



Universidad de Valladolid

CURSO 2020-2021

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**El Periodismo Social en la prensa española.
Estudio de situación y elaboración de una
revista especializada: *CIVIS***

Alumno: Sergio García García

Tutora: Marta Redondo García

**Departamento: Historia Moderna, Contemporánea y de
América, Periodismo y Comunicación Audiovisual y Publicidad
Convocatoria: Primera. Julio 2021**

*“Definitivamente
parece confirmarse que este invierno
que viene, será duro.*

*Adelantaron
las lluvias, y el Gobierno,
reunido en consejo de ministros,
no se sabe si estudia a estas horas
el subsidio de paro
o el derecho al despido,
o si sencillamente, aislado en un océano,
se limita a esperar que la tormenta pase
y llegue el día, el día en que, por fin,
las cosas dejen de venir mal dadas.*

*En la noche de octubre,
mientras leo entre líneas el periódico,
me he parado a escuchar el latido
del silencio en mi cuarto, las conversaciones
de los vecinos acostándose,
todos esos rumores
que recobran de pronto una vida
y un significado propio, misterioso.*

*Y he pensado en los miles de seres humanos,
hombres y mujeres que, en este mismo instante,
con el primer escalofrío,
han vuelto a preguntarse por sus preocupaciones,
por su fatiga anticipada,
por su ansiedad para este invierno (...)*

Jaime Gil de Biedma, 1959

El Periodismo Social en la prensa española.

Estudio de situación y elaboración de una revista especializada: *CIVIS*

AUTOR:

Sergio García García

RESUMEN:

El periodismo, una actividad social por naturaleza, es hoy menos social que nunca. La irrupción de internet en el panorama mediático; la configuración de los medios de comunicación como grandes empresas; la poca independencia del periodismo de poderes políticos; o la inexistente perspectiva social de las informaciones, son sólo algunos de los elementos que han propiciado el deterioro y agotamiento de la profesión. El periodismo se ejerce ahora con un refinamiento técnico exquisito, pero desde redacciones acomodaticias y coberturas superficiales. A través del presente Trabajo de Fin de Grado se pretende determinar la importancia exacta que otorga la agenda mediática de la prensa impresa española a los temas de carácter social y explicar las causas de esta deshumanización en las informaciones. Simultáneamente, se pretende ofrecer una alternativa viable de periodismo social a través de la creación de *CIVIS*, una revista especializada en información social en edición papel y *online*. Se trata de una apuesta por un periodismo más comprometido con la sociedad, única protagonista de las informaciones presentes en la revista. Para ello, se aboga por una lectura reposada distanciada de las frenéticas jornadas tan habituales en los grandes medios capaz de profundizar en los temas propuestos a través de testimonios e historias de vida.

PALABRAS CLAVE:

Periodismo social; historias de vida; sociedad; agenda mediática; revista; *CIVIS*

Social Journalism in the Spanish Press.

Study of the situation and development of a specialised journal: *CIVIS*

AUTHOR:

Sergio García García

ABSTRACT:

Journalism, a social activity by nature, is today less social than ever. The irruption of the internet into the media landscape; the configuration of the media as large companies; the lack of independence of journalism from political powers; or the non-existent social perspective of information, are just some of the elements that have led to the deterioration and exhaustion of the profession. Journalism is now practised with exquisite technical refinement, but from accommodating newsrooms and superficial coverage. The aim of this Final Degree Project is to determine the exact importance given to social issues in the media agenda of the Spanish printed press and to explain the causes of this dehumanisation of the information. At the same time, the aim is to offer a viable alternative of social journalism through the creation of *CIVIS*, a magazine specialized in social information in print and online editions. It is a commitment to a journalism that is more committed to society, the sole protagonist of the information in the magazine. To this end, it advocates a leisurely reading, distanced from the frenetic day-to-day activities so common in the mainstream mass media, capable of delving deeper into the issues proposed through testimonies and life stories.

KEY WORDS:

Social Journalism; life stories; society; media agenda; journal; *CIVIS*

Índice

1. Introducción	3
1.1. Justificación del tema	3
1.2. Motivación personal	4
1.3. Objetivos pretendidos	5
1.4. Hipótesis de la investigación	7
2. Fundamentos teóricos de la investigación:	8
2.1. Introducción a la situación actual del Periodismo en España.....	8
2.1.2 Ausencia de perspectiva social en los medios de comunicación. Causas y efectos del declive de la profesión.....	8
2.2. Nuevas propuestas para ejercer la profesión. El Periodismo Social.....	12
2.2.1. Orígenes del Periodismo Social.....	12
2.2.2. Definición y concepto de Periodismo Social:.....	13
2.2.3. Características del Periodismo Social.....	14
2.3. Crítica a la objetividad como ideal periodístico	16
2.4. El periodista social a través de la obra y figura de Ryszard Kapuściński	17
2.5. ¿Periodismo social como especialización o como base para ejercer la profesión?	18
2.6. Corrientes emergentes de Periodismo Social: periodismo constructivo; periodismo de soluciones; periodismo de desarrollo, etc.	20
3. Metodología del proyecto:.....	22
3.1. Metodología de la investigación empírica.....	23
3.1.1. Análisis de contenido como método de investigación.....	23
3.1.2. Muestra de la investigación	24
3.1.3. Libro de códigos y explicación de categorías.....	27
3.2. Metodología del proyecto profesional.....	29
3.2.1. Historias de vida	30
4. Resultados de la investigación empírica	32

5. Elaboración de la revista. CIVIS.....	45
5.1. Cuestiones corporativas de la publicación.....	45
5.1.1. Nombre de la revista y valores identitarios	45
5.1.2. Logo de CIVIS.....	45
5.1.3. Colores corporativos.....	46
5.2. Periodicidad de la publicación.....	47
5.3. Géneros periodísticos trabajados	48
5.3.1. Reportaje interpretativo	48
5.3.1. Otros géneros periodísticos. El fotorreportaje y el editorial.....	49
5.4. Agenda mediática de CIVIS	49
5.5. Secciones y apartados de la revista.....	50
5.6. Publicación impresa. CIVIS a papel.....	51
5.7. Publicación web. CIVIS digital	52
6. Conclusiones.....	55
6.1. Conclusiones de la investigación empírica.....	55
6.2. Conclusiones del proyecto profesional.....	56
6.3. Conclusiones personales.....	57
7. Bibliografía.....	58
ANEXOS.....	59

1. Introducción

1.1. Justificación del tema

El periodismo entendido como aquella actividad profesional basada en interpretar, elaborar y difundir una información por cualquier medio de comunicación (RAE, 2020) ha fluctuado mucho en los últimos años. La revolución digital ha propiciado tal cambio, que algunos autores (Gelado-Marcos et al., 2019; Reig 2015) advierten de una crisis que amenaza con romper los estándares tradicionales que hasta ahora definían el periodismo.

La tradición es larga desde que en el siglo XIX el periodismo comienza a profesionalizarse. Desde entonces, muchos expertos han tratado de definir el periodismo, y a pesar de la disparidad de opiniones, la inmensa mayoría (Kapuściński, 2006; Casares, 2021; Diaz Nosty, 2011) están de acuerdo en que éste se ha de ejercer bajo tres premisas fundamentales: la vocación, la responsabilidad social, y las pautas éticas que deben regir el ejercicio profesional. Estos elementos no podrán considerarse, por tanto, un valor añadido del periodista, sino el punto de partida para ejercer un periodismo comprometido y responsable.

Hay muchos elementos que han propiciado una depauperación de la calidad en la forma de hacer periodismo. La mala praxis por parte de profesionales; la concentración del mercado mediático en manos de muy pocos medios; la precariedad y la crisis económica que atraviesa la profesión; o la irrupción de Internet como mecanismo para conseguir mayores cuotas de audiencia.

La aparición de internet en el escenario mediático ha resultado, sin embargo, uno de los factores fundamentales en este cambio de tendencia. La adaptación tecnológica por parte de los profesionales y la utilización persistente de nuevas herramientas digitales ha derivado en un periodismo mucho más preparado a nivel técnico, pero con escasa mirada social.

Resulta paradójico pensar que, en un entorno mucho más depurado a nivel digital, donde la profesión cuenta con más posibilidades que nunca, las rutinas se mantienen inamovibles y los contenidos estáticos, homogéneos. Los medios de comunicación se encuentran compitiendo en un mercado en el que la única máxima que importa es rentabilizar todo el contenido posible. Eso pone en riesgo el poder transformador que

tiene el periodismo que, en la actualidad, apenas cuenta con contenidos de carácter social y apoya en la confrontación y el sesgo negativo la mayoría de contenidos.

La adaptación tecnológica por parte de los medios de comunicación ha resultado, aunque útil, insuficiente. En un mundo cada vez más polarizado, donde los problemas no responden únicamente a intereses políticos y partidistas, es necesario un periodismo capaz de explicar la complejidad que atraviesa la realidad social a través de sus protagonistas.

En este sentido, los periodistas tienen una gran responsabilidad para con la sociedad. No sólo porque a partir de sus informaciones se percibe un determinado relato, sino porque son los encargados de explicar, analizar e interpretar la realidad que atraviesa la sociedad en un momento determinado. “Los periodistas son los historiadores de la actualidad”. (Kapuściński, 2006)

El periodismo ha de adaptarse a los veloces cambios sociales y ser capaz de analizar e interpretar esta realidad social (Casares, 2021). Los informadores son, por tanto, los encargados de darle sentido a los relatos y conformar la primera versión de todas las historias. Ante tal cometido, trabajar respetando las premisas anteriormente citadas es la única forma de ejercer un periodismo correcto, esperanzador y útil.

La agenda de los medios de comunicación cuestiona por primera vez el poder transformador del periodismo imponiendo unos marcos discursivos simplistas basados en una oferta muy pobre en contenidos. La política y la economía se convierten en los temas estrella en detrimento de otros, aunque igualmente importantes, mucho más escasos.

1.2. Motivación personal

Durante mi trayectoria académica he podido observar el poco contenido social presente en los medios de comunicación. Desde que comencé mis estudios he entendido el periodismo como una labor que nace de la responsabilidad, la honestidad y la empatía. El periodismo, una profesión pensada por y para la sociedad, es hoy menos social que nunca.

