto demuestra que una de las principales actuaciones que preocupa a los investigadores sobre el papel de los medios ante catástrofes es precisamente la gestión del riesgo de desastres, que en muchos casos se denomina GRD. Así, los tres estudiosos citados ahora definen esta operación como un proceso tendente a “la reducción y atención, o la previsión y control permanente del riesgo de desastre en la sociedad, en consonancia e integrada al logro de pautas de desarrollo humano, económico, ambiental y territorial sostenibles” (2010: 110).

Para el Periodismo de Prevención la gestión del riesgo más importante es la que se realiza con antelación y que Obregón, Arroyave y Barrios entienden como un proceso que prevé un riesgo que podría materializarse asociado con nuevos procesos de desarrollo y “tomando medidas necesarias para que no surjan nuevas condiciones de riesgo. Debe verse como un componente integral de la planificación del desarrollo que evita (hasta donde sea posible) la aplicación futura de medidas correctivas” (2010: 110). Se trata, esta última, de la gestión prospectiva.

De esto se deduce que una de las herramientas fundamentales para el Periodismo de Prevención es su capacidad para anticiparse. Una potencialidad que cumple con la finalidad de servicio público que se les exige a los medios. En este sentido y de acuerdo con José Luis Dader, esta modalidad se ocupa de la información que la gente puede usar

en sus vidas diarias, es decir, de la información que “significa mayor atención a cómo las noticias afectarán individualmente a sus receptores y cómo estos pueden utilizarlo para hacer frente a un problema, prevenirlo o resolverlo” (1999: 8).

A pesar de la importancia ahora descrita de la anticipación periodística, esta capacidad no suele concebirse como un criterio a la hora de establecer los valores por los que un hecho puede ser merecedor de estar presente en el temario de un determinado medio de comunicación, unos parámetros denominados en periodística como valores-noticia o criterios noticiosos y definidos como aquellas “reglas prácticas que surgen de los conocimientos profesionales y sirven de guía tanto para la selección del material como para su presentación al público, sugiriendo lo que hay que enfatizar y lo que hay que omitir” (De La Torre y Téramo, 2005: 177). El concepto de anticipación no se encuentra en las sistematizaciones de los criterios de noticiabilidad manejados por los medios de comunicación. Por tanto, el Periodismo de Prevención tal y como aquí se plantea, marcado por el adelantamiento a las circunstancias, convierte en valores noticia criterios hasta ahora dejados al margen. Sin dejar de prestarles atención, esta modalidad va más allá de los cánones generalmente aceptados para discernir lo que es o no noticia, es decir, lo que se publica o no y lo que, por tanto, llegará o no a conocer el ciudadano (Moreno, Rovetto y Buitrago, 2007).

El PdP supone y exige, entonces, una revisión de los valores noticiosos clásicos. Se trata de una reconsideración, la que aquí se propone, que se viene demandando también con sus propias particularidades desde otras tendencias, como es el caso del Periodismo Sanitario, sobre el que se señala que para que cumpla su papel educador: “es necesario ir más allá de lo que es noticia según los criterios meramente periodísticos –más allá de los valores noticia– y ofrecer informaciones en profundidad, contrastadas, comentadas y valoradas, que ayuden al público a tomar decisiones que mejoren su salud” (Camacho, 2009: 830).

Es decir, los medios no acostumbran todavía a primar la anticipación a posibles problemas o dificultades frente a otros aspectos como la actualidad o el conflicto, por ejemplo, a la hora de seleccionar sus contenidos. En este sentido, en línea con Montse Quesada, para que un acontecimiento reclame la atención de los medios de comunicación “debe contener, en primer lugar, elementos de interés general y ser de alcance público, de manera que se posicione en un lugar destacado entre la ingente cantidad de información que constantemente llega a los medios” (2007: 23).