Tengo la sensación de que los problemas de la gente corriente parecen no interesar a la prensa, más preocupada en trasladar la crispación política y el conflicto que en ofrecer un retrato más compensado de la realidad.

Los periodistas juegan con un arma fundamental: la información. Ha sido, precisamente, la información la única que ha permitido a la sociedad no ser tibia y resignada; gracias a

ésta han estallado revoluciones y cambiados órdenes sociales injustos. La información bien contada, de forma honesta, es la única herramienta que dota a las sociedades de esperanza y capacidad de transformación. Por el contrario, hacer un uso elitista, manipulador y cínico de este privilegio no trae más que injusticias. En este sentido, conviene recordar la ya tradicional cita de Kapuściński quien advirtió que los cínicos no sirven para este oficio.

En este contexto surgen numerosas propuestas esperanzadoras que proponen nuevas formas de ejercer la profesión y en las que creo profundamente. Es el caso del Periodismo de soluciones (*solutions journalism*), el Periodismo constructivo (*constructive journalism*); o el Periodismo cívico (*civic journalism*). En definitiva, una propuesta por un periodismo social, responsable con la sociedad y consciente de que los principios éticos, la honestidad y el equilibrio son la única forma de ejercer bien esta profesión.

1.3. Objetivos pretendidos

El presente Trabajo Fin de Grado consiste en un trabajo híbrido que integra una investigación académica sobre la presencia de noticias sociales en las principales cabeceras de la prensa generalista española; y un proyecto profesional basado en la producción de una revista especializada en información social. Por estas razones, se procederá a explicar los dos principales objetivos pretendidos y ligados a cada una de las partes del proyecto. Del mismo modo, cada uno de estos objetivos principales (O.1; O.2) cuentan con una serie de propósitos secundarios.

Objetivos de la investigación académica:

O.1.: El objetivo fundamental de este estudio es analizar y comprender el escaso protagonismo que tienen los contenidos sociales en la prensa generalista española a través del análisis de las portadas de los cuatro diarios más influyentes a nivel nacional (*ABC, El Mundo, El País y La Vanguardia*) durante el primer trimestre de 2021. Se pretende averiguar de forma exacta qué importancia otorga la prensa generalista española a los contenidos de carácter social, indicando convenientemente el número de noticias dedicadas a cada uno de los temas más recurrentes y ofreciendo una comparativa en la que se pueda observar la desequilibrada agenda de los medios.

1. Relacionados con este objetivo (O.1), se establecen tres objetivos secundarios:

O.1.1.) Demostrar cómo las portadas de las principales cabeceras españolas no conceden la misma importancia a los contenidos de carácter humano respecto al resto de secciones.

O.1.2.) Conocer los principales marcos discursivos de las noticias sociales con el fin de interpretar la percepción que sobre las mismas puede generar el consumo de la prensa generalista en sus lectores.

O.1.3.) Identificar los estereotipos y estigmas que rodean los contenidos sociales, identificando aquellas noticias en las que, a pesar de informar sobre estos temas, se hace con un tratamiento sensacionalista o tendencioso

Objetivos del proyecto profesional:

O.2.: Ofrecer una alternativa viable de Periodismo Social a través de la creación de una revista (CIVIS; anexo 1) tanto en edición digital (a través de la creación de una página web), como en edición impresa (a través de la maquetación, diseño e impresión en papel de la publicación). El objetivo es ofrecer un periodismo calmado, equilibrado y responsable con los derechos humanos y la realidad social.

2. Teniendo presente esta aspiración (O.2), se persiguen los siguientes objetivos:

O.2.1.) Normalizar y desestigmatizar a determinados colectivos a través de la elaboración de piezas periodísticas como reportajes o entrevistas

O.2.2.) Demostrar la versatilidad de los contenidos humanos y las oportunidades que éstos nos ofrecen. La interpretación, el análisis, la información y la opinión, aunque debidamente identificadas, son posibles a través del periodismo social.

O.2.3.) Demostrar que este tipo de periodismo no tiene por qué ser necesariamente más costoso que el periodismo convencional.

1.4. Hipótesis de la investigación

Una vez explicados convenientemente los objetivos principales y secundarios es necesario establecer las hipótesis de partida, es decir, las primeras suposiciones que podrán refutarse (o no), al final de la presente investigación.

Debido a la composición dual del trabajo, se establecerán hipótesis referidas tanto a la parte de investigación académica (de H1 a H5), como a la parte correspondiente con la elaboración de la revista (H6 e H7)

H1: La inmensa mayoría de contenidos presentes en la portada de las principales cabeceras tratarán temas referentes a política o economía sin apenas protagonismo de contenidos sociales y humanos.

H2: A través de las noticias de carácter social y su tratamiento mediático en portada (fotografía, titular y emplazamiento) se podrá identificar claramente la línea editorial de cada uno de los medios de comunicación.

H3: Los contenidos sociales presentes en las portadas de los citados diarios, se tratarán mayoritariamente de forma amarillista, alarmante o tendenciosa.

H4: Las cabeceras cuya línea editorial se identifica con la esfera conservadora (*ABC o El Mundo*) tratarán temas referentes a política o a economía; mientras que los diarios progresistas (*La Vanguardia o El País*) darán más cobertura a noticias de temática social.

H5: Dado lo dicho anteriormente, del análisis del diferente tratamiento mediático de los temas sociales en las cabeceras estudiadas, se puede deducir una distinta percepción de esta realidad en sus lectores asiduos.

H6: Conseguir testimonios adecuados para cada tema o colectivo tratado en la revista será una tarea complicada por la desconfianza que siente la ciudadanía hacia el periodismo.

H7: Demostrar la viabilidad del periodismo social. Es posible realizar un proyecto basado únicamente en informaciones sociales sin caer en el sensacionalismo y la espectacularización.

2. Fundamentos teóricos de la investigación:

2.1. Introducción a la situación actual del Periodismo en España

2.1.2 Ausencia de perspectiva social en los medios de comunicación. Causas y efectos del declive de la profesión

“El periodismo es el mayor garante de la libertad que tiene una sociedad para saber qué funciona mal y mejorar la democracia” (Vargas Llosa, 2006). Sin embargo, hace ya tiempo que el cuarto poder se ha convertido en un poder más que no acompaña a la sociedad. El periodismo es, en la actualidad, una profesión estática caracterizada por redacciones acomodaticias con escasa mirada social. El periodismo de declaraciones se ha convertido en la rutina habitual de profesionales (Munyue, 2016), que lejos de ver en la noticia un bien de transformación social, ven en ella una información estructurada, pautada, y aunque cómoda, puede que hasta peligrosa si no se ejerce con la responsabilidad que como periodistas se nos exige.

Entre los que ejercen esta profesión se respira un ambiente de indignación, hartazgo e irritación. El futuro del periodismo se vislumbra cada vez más difuso. Los jóvenes periodistas están cada vez más preparados y, sin embargo, sienten una tremenda insatisfacción con las alternativas que ofrece el mercado mediático (González Urbaneja, 2011).

Para poder entender este deterioro en la perspectiva social informativa es necesario aludir a los problemas que la industria arrastra desde hace, al menos, una década:

Concentración mediática y oligarquía de medios:

Algunos autores consideran que este cambio de tendencia responde al excesivo protagonismo del capitalismo presente en las democracias occidentales. Tal y como afirma Llobet (2006), la pérdida de mirada social por parte de los medios de comunicación se debe a la denominada “teoría libertaria de la prensa”. La aplicación de postulados propios de la teoría económica liberal en la industria de la información ha derivado en un periodismo que concibe la información como una mercancía más y no como un derecho fundamental de los ciudadanos.

No sólo se invierte menos en la información, sino que se obtiene mayor rentabilidad económica con ella. Un sistema mucho más injusto que hace que sea más lucrativo

informar sobre la posible ruptura de una famosa pareja que sobre un conflicto que afecta a miles de personas, pero se libra en la otra punta del mundo.

Hace tiempo, sin embargo, ya se predecía este problema. La *Resolución 1003 sobre Ética Periodística* aprobada en 1993 en el Consejo de Europa advertía precisamente sobre esto mismo. En ella se puede leer:

“(...) ni los editores o los propietarios, ni los periodistas deben considerar que la información les pertenece (...) Ésta no ha de ser tratada como una mercancía sino como un derecho fundamental de los ciudadanos...”

Esta oligarquía de medios de comunicación ofrece, además, unos contenidos muy parecidos. Lejos de diferenciarse y ofrecer alternativas variadas y de calidad, las grandes empresas mediáticas han optado por un comportamiento imitativo. De esta forma, si un determinado diario cubre una noticia, la competencia hace lo propio. Tal vez estén sucediendo en el mundo acontecimientos objetivamente más importantes, pero ofrecen el mismo contenido que la competencia para no quedarse atrás en la carrera hacia la rentabilidad. (Sartori, 1997)

Culpar únicamente al sistema, sin embargo, resulta injusto. La ciudadanía ha contribuido al crecimiento de este nuevo periodismo. A menudo abundan opiniones en contra de este nuevo sistema informativo, pero pocos son los que lo castigan. Sartori (1997) sigue explicando: no hay nada más democrático que la libre elección; si como consumidor no me gusta un producto, lo más coherente sería no volver a consumirlo. No ocurre lo mismo con los medios de comunicación, pues a pesar del descontento generalizado, la audiencia nunca ha castigado la mala praxis por parte de los profesionales.

El periodismo se está convirtiendo, si no lo es ya, en una gran industria que funciona de forma idéntica a grandes empresas. Apenas se tiene en cuenta los principios éticos más básicos señalados en códigos deontológicos y la responsabilidad social, a menudo, brilla por su ausencia (Vizcarra, 2002).

Poco compromiso con la ética y deontología periodística

De la misma forma que otras profesiones, el ejercicio periodístico cuenta con una serie de pautas morales y éticas recogidas en los códigos deontológicos, también conocidos como códigos de ética profesional. Estos códigos son, probablemente, el mecanismo de

autorregulación más conocido de la profesión. En ellos, se recogen una serie de normas y pautas que han sido elaboradas y aceptadas por quienes ejercen este oficio. Se trata de una ética de mínimos consensuada por los profesionales.

A diferencia de los códigos de conducta, que detallan cuestiones más superficiales sobre la profesión, los códigos de ética y deontología periodística tratan aspectos sustanciales. (Aznar, 1996): las premisas más básicas de las que partir para poder ejercer un periodismo responsable y honesto.

España, sin embargo, fue uno de los países europeos que más tardó en incorporar a su orden periodístico los códigos deontológicos. Desde su implantación y desarrollo a finales del siglo XX, éstos han demostrado ser, aunque imprescindibles, insuficientes. En nuestro país aún no existe un compromiso claro y definido que pueda aplicarse a toda la profesión. Cada medio de comunicación cuenta con un libro de estilo diferente y la dificultad para contar con interpretaciones idénticas en todas las situaciones es aún mayor.

La variedad de libros de estilo y códigos deontológicos, no obstante, podría funcionar si su aplicación por parte de profesionales fuera efectiva. En este sentido, un mayor compromiso por parte de los periodistas y una mayor responsabilidad ética y deontológica podrían allanar el camino.

Crispación y polarización política

La polarización política y la desafección ciudadana por instituciones públicas cada vez es mayor. Hace ya tiempo, Díaz Nosty (2011) en su *Libro negro del Periodismo en España* advertía de una polarización política y una burbuja mediática tremendamente peligrosas. Las tensiones políticas han hecho que los medios pierdan su función social, provocando simultáneamente que su credibilidad se vea zarandeada al trasladar informaciones de dudosa calidad.

Desde su profesionalización en el siglo XIX, el periodismo ha sido definido como el cuarto poder. El poder que acompaña a las sociedades, a las personas, y las dota de suficientes herramientas para poder hacer frente al resto de poderes.

El periodista griego Kostas Vaxevanis (2021) considera, sin embargo, que hace ya tiempo que el periodismo se ha convertido en un poder más, alejado de las sociedades y cada vez menos útil para éstas.

La pérdida de perspectiva social se debe, en gran parte, a la excesiva preocupación de los medios de comunicación en trasladar la inestabilidad política y contribuir a la polarización ideológica.

Irrupción de Internet en el escenario mediático

La aparición en escena de Internet como nuevo medio de difusión de contenidos ha cambiado la forma de entender el periodismo, en gran parte, por la interpretación que la profesión ha hecho de esta nueva herramienta.

La aceptación del progreso en bloque es, probablemente, el mayor error. Esto es, aceptar el progreso y la penetración de nuevos medios sin cuestionar el lado negativo. Tal y como propone Sartori (1997) en su disertación *La Sociedad Teledirigida*, la profesión ha de cuestionarse si el avance de nuevas herramientas es cuantitativo o puramente cualitativo. Bien es cierto que esta reflexión que propone Sartori puede resultar en la actualidad algo desfasada; pues la planteaba en el año 1997 aludiendo únicamente a la televisión frente a la radio y la prensa. Sin embargo, se puede actualizar la misma cuestión incluyendo internet: ¿Es el avance de internet cualitativo o puramente cuantitativo?

El periodismo debe adaptarse a los cambios que se producen en toda la sociedad. No sólo políticos o económicos, sino también aquellos de carácter digital. El periodismo ha sabido adaptarse a esta revolución digital en el sentido más superficial, pero no ha entendido internet como una herramienta que utilizar a favor de las sociedades y su transformación.

Hoy los medios conciben a la ciudadanía como usuarios y están más preocupados en anticipar su comportamiento futuro, que en observarlos y explicar su relación para con la sociedad en la que viven (Casares, 2021).

Internet produce además una falsa desintermediación haciendo creer a la ciudadanía que no hacen falta los medios de comunicación y los periodistas. Pues a través de nuevas herramientas, como redes sociales o buscadores se puede acceder a océanos de información. En este sentido, la profesora Diezhandino (2012) plantea la siguiente cuestión: “¿el usuario se bastará a sí mismo para hacer disponible al mundo de la información, único mediador legítimo entre emisor y receptor? Y en el caso de que esto sucediera, ¿se le podría llamar periodista?”.

La autora sigue explicando: “el periodismo sufre hoy una pérdida de identidad. Pues bajo su mismo nombre nos encontramos todos los tipos de periodismo: aquel que elige el relato veraz y aquel que bajo la etiqueta de periodismo vende rumores e infamias”. (Diezhandino, 2012).

Y vender estas infamias o rumores, es ahora con internet más fácil que nunca. En este sentido, la respuesta a la pregunta anterior es obvia: con internet, todo el mundo puede ser emisor de información, pero no periodista. Porque tan sólo los profesionales formados con este propósito deberían ser los mediadores que analizan la realidad. Una realidad que, en los últimos años, los grandes medios no han sido capaces de interpretar de forma completa y eficaz, lo que lleva a Díaz Nosty (2011) a proclamar que “*el periodismo en España necesita un rescate*”.

2.2. Nuevas propuestas para ejercer la profesión. El Periodismo Social

2.2.1. Orígenes del Periodismo Social

Aunque el periodismo social se haya convertido en un tema recurrente en el panorama periodístico internacional sus orígenes se remontan a las décadas de los 80 y 90 en países como Estados Unidos. Se trata de una corriente que nace en América y tarda poco en expandirse al resto del mundo.

Latinoamérica también cuenta con gran trayectoria es esta novedosa propuesta. Comienza a desarrollarse en países como Brasil donde la labor informativa tan sesgada de los medios de comunicación preocupaba a la ciudadanía. A rebufo de este impulso, desde el año 2000, países como Argentina o Colombia comienzan a cuestionarse la agenda mediática impuesta por los medios. (Llobet, 2006). A partir de este momento, el periodismo social empieza también a desarrollarse en Europa y en el resto del mundo.

Para poder entender el nacimiento del periodismo social es necesario hacer referencia al contexto histórico y a los acontecimientos más importantes que se producen durante estos años. La década de los 80 estuvo marcada por el aumento de tensiones entre las dos principales potencias que dividían el orden mundial: Estados Unidos y la Unión Soviética. La Guerra Fría, que finaliza en el año 1991 con la desaparición de La Unión Soviética, deja al mundo en una situación de inestabilidad y fragilidad palpable.

La caída del muro de Berlín que se produjo el 9 de noviembre de 1989 simbolizó el fin de conflictos, tensiones y enfrentamientos que se habían alargado durante más de 40 años.

Simultáneamente, estos años se perciben como un tiempo esperanzador para muchos países que, por primera vez, se incorporan al orden democrático.

En este contexto comienza a hablarse por primera vez de la pérdida de función social de los medios de comunicación y su vocación de servicio público. Años más tarde, autores de la calidad de Kapuściński, Umberto Eco o Montanelli aportarán su perspectiva sobre lo que ha de entenderse por Periodismo Social (Polo, 2007).

2.2.2. Definición y concepto de Periodismo Social:

Delimitar el periodismo social en una definición relativamente corta es una tarea complicada, precisamente, por la ambigüedad del propio término. ¿A qué hace referencia la palabra “social” si no es, precisamente, a absolutamente todo?

El periodismo social sigue siendo en la actualidad un concepto impreciso y heterogéneo en el que se mezclan un número infinito de secciones y subsecciones que no todas corresponden con un área de especialización concreto. (Gallego y Luengo, 2014)

La periodista Alicia Cytrynblum (como se citó en Llobet, 2006) considera que “el periodismo social se basa en la mejor tradición periodística, pero da un paso adelante. No se conforma con el elemental cuidado de la información propia de la tarea periodística, sino que suma su compromiso con los procesos sociales”.

La misma investigadora define el periodismo social como aquella disciplina que es “abiertamente activa en sus propósitos, tiene ideología, promueve la acción de la comunidad, asume una activa responsabilidad en la utilización del lenguaje, difunde derechos, respeta a las minorías, y sobre todo respeta a las personas”. (Cytrynblum A., 2009).

El libro de estilo de Servimedia (2007) trata de definir esta corriente no desde sus contenidos o propósitos, sino desde la perspectiva de quien lo ejerce, y considera que el periodismo social no es más que “la sensibilidad especial de quienes se enfrentan día a día a elaboración de noticias y defienden los valores sociales en todas las áreas de la vida”. (Belda, Maíllo y Prieto, 2007).

Estos mismos autores consideran que el periodismo social tiene que escapar del denominado “periodismo amable” que trata de contentar a todos por igual. Este periodismo ha de ser directo, conciso y claro con los valores que defiende, siempre a favor

de la ciudadanía en general y de los colectivos marginados. Algo que sólo se puede hacer a través de la sensibilidad, que no sensiblería. (Belda et al., 2007)

Este periodismo plantea la “indiscutible necesidad” de establecer un compromiso serio y eficaz en la elaboración de la información, que deberá contar con claros “matices sociales” y distanciarse de los poderes políticos y económicos. (Álvarez Díaz, 2013).

Llegados a este punto, el periodismo social se puede definir como un periodismo comprometido. Se trata de una corriente que propone un acercamiento de los medios a la sociedad a través de una cobertura responsable y honesta. Se rechaza el relato superficial de las historias y se caracteriza por un compromiso inquebrantable con los colectivos y personas sobre las que informa. Su principal objetivo se centra en la búsqueda de soluciones y en articular una comunicación horizontal entre las élites y la sociedad.

Este periodismo es consciente de la influencia y el poder que tienen los medios de comunicación sobre la sociedad. Por ello, resucita el poder transformador asociado al periodismo que deberá ir acompañado necesariamente de los principios éticos y deontológicos más básicos que rigen la profesión.

2.2.3. Características del Periodismo Social

A pesar de la importancia de esta propuesta, aún no existe una doctrina teórica clara ni extensa bibliografía que detalle en profundidad cuáles son las principales características del periodismo social. Algunos autores priorizan algunas ideas frente a otras, pero la inmensa mayoría están de acuerdo en una serie de principios básicos ya contemplados en el periodismo tradicional:

Sobre el poder de los medios:

La concepción que se tiene sobre los medios de comunicación en esta propuesta es muy parecida a la que explicaba hace años Marshall McLuhan: “los medios de comunicación tienen el poder de educar y de embrutecer, de despertar y de adormecer, de humanizar y de endurecer, de iluminar y de oscurecer”.

Esta forma de entender la influencia de los medios de comunicación es consustancial al periodismo social, de ahí la importancia que se otorga al contenido difundido y a su tratamiento. Una mala interpretación por parte de los periodistas o una versión que no se

corresponde con la realidad puede ser tremendamente perjudicial para un público que deposita su confianza en los medios.