En resumen, el periodismo no es un solo intermediario entre los distintos agentes sociales y el público, sino que es un intérprete del acontecer, comprometido con el mensaje que difunde. Por tanto, no es un mero observador sino que –en línea con Diezhandino (1994: 27)- debe ser observador, clasificador e intérprete puesto que de su capacidad para seleccionar, tratar y explicar los hechos dependerá el desenvolvimiento social. En relación al Periodismo de Prevención, estas características toman impulso y exigen un periodismo que preste atención a la realidad social en mayor profundidad, haciéndose eco de situaciones que –si bien no han producido una rotura en la normalidad- pueden llegar a provocar situaciones lamentables. Su fin no es alarmar sino, al contrario, anticipar a la población circunstancias que si conoce estará en mejor posición de evitar.

El Periodismo de Prevención propone por tanto la necesidad de vislumbrar los problemas, identificarlos, investigarlos y explicarlos al público en vez de esperar a que sucedan y después denunciarlos. Este enfoque plantea, de este modo, un tratamiento de la realidad diferente al habitual. Es decir, al basado en el relato de los acontecimientos recién ocurridos o que acaban de conocerse. Pero además de en el ámbito latino, el papel de los medios de comunicación en desastres y catástrofes también ha sido objeto de estudio en España. En este sentido, al pretender informar de un modo distinto sobre crisis y conflictos, el Instituto de Periodismo Preventivo y Análisis Internacional (Ippai) – considerado el padre de la corriente Periodismo Preventivo en España- centra especialmente su mirada en territorios muy concretos como son Costa Rica, Cuba, Colombia, Bolivia, Irán, Iraq, Palestina o Israel, interesándose por temáticas como el narcotráfico, las guerrillas, los desplazamientos de la población, la nacionalización de recursos, el terrorismo o la pobreza (Bernabé, 2007: 7-9).

El Periodismo de Prevención trata, por tanto, de ayudar a reducir la probabilidad de que una situación desfavorable llegue a ocurrir o a reducir sus consecuencias. Evidentemente, el periodismo maneja como única arma la información, por lo que será esta el único instrumento con que cuenta para alcanzar sus logros. Cabe señalar que ello no significa que esta investigación parta de una idea utópica que contemple con exageración el poder de los medios de comunicación. Significa, únicamente, una concepción de los mismos como actores sociales que alberga importantes posibilidades para la prevención de determinadas circunstancias desagradables.

En definitiva, el PdP puede definirse como aquella práctica periodística que, a través de una actitud consciente por parte de los periodistas y los medios, busca aproximarse a la

cotidianidad del lector a través de la publicación de información de carácter útil que permita una adecuada gestión de riesgos en su entorno próximo.

2. Método

Este estudio parte del interés por conocer si en la prensa editada en Galicia con periodicidad diaria se practica el Periodismo de Prevención y con qué características se lleva a cabo esta práctica. Como segunda finalidad, el análisis aquí realizado se propone convertirse en una llamada de atención sobre las características, particularidades y fines de esta tendencia periodística. Así, se planteó una hipótesis de partida y una serie de preguntas exploratorias.

Hipótesis 1: Políticos y administraciones asumen el rol de fuentes y destinatarios del discurso de prevención correspondiente a la fase Llamada de Atención a la Administración. Este apartado hace referencia al estudio de los agentes que intervienen en el discurso de prevención en la fase concreta del Periodismo de Prevención identificada como Llamada de Atención a la Administración.