Sobre la agenda mediática:

El periodismo social pone el foco en la sociedad. Las historias de vida y los testimonios de los protagonistas se consideran fundamentales para poder explicar la realidad social en un momento determinado. Para ello, es necesario más tiempo en la elaboración de la información, que se aleja de las rutinas periodísticas convencionales caracterizadas por su inmediatez y superficialidad.

Tal y como explica la investigadora Daza Hernández (2000), el periodismo social no pretende cambiar radicalmente la agenda mediática de los *mass media*, sino moderar sus contenidos y cambiar la perspectiva y el enfoque de los temas que se abordan. El objetivo es proponer una alternativa que acerque de nuevo el periodismo a la sociedad para recuperar la confianza perdida.

En las mismas líneas se pronuncia Kapuściński, que considera que la selección temática que han de hacer los periodistas debe estar “completamente reservada a vuestra intuición, a vuestro talento y a vuestros principios éticos” (2006, p. 50).

Sobre la audiencia:

El papel de la audiencia también cambia con esta nueva propuesta, pues se pretende que el público abandone su papel de sujeto-pasivo y comience a ser partícipe del proceso informativo. Se tiene que producir el “traslado de la redacción” para que la gente tome partido en la elaboración de la información. (Llobet, 2006).

Esta nueva corriente no sólo propone una alternativa al mercado mediático, sino que estudia el porqué durante los últimos años se ha producido un divorcio entre la industria periodística y la sociedad. En este sentido, es importante mantener siempre presente que “la comunicación se hace por personas y para personas”. (Polo, 2007).

2.3. Crítica a la objetividad como ideal periodístico

Tal y como se ha adelantado en líneas anteriores, el periodismo social ofrece un protagonismo especial al periodista. Este “protagonismo” se traduce en una mayor implicación por parte del informador, pero nunca en relatos con tintes narcisistas o ególatras. Está claro que el redactor no ha de ser el agente más importante de la noticia, pero sí debe estar cerca de ésta, conocerla en profundidad y tratar de ponerse en la piel de los verdaderos protagonistas.

El periodismo convencional, en cambio, tiende a defender todo lo contrario. El periodista debe mantenerse aséptico, imparcial, rozando siempre el ideal de la objetividad y sin tomar parte de la realidad que describe.

Para entender el papel que juega el periodista en esta propuesta es necesario rechazar la objetividad como ideal periodístico. La subjetividad y la implicación se convierten en la *conditio sine qua non* de esta corriente.

Tal y como señala Vicente Romero: “antes que informadores, los periodistas somos personas que nos vemos directamente afectados por las circunstancias sociales (...) Tenemos derecho a indignarnos ante la injusticia y a hacer patente nuestra indignación señalando sus causas y responsables”.

En las mismas líneas se pronuncia Fernando Savater (1997), que considera que hay circunstancias que necesitan ser valoradas para poder explicarlas correctamente. Y añade: “el periodista no puede considerarse neutral, porque la neutralidad es imposible en un mundo donde no existen los valores, existen las injusticias y los horrores”. (1997, p. 23).

Así, el periodismo se convierte en un actor colectivo que de manera transversal establece un debate con el resto de los actores formando una trama compartida (Daza Hernández, 2000).

En este sentido, el periodista no debe ser imparcial, sino partícipe del proceso de transformación de las sociedades y acompañar a éstas siempre que su objetivo sea loable. No se trata de hablar en primera persona en las piezas elaboradas, sino de tener en cuenta que “*la ética es la única que distingue a los periodistas buenos, de los pseudoperiodistas*”. (Cantante, 2012).

2.4. El periodista social a través de la obra y figura de Ryszard Kapuściński

A lo largo de la historia muchos académicos han tratado de condensar las características necesarias para ser periodista social. La inmensa mayoría de sus decálogos citan casi de forma automática al mismo referente: el ya fallecido corresponsal Ryszard Kapuściński. A través de sus escritos inspirados en sus experiencias como corresponsal en África, el reportero polaco se ha convertido en uno de los máximos referentes del periodismo social.

Su importancia y trayectoria en el ámbito periodístico hace que sea necesario explicar el papel del periodista desde su punto de vista. A través de las reflexiones y obras del autor se detallarán cuáles son consideradas las características irremplazables que ha de reunir el periodista para que pueda ser considerado un auténtico profesional.

Kapuściński afirmaba que ningún periodista debería ser considerado como tal si nunca se ha replanteado el alcance de sus noticias, de sus interpretaciones. Tampoco deberían llamarse periodistas aquellos que no son curiosos, o los que buscan fama y reconocimiento. El propio autor señalaba en una de sus obras:

“No puede ser periodista el que tiene miedo de la mosca tse-tsé, de la cobra negra, del elefante, de los caníbales, de beber agua de ríos y arroyos, de comer tartas hechas de hormigas asadas; el que se estremece con sólo pensar en las amebas y en las enfermedades venéreas, en que le robarán y lo apalearán; el que ahorra cada dólar para construirse una casa cuando vuelva a su país; el que no sabe dormir en una choza de barro; o el que desprecia a la gente sobre la cual escribe”. (2006, p. 172-173)

En apenas un párrafo de 6 líneas, el autor condensa todas las características esenciales para ejercer esta profesión. El reportero no habla sólo de sus experiencias en África: cuando el autor se refiere a la mosca tsé-tsé en realidad hace referencia a todas aquellas situaciones de peligro a las que el periodista se debe enfrentar porque realmente cree que su trabajo es útil para las personas; cuando habla de enfermedades venéreas quiere decir que no se puede ejercer esta profesión desde el miedo, la comodidad o la distancia. Tampoco deberá ejercerse este oficio si lo que se busca es generar grandes cantidades de riqueza; o quien no crea en la causa sobre la que escribe, quien carezca de empatía, quien realmente no busque una tendencia progresiva de cambio.

En definitiva,

“Para ejercer el periodismo, ante todo, hay que ser un buen hombre o una buena mujer: buenos seres humanos. Las malas personas no pueden ser buenos periodistas. Si se es una buena persona se puede intentar comprender a los demás, sus intenciones, su fe, sus intereses, sus dificultades, sus tragedias. Y convertirse, inmediatamente, en parte de su destino”. (2006, p. 38)

Éstas podrían ser, según el autor, las características esenciales de cualquier periodista, no sólo de aquellos que traten temas sociales. Hasta el momento, ni un solo académico o experto en esta corriente ha contradicho las palabras del corresponsal.

2.5. ¿Periodismo social como especialización o como base para ejercer la profesión?

En los apartados anteriores se ha intentado condensar las características más importantes del denominado periodismo social. La réplica, sin embargo, resulta sencilla y hay quien puede señalar que las premisas del periodismo social no son más que las del periodismo convencional, dado que las peculiaridades destacadas ya están recogidas en los primeros códigos deontológicos. La pregunta que se plantea ahora, por tanto, es la siguiente: ¿se debe entender el periodismo social como un área de especialización más, o por el contrario, simplemente hay que reforzar la mirada social de la que los medios carecen? Es decir, ¿el periodismo social es el fin, o la base de la que partir?

“Hasta el momento, la literatura sobre el Periodismo Social se ha caracterizado, sobre todo, por intentar delimitar cuál es la fisonomía básica de esta área en relación con otras parcelas, evaluando su origen, su delimitación o cómo se conforman sus rutinas periodísticas”. (Barranquero, 2018).

La temática noticiosa resulta fundamental. No es lo mismo cubrir una noticia referida a un acontecimiento deportivo, que otra referente a un desastre natural, entre otras cosas, porque el número de personas afectadas por dicho acontecimiento es claramente más importante en la segunda. Esto no quiere decir que comportamientos como mentir, exagerar la realidad u ocultar información sean justificables en las informaciones no-sociales, simplemente menos perjudiciales.

Si se entiende el periodismo social como especialización, entonces ¿el concepto de noticia y los criterios de noticiabilidad cambian? A este respecto, la periodista Liliana Llobet (2006) considera que “serán noticias todos aquellos hechos o acontecimientos que incidan directa o indirectamente en la vida, derechos, intereses, aspiraciones (...) que afecten positiva o negativamente al bienestar social (...) cuyo conocimiento público favorezcan la participación ciudadana” (p. 5)

Un desastre natural incide en la vida de los ciudadanos, pero también lo hace, aunque de forma diferente un cambio de gobierno, un partido de fútbol, o un desfile de moda. No se trata, por tanto, de cambiar conceptos ya definidos sino de dotar a las informaciones que lo merezcan de una perspectiva más cercana, indicando convenientemente aquellos acontecimientos de carácter social que los medios habitualmente ignoran.

Barranquero (2019) considera que el Periodismo Social sufre una doble marginación. Por un lado, no todos los periódicos o medios cuentan con secciones específicas que hagan referencia a este tipo de informaciones. Y por otro, en el caso de que sí cuenten con estas secciones, sus noticias no suelen llenar portadas ni abrir informativos.

El mismo autor apunta que el periodismo social como especialización es una definición demasiado ambigua dado que esta profesión es, en esencia, una actividad social. El objetivo principal no se basa en establecer un número infinito de secciones sino reforzar la perspectiva social de los medios, poniendo en cuarentena los valores a los que nos lleva la cultura capitalista: individualismo, enfatización del yo, aumento insano de la competitividad, polarización política y fragmentación social (Barranquero, 2019).

El periodismo (social) es, en definitiva, una profesión al servicio de la sociedad. Y para poder alcanzar de forma correcta ese objetivo se necesita un mayor compromiso en este sentido. Tal y como señala Casares (2021) “la innovación periodística tiene la oportunidad de ser más social e invertir en los profesionales y en el tiempo necesarios para comprender y explicar la realidad actual y los formidables desafíos sociales”. (2021, p. 21).

El periodismo lleva, al menos, desde el siglo XIX profesionalizado, y desde entonces se ha pervertido en muchos aspectos. Una vez cometida esta perversión, importa realmente poco si se cree que la solución actual se encuentra en el periodismo social como área de especialización o, por el contrario, en otorgar una mayor perspectiva social a los medios.

El resultado es prácticamente el mismo: humanizar los medios de comunicación y mejorar la fría y alejada cobertura que éstos realizan, dando cada vez más importancia a este tipo de contenido.