A la hora de abordar estos problemas de investigación, se optó por el análisis de contenido como metodología de estudio. Se trata de un enfoque de investigación “específico” y “empleado con frecuencia en todas las áreas relacionadas con los medios” (Wimmer y Dominick, 1996: 169). La selección de la muestra de estudio quedó conformada por los diarios: *El Correo Gallego, La Voz de Galicia, Faro de Vigo, La Región, El Progreso, Diario de Pontevedra, Diario de Arousa, Diario de Ferrol, El Ideal Gallego, Diario de Bergantiños, Atlántico Diario y La Opinión de A Coruña*. La muestra suma, en conjunto, 29 ediciones diferentes por cada día de estudio. Estos periódicos fueron revisados durante 14 meses. Se recuperaron, en concreto, los ejemplares correspondientes a las siguientes fechas: 14 de noviembre de 2012, 15 de noviembre de 2012, 15 de diciembre de 2012, 15 de enero de 2013, 15 de febrero de 2013, 15 de marzo de 2013, 15 de abril de 2013, 15 de mayo de 2013, 15 de junio de 2013, 15 de julio de 2013, 15 de agosto de 2013, 15 de septiembre de 2013, 15 de octubre de 2013, 15 de diciembre de 2013. Cabe matizar que la primera intención de esta investigación consistía en analizar cada uno de los diarios publicados en Galicia el día 15 de cada mes durante el año 2013. Con esta determinación, se pretendía, partiendo de una muestra aleatoria, contar con un volumen de material lo suficientemente representativo del fenómeno objeto de estudio. Según estos parámetros, esa primera selección quedaba conformada del siguiente modo:

- Dos lunes: 15 abril y 15 de julio
- Dos martes: 15 de enero y 15 de octubre
- Un miércoles: 15 de mayo
- Un jueves: 15 de agosto
- Tres viernes: 15 de febrero, 15 de marzo y 15 de noviembre
- Un sábado: 15 de junio
- Dos domingos: 15 de septiembre y 15 de diciembre

Sin embargo, con el objetivo de obtener la misma representatividad por cada día de la semana, se decidió posteriormente ampliar esta muestra a 14 días, sumados dos de los meses de noviembre y diciembre de 2012. De este modo, se eliminó un viernes de 2013 (había 3) y se optó por introducir un miércoles, un jueves y un sábado más de la tercera semana de noviembre y diciembre de 2012. En concreto, se eligieron el miércoles 14 de noviembre de 2012 (es el más cercano al 15), el jueves 15 de noviembre de 2012 y el sábado 15 de diciembre de 2012. A nivel temporal, la muestra final quedó conformada, entonces, del siguiente modo:

- Dos lunes: 15 abril y 15 de julio de 2013
- Dos martes: 15 de enero y 15 de octubre de 2013
- Dos miércoles: 15 de mayo de 2013 y 14 de noviembre de 2012
- Dos jueves: 15 de agosto de 2013 y 15 de noviembre de 2012
- Dos viernes: 15 de febrero y 15 de marzo de 2013 (se eliminó el 15 de noviembre, por contar con mayor representación de este mes correspondiente a 2012)
- Dos sábados: 15 de junio de 2013 y 15 de diciembre de 2012
- Dos domingos: 15 de septiembre y 15 de diciembre de 2013

Por, tanto, se analizaron 406 ejemplares (29 ediciones por 14 días) y más de 30.000 unidades informativas. Una vez se determinó el material de análisis, se inició la fase de identificación de aquellas unidades informativas que podían vincularse a la tendencia Periodismo de Prevención y de la catalogación de estas unidades resultó el universo de estudio definitivo al que se aplicó el análisis de contenido propuesto. A la hora de

discernir, en cada uno de los periódicos analizados, si una información podía considerarse o no como PdP, se tomaron en cuenta criterios de identificación concretos. Así, pertenecieron al PdP, los contenidos que: A. Se derivaron de una intención evidente del periodista por tomar posición respecto al bienestar del público. B. Incidieron desde una perspectiva de vigilancia o control, en elementos de riesgo. C. Valoraron la existencia de protocolos y su idoneidad. D. Llamaron la atención sobre asuntos que solían causar situaciones de riesgo. E. En el caso de derivarse de un suceso reciente, no se redujeron al mero relato de esos hechos sino que avanzaban en su comprensión proponiendo soluciones útiles. F. Guías: ofrecieron indicaciones. G. Buscaron, de manera clara e inequívoca, anticipar, avisar, alertar o posicionar al lector. Una vez aplicados estos criterios en la revisión íntegra de los 406 ejemplares seleccionados y 30.000 unidades informativas, se logró identificar un total de 150 unidades informativas que respondían a criterios de Periodismo de Prevención. Su estudio en detalle se llevó a cabo mediante un análisis de contenido para el que se utilizó como instrumento de codificación un *code-book* compuesto por las siguientes variables: fase, fuentes, destinatarios.