2.6. Corrientes emergentes de Periodismo Social: periodismo constructivo; periodismo de soluciones; periodismo de desarrollo, etc.

El periodismo social ha derivado en numerosas corrientes preocupadas por distintos aspectos de la realidad que atraviesan las sociedades. La anfibología del propio término ha propiciado en los últimos años el nacimiento de muchas corrientes que, aun formando parte de esta propuesta, se diferencian por pequeños detalles. Es el caso del periodismo de denuncia (*advocacy journalism*); el periodismo constructivo (*constructive journalism*); el periodismo ciudadano (*citizen journalism*); el periodismo cívico (*civic journalism*); o el periodismo para la paz y el desarrollo (*journalism for peace and development*).

- El periodismo constructivo propuesto por Alfredo Casares (2021) es una corriente de periodismo social que defiende la psicología positiva en las informaciones difundidas. El autor considera que los medios de comunicación tradicionalmente han informado bajo el prisma de la negatividad, de los errores, de lo que se hace mal. Esta propuesta trata de ser más optimista y comenzar a informar sobre acontecimientos positivos que favorezcan el avance y el desarrollo.
- El periodismo para el desarrollo se centra en las condiciones socioeconómicas sobre las que se sustenta la industria periodística y considera que el panorama mediático está sobreindustrializado. Propone un nuevo periodismo consciente de los países olvidados en vías de desarrollo: el mal llamado Tercer Mundo. Su principal objetivo es centrarse en un espíritu cooperativo y positivo capaz de abandonar temas elitistas y abordar la realidad social desde valores como la responsabilidad o la honestidad.
- El periodismo ciudadano considera que los medios de comunicación dependen directamente de las sociedades. La democratización de herramientas digitales e internet hacen que captar y distribuir información no sea un privilegio sino una rutina habitual, permitiendo a las sociedades ser un actor más que colabora con los periodistas y los medios de comunicación.

En definitiva, las corrientes de periodismo social publican cada vez en más medios a nivel internacional y surgen, en gran parte, por la desequilibrada agenda de los medios. La periodista Álvarez Díaz (2009) considera que la tendencia progresiva y continuada de los medios de comunicación a ofrecer noticias únicamente basadas en política y economía han motivado un “olvido” de la sociedad en la agenda mediática. La misma autora explica que “para paliar esta carencia, el Periodismo social se abre a una nueva temática más amplia que incluye los siguientes campos: Niñez y Adolescencia; Pobreza y Desigualdad; Discapacidad e Inclusión; Género y Sexismo (...)”. (2009, p. 2)

En estas nuevas formas de ejercer la profesión ofrecen mayor importancia al denominado “tercer sector”, es decir, el conjunto de asociaciones o entidades sin ánimo de lucro cuyo principal objetivo es ayudar a determinados colectivos ignorados o marginados por la sociedad. Todas las propuestas mencionadas, comparten características muy parecidas, aunque cada una de ellas otorga prioridad a un colectivo o parte de la realidad determinada. En cualquier caso, se trata de “una red cada vez más acusada que publica en muchos medios; no se centra en el ‘qué’ sino en el ‘cómo’ solucionarlo”. (Redondo, 2020)

3. Metodología del proyecto:

La metodología es, como primera acepción, “la parte de la lógica que estudia los métodos”, y como segunda, “el conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica, un estudio o una exposición doctrinal”. (RAE, 2021). En esta segunda acepción es en la que nos centraremos en este apartado.

La metodología de un estudio es, por tanto, el cómo se ha abordado una determinada investigación con el objetivo de comprender una realidad determinada o el porqué de la misma.

Tal y como señala Jesús Ibáñez, la metodología ha de entenderse siempre bajo la relación entre el método y el objeto. Pues los resultados obtenidos a través de una metodología dependen directamente “del tipo de intervenciones o actuaciones del investigador”. Es la diferencia entre recolección de datos y producción de éstos. (Ibáñez, 2006).

Tal y como se ha adelantado en líneas anteriores, el presente trabajo consiste en una tarea híbrida que integra un estudio académico y un proyecto profesional. Por esta razón, el apartado de metodología se divide en epígrafes que se corresponden con cada una de las partes:

- Por un lado, la investigación empírica se basa en un análisis de las portadas de las principales cabeceras españolas (*ABC*; *El Mundo*; *El País*; y *La Vanguardia*) durante el primer trimestre de 2021, que persigue la aspiración de comprobar el poco protagonismo que la prensa generalista española otorga a los temas de carácter social.
- En segundo lugar, el proyecto profesional consiste en ofrecer una propuesta viable de Periodismo Social, a través de la creación de una revista en edición impresa y digital, en la que a través de los diferentes géneros periodísticos se pueda reflejar la realidad social que atraviesa nuestra sociedad.

Cada una de estas partes, aunque relacionadas, se explicarán en epígrafes independientes para facilitar la comprensión de los procesos metodológicos del trabajo.

3.1. Metodología de la investigación empírica

La metodología del presente estudio se basa en un análisis de contenido que estudia y analiza las portadas publicadas por las cuatro cabeceras generalistas españolas con más lectores diarios según la AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, 2021). Se trata de un análisis de contenido que analiza las portadas publicadas por los periódicos *ABC*, *El Mundo*, *El País* y *La Vanguardia* durante el primer trimestre de 2021 con el objetivo de descifrar la importancia exacta que otorga la prensa generalista española a los contenidos de carácter social respecto a otros temas.

Gráfico 1. Los periódicos con más lectores diarios en 2021:



Fuente: elaboración propia a través de los datos de AIMC - EGM

Tal y como se observa en la gráfica, en este ránking están presentes dos periódicos deportivos. Dado que *Marca* y *As* son periódicos especializados, no se les ha seleccionado para el análisis de contenido. Pues a pesar de su penetración, su agenda mediática está limitada por una oferta exclusivamente deportiva y no tendría sentido incluirles en una investigación de periodismo social.

3.1.1. Análisis de contenido como método de investigación

El método elegido para abordar la presente investigación es el análisis de contenido capaz de conseguir los objetivos propuestos. Este estudio pretende esclarecer el protagonismo que la agenda mediática de los citados diarios ofrece a la temática social respecto a otros temas que sí suelen abrir informativos y llenar portadas.

Esta técnica es muy útil para saber cómo o en qué líneas se mueve una realidad determinada (en este caso, la agenda mediática), pero no para comprender su porqué.

El objetivo propuesto no es realizar un análisis de las noticias para valorar su tratamiento, sino saber qué protagonismo e importancia conceden los periódicos a la temática social respecto a otras secciones.

Este análisis de contenido integra dos perspectivas clave en el proceso metodológico. Se pretende realizar una integración de la técnica cuantitativa con la cualitativa a través del cruce de diferentes variables.

Mientras que este análisis cuenta con variables que tan sólo pueden ser valoradas desde un punto de vista objetivo (como el número de noticias presentes en portada o la línea editorial de un determinado medio); hay otras variables que atienden a criterios interpretativos (como el sesgo de los titulares), y por tanto, necesariamente sujetos a la interpretación del propio investigador a la hora de valorarlas.

Tal y como señala Azevedo (2009) la perspectiva cuantitativa se centra por establecer un control preciso y exacto sobre los datos recabados a través de las variables, expresados a través de porcentajes o números difícilmente discutibles. La perspectiva cualitativa, en cambio, nos permite centrar el interés “en la descripción de los hechos observados para interpretarlos y comprenderlos”. (Azevedo, 2009).

En este sentido, la perspectiva personal del investigador juega un papel fundamental, y aunque parcial, imprescindible y necesaria para poder abordar la investigación y comprender la compleja realidad que atraviesa la agenda mediática en la prensa impresa española.

3.1.2. Muestra de la investigación

Para poder conseguir los objetivos contemplados en las primeras páginas del presente trabajo y justificar el interés del mismo, es necesario contar con una muestra relativamente amplia y representativa que pueda servir para conocer la realidad de la forma más justa posible.

La unidad de análisis básica con las que se trabaja en esta investigación son las portadas publicadas por cada uno de los citados diarios en el año 2021; y el *corpus*, entendido como el total de unidades de análisis, se corresponde con la suma de las portadas publicadas por los cuatro periódicos desde el 1 de enero de 2021 hasta el 31 de marzo del mismo año.

El corpus está compuesto, por tanto, por un total de 360 portadas analizadas distribuidas y publicadas de la siguiente manera:

Tabla 1. Unidades de análisis y *corpus* total de la muestra

	<i>Abc</i>	<i>El Mundo</i>	<i>El País</i>	<i>La Vanguardia</i>
Enero	31	31	31	31
Febrero	28	28	28	28
Marzo	31	31	31	31
Total:	90	90	90	90

TOTAL: 90 portadas *ABC* + 90 portadas *El Mundo* + 90 portadas *El País* + 90 portadas *La Vanguardia* = 360 portadas publicadas en 2021

Fuente: elaboración propia

Para poder realizar un análisis de forma sencilla y ordenada ha sido necesario la elaboración de una tabla de análisis (Tabla 2) en la que a través de diferentes variables, tanto cuantitativas como cualitativas, se puedan obtener datos y porcentajes que, convenientemente explicados, ayuden a descifrar los temas presentes en la agenda mediática de la prensa española.

Por esta razón, es necesario desarrollar un libro de códigos en el que se explique conveniente las razones que pueden llevar a marcar una opción y no otra.

Tabla 2. Ficha de análisis de contenido

ASPECTOS FORMALES:

Nombre del diario:

Línea editorial:

Tirada del periódico:

Difusión:

Fecha de publicación del ejemplar:

ANÁLISIS DE LAS NOTICIAS PRESENTES EN LA PORTADA:

Número de noticias en portada:

Carácter de las noticias en portada: Nacional Internacional

Temática de las noticias: Política Economía Cultura Sucesos
 COVID-19 Deportes Corazón Social

ANÁLISIS DE NOTICIAS SOCIALES:

Número de las noticias sociales presentes en portada:

Temática de las noticias: Discapacidad e inclusión Pobreza y desigualdad

Conflictos armados Medio ambiente Desastres naturales Migraciones

Mujeres; género y sexismo Niñez y adolescencia Otro:

Emplazamiento:

ZONA INFERIOR	ZONA SUPERIOR	ZONA CENTRAL	Página entera
Izquierda	Izquierda	Izquierda	
Derecha	Derecha	Derecha	
Centro	Centro	Centro	

Número de columnas que ocupa: 1 2 3 4 5

Titular de la noticia:

Firma de la noticia: El propio medio Agencia Corresponsal Periodista

¿Tiene acompañamiento gráfico? SÍ NO

Firma del acompañamiento: El propio medio Agencia Corresponsal Periodista

Sesgo de la información: Positivo Negativo Neutro

3.1.3. Libro de códigos y explicación de categorías

La tabla de análisis se divide en tres grandes bloques que aumentan progresivamente el grado de especificidad.

Aspectos formales:

El primer bloque resume variables que hacen referencia a aspectos formales, de carácter general. Se trata de valores identitarios que pueden completarse de forma casi automática y que sirven para identificar y diferenciar a las cuatro cabeceras analizadas a través de variables como el *nombre del diario*; *la fecha de publicación de su portada*; *su línea editorial*; o *su difusión*.

Análisis de noticias presentes en la portada:

En el segundo bloque, en cambio, aumenta el grado de especificidad. En él sigue predominando la vertiente cuantitativa frente a la cualitativa; pues en él se recogen variables referidas al número de noticias en portada; si su carácter es nacional o internacional; y su temática. La temática de las noticias está dividida en diferentes secciones que coinciden con la división temática tradicional que han hecho los medios de comunicación. Se ha decidido incluir una nueva sección referida a todas aquellas noticias presentes en la portada que proporcionen información sobre cualquier aspecto relacionado con la pandemia que atravesamos. La cantidad de noticias referidas a este tema, así como la preocupación y el grado de interés sobre él mantiene la sociedad hace que esta sección adquiera peso suficiente como para conformar una categoría independiente.

Análisis de noticias sociales presentes en la portada:

El último bloque hace referencia únicamente a las noticias sociales presentes en la portada en el caso de que las hubiera. En este apartado se produce una integración de la perspectiva cuantitativa (con variables como el emplazamiento de las noticias, su firma, o su acompañamiento gráfico); y la perspectiva cualitativa (a través de variables que indican el sesgo del titular y su temática).

La cantidad de temas en los que se dividen las noticias sociales atiende a la clasificación propuesta por Álvarez Díaz, aunque también se incluye alguna sección más considerada pertinente por su importancia en la actualidad:

- Se seleccionará *discapacidad e inclusión* en el caso de que la noticia trate de visibilizar colectivos con problemas de discapacidad e incluirlos en los nuevos modelos de sociedad.
- *Pobreza y desigualdad* se marcará en el caso de que se traten temas referidos a la precariedad, la exclusión o la injusticia, desde un punto de vista económico, pero también político y social.
- *Conflictos armados*: esta opción se marcará en el caso de que la noticia informe sobre un posible conflicto de carácter civil o internacional, especialmente frecuente en el continente asiático y africano, donde se encuentra la mayor tasa de países en vías de desarrollo y cuya inestabilidad política mantiene alerta a su población civil.
- *Medioambiente*: sección que adquiere especial importancia debido a la situación actual de determinados fenómenos como el cambio climático, la escasez de recursos, o el maltrato de determinados escenarios naturales para el crecimiento ilimitado de las economías capitalistas.
- *Desastres naturales*: aunque esta sección podría incluirse en el apartado anterior, se ha decidido que conformará una categoría independiente. Se seleccionará esta variable en aquellas noticias que informen sobre todos aquellos accidentes naturales que pudieran ocasionar “situaciones imprevistas o inmediatas amenazas para la salud pública (...) poniendo en peligro la vida o salud de una cantidad significativa de personas”. (OMS, 2021). La diferencia de este apartado con el anterior radica en el peligro inmediato que pueden tener estos fenómenos para la vida humana.
- *Migraciones*: todas aquellas noticias que, independientemente de su sesgo, informen sobre movimientos migratorios que atiendan a las características señaladas por la UNESCO. Es decir, que se produzcan desplazamientos de la población por un espacio de tiempo considerable e indefinido y el cambio socioeconómico sea “significativo”.

- *Mujeres; género y sexismo*: esta variable hace referencia a todas aquellas noticias cuya temática gire en torno a la falta evidente de igualdad real entre hombres y mujeres. Previsiblemente, la inmensa mayoría de noticias girarán en torno a la violencia machista.
- *Niñez y adolescencia*: aunque su grado de ambigüedad pueda dar lugar a duda, esta variable no atiende tanto a criterios temáticos, como sí a los protagonistas que conforman la información. Esta categoría se seleccionará en el caso de que las noticias informen sobre determinados aspectos relacionados con los más jóvenes, especialmente con su desarrollo, su educación o sus oportunidades.
- *Otro*: por último, la opción “otro” se marcará en el hipotético caso de que alguna noticia social no pueda incluirse por su titular, temática o acompañamiento gráfico en ninguna de las categorías anteriores. En este caso, se deberá especificar de la forma más breve posible el tema que trata la noticia.

La clasificación temática de cada una de las noticias sociales se ha seleccionado atendiendo tan sólo a los elementos presentes en la portada, puesto que como se ya se ha indicado, el presente análisis no pretende valorar el tratamiento mediático de las noticias, sino su presencia, protagonismo y presentación en primera plana.

3.2. Metodología del proyecto profesional

Aunque el presente Trabajo Fin de Grado se encuentre a caballo entre la disciplina académica y la profesional, la vertiente práctica del mismo se convierte en la más importante del proyecto.

Se pretende ofrecer una propuesta viable de Periodismo Social a través de la elaboración de una revista o suplemento especializado (*CIVIS*). La revista se ha elaborado en formato impreso a través a la producción, edición y maquetación de las piezas; y también en formato digital a través de la creación de una página web en la que se adaptarán convenientemente los contenidos imitando el formato habitual de los periódicos y diarios en la actualidad.

Se trata de una apuesta por un periodismo de segunda velocidad, reflexivo y pausado. Consciente de las limitaciones de la influencia de los medios, pero movilizador. Las

rutinas del proyecto se alejan de las frenéticas jornadas de los medios, acostumbrados a luchar aún en la incertidumbre por la exclusiva.

Para la elaboración de este proyecto se ha trabajado con varios géneros periodísticos que se comportan de forma progresiva y que no pueden entenderse distanciados. Así, la publicación cuenta con entrevistas, reportajes, fotorreportajes, y editoriales. Sin embargo, el principal método de obtención de información se ha basado en las entrevistas o historias de vida.

La mayor parte de piezas presentes en la revista está disponible en dos versiones y varía su formato en función de la versión de la publicación en la que se cuelguen; de modo que en la revista en papel las piezas están redactadas y presentadas a través de la palabra, el lenguaje y la redacción; en el formato digital, la misma historia se cuenta, además, con una narrativa multimedia a modo de pieza audiovisual.

La agenda temática de la revista queda limitada al marco espaciotemporal en el que se ha elaborado el proyecto: en Valladolid durante los primeros cinco meses de 2021.

3.2.1. Historias de vida

La entrevista constituye la unidad básica de trabajo. Las historias de vida, y los testimonios de los protagonistas resultan fundamentales para conformar el resto de los formatos. Aunque el resultado final se plasme a modo de reportaje, éstos se han realizado gracias a los testimonios, las declaraciones y las historias de los personajes, que explicando su experiencia personal sirven de altavoz para otras personas que puedan encontrarse en situaciones semejantes. En estas líneas, conviene recordar que “la conversación es una de las formas más antiguas de obtención de conocimiento”. (Kvale, 1998).

En este sentido, el objetivo pretendido es el mismo que explicaba Tomás Eloy hace ya 20 años:

“¿Cómo seducir hoy a un lector que, cuando llega a las páginas de un diario, ya ha sido informado por otros medios? (...) sólo un periodista con vocación de narrador, que se atreva a dejar en tierra las cifras para remontar vuelo con el corazón de un relato, logrará que se identifiquen los destinos ajenos con el propio”. (Eloy Martínez, 2001)

El mismo autor explica, que hace tiempo que el lector ya no compra diarios para informarse, para saber qué ha sucedido en su barrio o para enterarse qué partidos disputarán la próxima candidatura de su ciudad, porque para eso, existen medios más inmediatos. Y bajo esta premisa se ha elaborado la revista, siendo consciente en todo momento de que los lectores hoy conciben a la prensa como un medio de análisis, de introspección o novedad. Su inteligencia ya no puede ser subestimada y el periodismo no debe limitarse a repetir lo ya transmitido en otros medios, sino que deberá buscar nuevas formas de contar historias a través de una narrativa, aunque analógica, efectiva y empática.

Todas las entrevistas elaboradas son semiestructuradas, y por tanto, flexibles; pues a pesar de preparar la entrevista con antelación, las preguntas e intervenciones pueden fluctuar en función de la respuesta del entrevistado.

Tradicionalmente las historias de vida se han centrado en las historias menos corrientes, peculiares e incluso extrañas, olvidando con frecuencia que, a menudo, las historias están protagonizadas por personas aparentemente corrientes. (Sarabia, 1985). La revista se ha elaborado teniendo presente estas palabras, y manteniendo el foco siempre en el testimonio de ciudadanos que, a través de sus historias (más cotidianas de lo que se suele pensar), puedan ayudar a otras personas o colectivos que se encuentren en situaciones semejantes.

Todas las entrevistas elaboradas, se han realizado de forma presencial, entendiendo que el contacto directo, la escucha activa y la atención por parte del periodista mejoran cuando la entrevista es en persona que cuando es por otros medios como video llamada o por teléfono.

Todas las entrevistas se han grabado por completo, bien en audio, o en formato audiovisual, advirtiendo a los entrevistados de la posterior difusión de las mismas por medios académicos o internet.

4. Resultados de la investigación empírica

El corpus de la investigación está compuesto por las portadas publicadas por los cuatro diarios impresos con mayor penetración en España. Se trata de una muestra que contiene un total de 360 portadas publicadas por los diarios *ABC*, *El Mundo*, *El País* y *La Vanguardia* durante el primer trimestre de 2021.

Para poder realizar correctamente el análisis de una muestra tan amplia, se han elaborado diferentes páginas en Excel que permitieran realizar el estudio de forma limpia y ordenada. (Anexos 2.)