En el primer caso, se clasificaron los contenidos de prevención identificados en las siguientes fases:

1. Periodismo de Prevención-Óptimo: piezas informativas que cumplían con claridad alguno de los criterios de inclusión.
2. Periodismo de Prevención en fase de alerta: piezas informativas que, aun cumpliendo alguno de estos criterios, no ofrecían claramente datos de prevención pero sí constituyen una alerta.
3. Llamada de atención a la Administración: piezas informativas que, pese a no ser constituyentes de acciones preventivas en sí mismas, sí podían servir como medio para que la Administración competente en una determinada materia actuase a favor de la prevención.
4. Antesala de la prevención: piezas informativas que se aproximaban a alguna de las situaciones descritas en los criterios preventivos pero sin llegar a cumplir en su totalidad alguno de ellos.
5. Prevención implícita: piezas informativas que, sin ofrecer claramente contenidos preventivos, sí contenían algunos datos para que el lector pudiese anticiparse.

6. Otra

Por otra parte, el análisis de las fuentes consultadas para la elaboración de estas unidades informativas así como el estudio de los destinatarios de estos mensajes periodísticos completaron esta investigación.

3. Resultados

Los resultados derivados de esta investigación se exponen atendiendo al orden de contenidos explicado en el apartado metodológico. En este sentido, respecto a la fase se pudo observar que de las 150 unidades de PdP analizadas, 64 (un 42,7%) se identificaban claramente con PdP en fase óptima (unidades informativas que cumplían con claridad algunos de los criterios de inclusión). Sin embargo, otras 86 (un 57,3%) se aproximaban de alguna manera a este nivel pero todavía en una fase previa. Es el caso de 47 unidades correspondientes a llamadas de atención a la Administración, de 19 que ofrecían datos de prevención de manera implícita, de otras 15 que constituían una alerta y de 5 identificadas como antesala de la prevención. Por lo tanto, como se señaló al analizar su presencia, el PdP no es fácil de localizar en la prensa diaria. Entre sus distintas fases previas, la Llamada de Atención a la Administración destaca como la más frecuente. Se trata de piezas informativas que, pese a no ser constituyentes de acciones preventivas en sí mismas, sí podían servir como medio para que la Administración competente en una determinada materia actuase a favor de la prevención.

Fase		Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Óptimo	PdP	64	42,7
Previa	Llamada a la Administración	47	31,3
	Implícita	19	12,7
	Alerta	15	10,0
	Antesala	5	3,3
	Otra	0	0,0
Suma (Σ)		Σ : 150	Σ : 100%

Tabla I. Fase: frecuencia y porcentaje. Elaboración propia.

Con respecto al tipo de fuente, las distintas fases del PdP mostraron una tendencia general al empleo de fuentes expertas (61,3%) y oficiales (50%). El estudio de fases ha permitido comprobar, sin embargo, que en el caso de la Llamada de Atención a la Administración, aunque los informantes particulares y oficiales son los más frecuentes, las fuentes de carácter político también son informantes de estos contenidos. Cabe señalar que se trata de la fase de prevención donde los políticos son fuente más habitual (14,9% de los casos frente al 8,3% de la fase más cercana, Antesala-Implícita).

Fase		Fuentes					Total	
		FPOL	FEXPE	FPART	FOFIC	FOTRAS		
Óptimo	PdP Óptimo	Casos	1	52	7	33	0	64
		%	1,6%	81,3%	10,9%	51,6%	0,0%	100%
Previa	PdP Alerta	Casos	1	9	5	7	0	15
		%	6,7%	60,0%	33,3%	46,7%	0,0%	100%
	Llamada a la Adm.	Casos	7	15	30	21	1	47
		%	14,9%	31,9%	63,8%	44,7%	2,1%	100%
	Antesala-implícita	Casos	2	16	10	14	0	24
		%	8,3%	66,7%	41,7%	58,3%	0,0%	100%
Suma (Σ)		Casos	11	92	52	75	1	150
		%	7,8%	61,3	34,7%	50%	0,7%	100%

Tabla II. Contingencia fase-fuentes. Elaboración propia.