Los resultados obtenidos son muy variados, ligados indudablemente a las diferencias existentes entre cada uno de los diarios y su línea editorial. Su perfil ideológico y los valores defendidos por cada uno de los periódicos influyen también en su interpretación de la realidad, y por tanto, en su cobertura mediática y tratamiento de las informaciones.

Aguado y Martínez (2005) consideran que existe una relación directa entre el tratamiento de las informaciones y los valores ideológicos con los que se identifican cada uno de los periódicos. La cobertura mediática, entendida no sólo como el tratamiento de las informaciones, sino también como su seguimiento, sesgo, o encubrimiento, varía en función de la línea editorial de cada uno de los medios. Así, los mismos autores, proponen el siguiente esquema:

Gráfico 2. Influencia de la línea editorial de los medios en la construcción de la opinión pública



Fig. 5. Aguado y Martínez. 2005

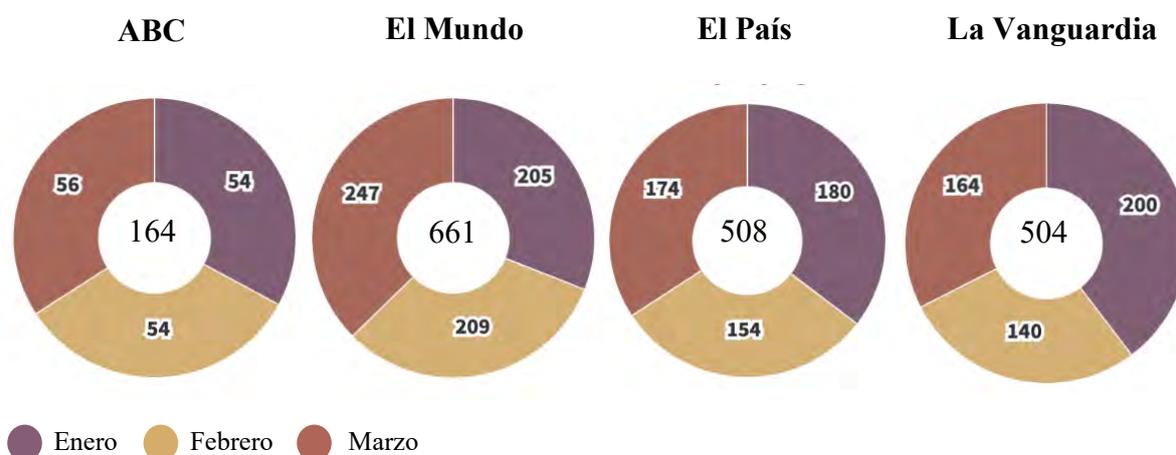
- *ABC* es uno de los diarios más antiguos de España. Nace en el año 1903 y se define como un periódico monárquico, católico y conservador. Su vinculación con la esfera conservadora hace que este diario sea especialmente crítico con la izquierda.
- *El Mundo* nace en el año 1989. Se trató de un proyecto informativo ideado por la figura de Pedro J. Ramírez, después de que éste abandonase su puesto en *Diario16*. Se define como un periódico liberal e independiente, con cierta inclinación hacia la derecha.
- *El País* es el periódico de la Transición Española por antonomasia. Nace en el año 1976, tras la muerte del dictador. Tal y como explica Córdoba (2009), aunque nace sin una vinculación política concreta, pronto se convirtió en la necesidad progresista de la España de aquella época.
- *La Vanguardia* es el diario más leído de Cataluña (Córdoba, 2005). Se crea en el año 1881 y apuesta por una cobertura liberal e independiente. Su nacimiento, ligado indudablemente a la sociedad catalana, hace que muchas de sus informaciones se centren, precisamente, en esta comunidad, realizando una cobertura menos institucionalizada que las del resto.

Los textos primitivos y fundacionales de los cuatro diarios defendían ideas semejantes. En ellos se apostaba por una cobertura informativa libre, sin bandera, e independiente de poderes políticos y económicos. En la práctica, sin embargo, no sucede lo mismo.

La presente investigación trata de analizar y conocer la realidad de la cobertura informativa ofrecida por la versión impresa de los citados diarios durante los tres primeros meses de 2021.

Se han analizado un total de 360 portadas, las mismas en cada uno de los diarios. Respecto a las noticias presentes en cada una de ellas, la mayor parte de periódicos (*El Mundo*, *El País*, y *La Vanguardia*), presentan en su primera página una media de 7 noticias. *ABC*, en cambio, debido a su formato y a su apuesta estilística ofrece tan sólo entre 1 y 3 noticias, acompañadas siempre de una fotografía central que ilustra la noticia principal.

Gráfico 3. Número de noticias publicadas en la portada de los diarios analizados:



Fuente: elaboración propia a través del análisis realizado

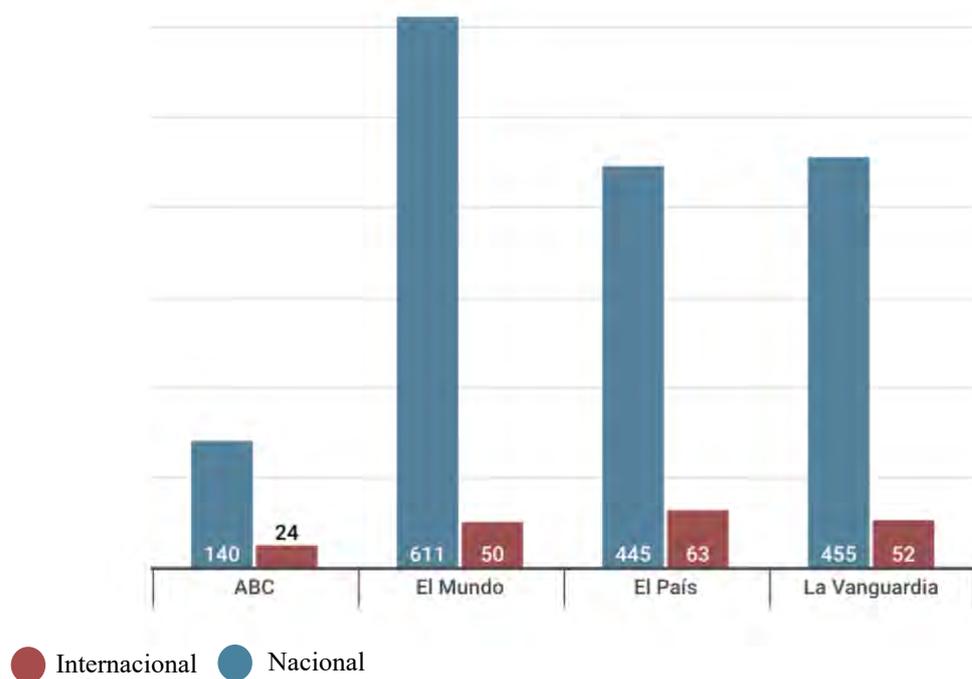
El Mundo se convierte en el periódico que más noticias ha publicado en sus portadas, con un total de 661 noticias publicadas en primera página. De cerca le siguen *El País*, con un total de 508 noticias; y *La Vanguardia*, con 504. En el último puesto se encuentra *ABC*, que sólo ha publicado 164 noticias en primera plana durante enero, febrero y marzo (400 menos que el resto de diarios).

Así, mientras que el resto de los periódicos aprovecha su portada para cubrir el máximo número de noticias posibles, *ABC* presenta muy pocas en comparación con el resto, haciendo que el sesgo y el direccionamiento de éstas sea aún mayor. Cuantas menos sean las noticias presentes en la primera página, mayor es la importancia que concede el periódico a las que sí salen.

Además, la apuesta de *ABC* en la inmensa mayoría de ocasiones se centra en los mismos temas, referidos generalmente a la política y economía, marginando el resto de las secciones y construyendo una realidad sesgada e ilusoria.

Respecto al CARÁCTER de las noticias, la mayor parte de éstas son nacionales, con muy poca presencia de noticias a nivel internacional. Resulta evidente que en diarios españoles la cobertura se centra en las informaciones del propio país. Sin embargo, el número de noticias “internacionales” sigue siendo muy bajo respecto al resto de noticias.

Gráfico 4. Carácter de las noticias publicadas:



Fuente: elaboración propia a través del análisis realizado

El País es el diario que mayor cobertura otorga a las noticias de carácter internacional (63), seguido por *La Vanguardia* (53) y *El Mundo* (50). De nuevo, *ABC* rompe la tendencia generalista, al presentar únicamente 24 noticias de carácter internacional.

Sin embargo, estos datos deben ser observados con perspectiva. La cobertura de informaciones de carácter internacional no responde a un interés de los periódicos por ofrecer una agenda amplia y representativa, sino que viene determinada por acontecimientos puntuales y su seguimiento prolongado durante el tiempo.

Así, la gran parte de estas noticias respondían a un seguimiento exhaustivo de la política estadounidense. Todos los diarios decidieron presentar en su portada tanto el asalto al Capitolio que se produjo el 6 de enero, como el *impeachment* (proceso de destitución) al que fue sometido el expresidente republicano Donald Trump.

Si estos acontecimientos no se hubieran producido, o hubieran tenido lugar en otro país, probablemente el número de noticias de carácter internacional sería aún más bajo. Las informaciones internacionales se centran, además, en países occidentales. Apenas hay

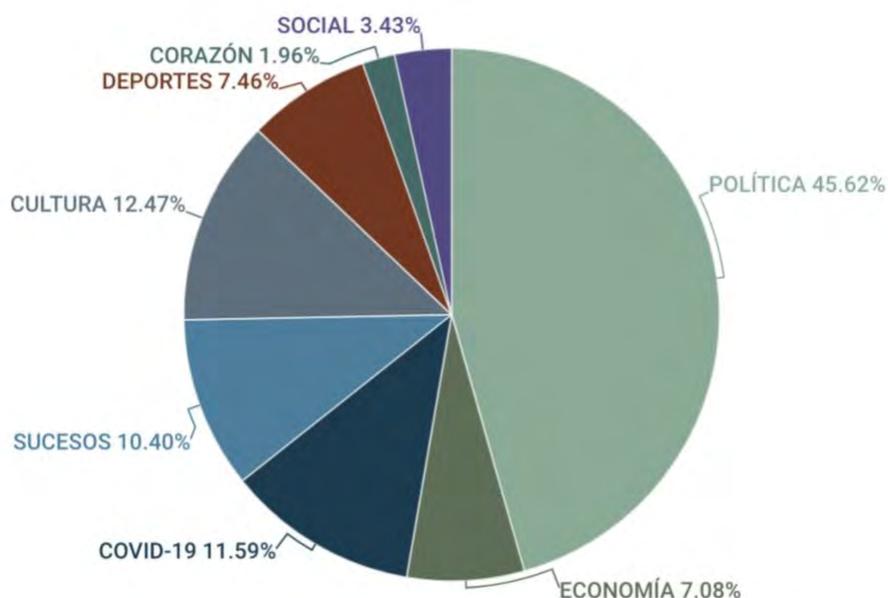
noticias referidas a continentes como América del Sur, Asia o África, a los que tan sólo se nombra en casos muy puntuales, como conflictos armados o desastres naturales.