Notación. FPOL (fuentes políticas), FEXPE (fuentes expertas), FPART (fuentes particulares), FOFIC (fuentes oficiales) y FOTRAS (otras fuentes).

Finalmente, en relación a los destinatarios, no se observaron diferencias claras entre fases en el caso de la sociedad en general, siendo este el principal colectivo en casi todas las fases (97,3% sobre el total). El PdP Óptimo tuvo como segundo colectivo el particular (31,7%), situándose este porcentaje por encima de la media (18,7%). En el PdP Óptimo hubo siete casos dirigidos a un organismo y no se encontraron unidades destinadas a empresas u otras entidades. En la fase Llamada a la Administración sobresalió, sin embargo, el destinatario Organismo (57,4%), identificado con distintas Administraciones.

		Destinatario						
Fase			DSOC	DCOL	DORG	DEMP	DOTRO	Total
Óptimo	PdP Óptimo	casos	62	20	7	0	0	64
		%	96,9%	31,7%	10,9%	0,0%	0,0%	100%
Previa	PdP Alerta	casos	15	4	3	0	0	15
		%	100,0%	26,7%	20,0%	0,0%	0,0%	100%
	Llamada a la Adm.	casos	46	1	27	1	0	47
		%	97,9%	2,1%	57,4%	2,1%	0,0%	100%
	Antesala-implícita	casos	23	3	3	1	1	24
		%	95,8%	12,5%	12,5%	4,2%	4,2%	100%
Suma (Σ)		casos	146	28	40	2	1	150
		%	97,3%	18,7%	26,7%	1,3%	0,7%	100%

Tabla III. Contingencia Fase-Destinataro. Elaboración propia.

Notación. DSOC (dirigido a la sociedad en general), DCOL (a un colectivo concreto), DORG (a un organismo oficial), DEMP (a una empresa) y DOTRO (a otro destinatario).

Por tanto, se confirma la hipótesis de partida según la cual políticos y administraciones asumen el rol de fuentes y destinatarios en el discurso de prevención correspondiente a la fase Llamada de Atención a la Administración. Entendida como una fase previa del PdP, el estudio en detalle de la fase “Llamada de atención a la Administración” permite comprobar cómo actores políticos y administraciones se posicionan por tanto en el papel de emisores y receptores en el discurso informativo para la prevención de riesgos.

Por otra parte, una vez finalizado este análisis, se ha podido comprobar que por tipología, el PdP Óptimo -entendido como aquel que aporta al lector datos que, de modo anticipado, le permiten adquirir conocimiento sobre la gestión de situaciones de potenciales riesgos- es verdaderamente escaso, puesto que en la mayor parte de las ocasiones los contenidos de prevención responden todavía a fases previas de esta corriente como son la alerta, la llamada de atención a la Administración, la antesala o la prevención implícita.

De las distintas fases previas, es la que aquí ocupa –la denominada Llamada de Atención a la Administración- la cuantitativamente más frecuente. Se trata de piezas informativas que, pese a no ser constituyentes de acciones preventivas en sí mismas, sí podían servir como medio para que la Administración competente en una determinada materia actuase

a favor de la prevención de distintas circunstancias. Por otra parte, el estudio en detalle de esta fase, en particular de los agentes implicados en la misma, permite comprobar cómo actores políticos y administraciones asumen el rol de emisores y receptores en el discurso informativo para la prevención de riesgos. Por lo tanto, se observa así cómo los medios de comunicación actúan como transmisores de mensajes dirigidos a las distintas administraciones, en parte de los casos emitidos por los actores políticos, con el fin de provocar en estos organismos una acción encaminada a solucionar una problemática concreta.

4. Referencias bibliográficas

- Aznar, Hugo (2004), “Los códigos éticos del periodismo y la responsabilidad de los profesionales”, *Razón y Palabra*, 40. [12 de mayo de 2013]
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n40/haznar.html>
- Bernabé, Javier (2007), *Periodismo Preventivo. Otra manera de informar sobre las crisis y los conflictos internacionales*, Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Bettetini, Gianfranco & Fumagalli, Armando (2001), *Lo que queda de los medios: ideas para una ética de la comunicación*, Navarra: Eunsa.
- Camacho, Idoia (2009), “La ‘gripe A’, en la prensa española”, *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 827-843. [12 de marzo de 2013]
http://www.revistalatinacs.org/09/art/865_Bilbao/66_92_Idoia_Camacho.html
- Cancelo, Mercedes y Gadea, Gilda (2013), “Empoderamiento de las redes sociales en las crisis institucionales”, *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 124, páginas 21-33. [25 de enero de 2016] DOI <http://dx.doi.org/10.15178/va.2013.124.21-33>
- Dader, José Luis (1999, “La recuperación ciudadana de los medios: vías de participación y contrapeso crítico de los consumidores y usuarios ante los medios de comunicación de masas”, en *VV.AA. Los usuarios de la sociedad de la información*. Madrid: Ceaccu. [11 de abril de 2013]
http://www.robertexto.com/archivo10/recup_medios.htm
- De la Torre, Lidia & Téramo, Teresa (2005), “Medición de la calidad periodística: la información y su público”, *Doxa Comunicación*, 3, 173-185. [7 de marzo de 2013]
<http://www.doxacomunicacion.es/pdf/articulodelatorreytramo.pdf>
- Diezhandino, Pilar (1994), *Periodismo de Servicio: la utilidad como complemento informativo en Time, Newsweek y U.S. News and World Report, y unos apuntes del caso español*, Barcelona: Bosch.
- Diezhandino, Pilar (2012-coord.), *El periodista en la encrucijada*, Madrid: Fundación Telefónica. [18 de febrero de 2015]
http://portal.uc3m.es/portal/page/portal/grupos_investigacion/paseet/investigacion/el_periodista_en_la_encrucijada/el_periodista_en_la_encrucijada.pdf

- Diezhandino, Pilar, Marinas, José Miguel & Watt, Ninfa (2002), *Ética de la comunicación, problemas y recursos*, Madrid: Edipo.
- Edo, Concha (2009), *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de internet en la noticia, las fuentes y los géneros*, Salamanca: Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones.
- La Porte, José María (2012), *Introducción a la Comunicación Institucional de la Iglesia*, Madrid: Palabra.
- Morales, Carlos. (2006), *Periodistas por la gestión del riesgo de desastres*, Costa Rica: CRID. [8 de abril de 2013]
<http://www.cridlac.org/digitalizacion/pdf/spa/doc16646/doc16646.htm>
- Moreno, Amparo, Rovetto, Florencia & Buitrago, Alfonso (2007), *¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información*, Barcelona: Icaria.
- Obregón, Rafael, Arroyave, Jesús & Barrios, Marta (2010), “Periodismo y comunicación para la gestión de riesgo en la subregión andina: discursos periodísticos y perspectivas para un enfoque prospectivo y preventivo”, *Folios*, 23, 105-135. [8 de agosto de 2012]
<http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/viewFile/11787/10715>.
- Quesada, Montse (2007), *Periodismo de sucesos*, Madrid: Síntesis.
- Soria, Carlos (1997), *El laberinto informativo: una salida ética*, Navarra: Eunsa.
- Vázquez, Pablo (2015), “Tuits institucionales: del servicio al ciudadano a la proclama política”, *Cuadernos Artesanos de Comunicación*, 90. 10.4185/cac90
- Wimmer, Roger & Dominik, Josehp (1996), *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*, Barcelona: Bosch.
- Wright, Charles (1972), *Comunicación de masas*. Buenos Aires: Paidós.