Respecto a la TEMÁTICA de las noticias, la mayor parte de éstas se centran en política. Se ha elaborado una clasificación (Tabla de análisis, p. 25) acorde con la división tradicional que los medios han hecho de las informaciones.

Así, las noticias podían clasificarse en: política; economía; COVID-19; sucesos; cultura; deportes; corazón; y social.

La irrupción de la pandemia en marzo de 2020, así como el seguimiento que han trazado los medios, ha hecho que vea necesario la inclusión de una nueva sección dedicada únicamente a las informaciones referidas a la pandemia.

Gráfico 5. Sección temática de las noticias presentadas en portada de los diarios durante el primer trimestre de 2021:



Fuente: elaboración propia a través del análisis realizado

La política se convierte en el tema por excelencia. Existe una politización exagerada de todas las informaciones, incluso de aquellas cuya temática original debería encajar en otras secciones.

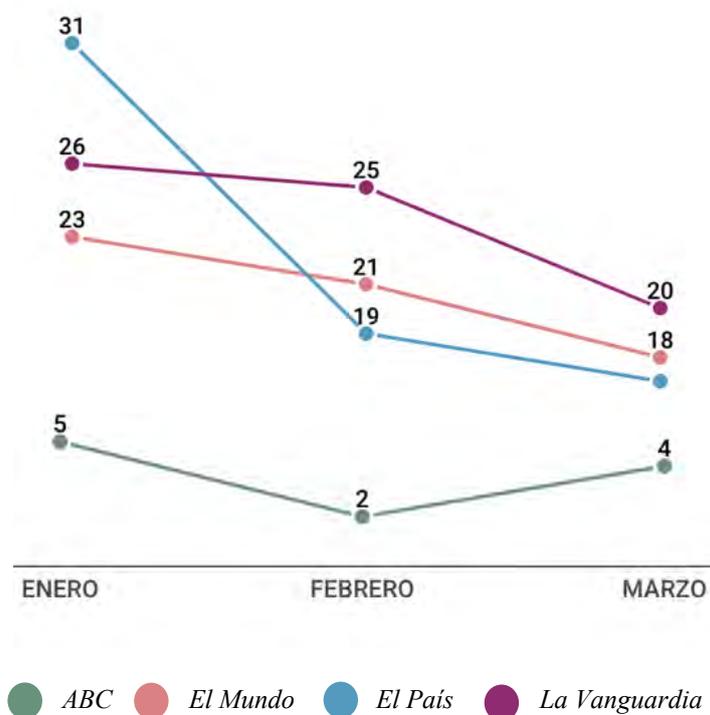
Del total de noticias presentes en las portadas de los cuatro diarios (1.837), casi la mitad (838) son pertenecientes al mundo político, o forzadas para ligarlas a esta sección.

La cultura, el COVID-19, y los sucesos son las siguientes secciones con más peso en la cobertura de la prensa generalista.

La mayor parte de noticias referidas a cultura (12,47%) están presentes de forma superficial, sin acompañamiento gráfico, y en muchas ocasiones hasta sin firma. De esta forma, la mayor parte de noticias culturales son también noticias que promocionan y se encuentran en otras versiones de los diarios, como la edición *Papel* de *El Mundo*; *Icon* o *el País Semanal* de *El País*; o *Cultura|s* de *La Vanguardia*.

Las informaciones relativas a la pandemia y a su evolución (Gráfico 4), tanto a nivel internacional, como a nivel nacional, se sitúan en el tercer puesto acaparando casi el 12% del total de informaciones. La evolución de la cobertura referida a la pandemia se ha dado tal y como se indica en la gráfica, con una clara tendencia a la baja a medida que la pandemia rebajaba sus efectos negativos. En este sentido, podemos advertir la tendencia generalizada que presenta la prensa a cubrir más las noticias negativas que las positivas.

Gráfico 5. Evolución de la cobertura mediática sobre el COVID-19 durante el primer trimestre de 2021. Número de noticias dedicadas a la pandemia en primera página:



Fuente: elaboración propia a través del análisis realizado

Las secciones a las que menos importancia otorga la prensa impresa española es a los temas relativos al corazón (1,96%); los deportes (7,46%); la economía (7,08%); o los temas de carácter social (3,43 %).

Sin embargo, esa poca importancia que otorga la prensa a estos temas es compensada en el caso de las tres primeras secciones con revistas especializadas en dicha temática. Así, existen numerosas revistas y suplementos dedicados a la prensa rosa y el corazón, a la economía, y a los deportes; no sucede lo mismo, sin embargo, con la temática social.

LAS INFORMACIONES DE CARÁCTER SOCIAL o historias de vida representan tan sólo el 3,43 % del total de noticias publicadas. Es decir, tan sólo 63 noticias de las 1.837 que han aparecido en portada durante el periodo analizado.

Los medios eligen para llenar su primera página informaciones de carácter político, económico, e incluso deportivo, pero no historias de vida o noticias sociales.

La mayor parte de piezas se nutren de fuentes institucionales, y en muy pocos casos se consultan fuentes personales. Observamos un periodismo acomodaticio que no llega a cumplir uno de los requisitos más básicos de la profesión: hacer de puente entre gobernantes y gobernados.

Para clasificar las noticias sociales en diferentes temáticas se realizó una división que diseccionaba éstas en las siguientes secciones: *pobreza y desigualdad*; *conflictos armados*; *mujeres, género y sexismo*; *medioambiente*; *migraciones*; *niñez y adolescencia*; *desastres naturales*; *discapacidad e inclusión*; y *otros*.

La parte de la agenda mediática que cubren este tipo de noticias es mínima; pues el número de piezas sociales no representa ni un 4% de la totalidad de las noticias presentadas en la portada.

La *pobreza y la desigualdad*; así como los *conflictos armados*; y las *mujeres* son los temas que más aparecen en las portadas analizadas. En este sentido es importante saber que, gran parte de estas noticias, se han publicado en portada poniendo el foco sobre un suceso determinado, y no sobre la importancia del propio tema.

Así, la mayor parte de noticias sobre *pobreza y desigualdad* relataban las dificultades personales vividas durante la pandemia. Lo mismo sucede con las mujeres, un tema que se ha tratado por el testimonio de Rocío Carrasco y la polémica que se generó en torno a

su cobertura. Si este testimonio no hubiera salido a la luz, ¿los medios hubieran colocado en su portada temas referentes a la violencia machista?

Gráfico 6. Temática de las noticias sociales presentes en las portadas de los diarios analizados durante el primer trimestre de 2021:



Fuente: elaboración propia a través del análisis realizado

En la sección *otros* nos encontramos con noticias que relatan historias personales que, por su enfoque y temática, no encajaban con las secciones originales. Nos encontramos con temas como reportajes sobre la Ley de Eutanasia; la soledad de las personas mayores; o crónicas sobre la vida en hospitales.

Sin embargo, es importante aclarar que la cobertura de muchas de estas informaciones y su presentación en portada se da de forma superficial. De hecho, ha habido muchas noticias que, aun perteneciendo a la temática social, finalmente se han clasificado en otra sección por su politización o confrontación con otros temas con los que establecía una analogía absurda.

Para determinar la importancia real que otorgan los medios a la presentación de estas noticias, se ha analizado también el emplazamiento que éstas ocupan; el espacio que se les asigna; su firma; y su acompañamiento gráfico (en caso de que lo hubiera).

Tabla 3. Emplazamiento de las noticias sociales publicadas en la portada de los diarios analizados

EMPLAZAMIENTO					
ZONA INFERIOR		Nº	ZONA SUPERIOR		Nº
Izquierda		8	Izquierda		2
Derecha		20	Derecha		4
Centro		4	Centro		5
TOTAL		32	TOTAL		11
TOTAL DE NOTICIAS SOCIALES PRESENTES EN PORTADA					63

Fuente: elaboración propia a través del análisis realizado

Tal y como indica la Tabla 2, el emplazamiento de las noticias de carácter social es muy variado. Sin embargo, es necesario aclarar que la mayor parte de estas informaciones parecen estar al servicio estilístico de los diarios, que las colocan indistintamente en diferentes zonas con muy poco espacio. Además, no se ha publicado durante el periodo analizado ni una sola noticia social que haya ocupado la página entera pudiendo ser considerada la noticia más importante de la portada.

Tabla 4. Espacio en columnas que ocupan las noticias sociales

NÚMERO DE COLUMNAS QUE OCUPAN LAS NOTICIAS SOCIALES	
1	29
2	14
3	5
4	5
5	10
TOTAL	63

La mayor parte de noticias sociales ocupan tan sólo una columna. No sólo se les concede poco espacio, sino que esta limitación hace que en la mayor parte de ocasiones sólo esté presente el titular.

Fuente: elaboración propia a través del análisis realizado

Hay 10 noticias que han ocupado las 5 columnas en las que se divide el formato berlinés por el que apuestan los cuatro diarios. Sin embargo, en todos estos casos, de nuevo sólo estaba presente el titular, que rompía el diseño de las columnas y se alargaba por toda la página, dando una falsa sensación de importancia puesto que tan sólo había espacio para una frase.

Esta explicación sobre las columnas y el espacio sigue siendo insuficiente para determinar la importancia real que otorga la prensa a los temas más humanos. Así, es necesario fijarse en otros aspectos, como la firma de las noticias o si éstas cuentan con acompañamiento gráfico.

Tabla 5. Firma; acompañamiento gráfico; y firma del acompañamiento gráfico en caso de que lo hubiera

FIRMA DE LA NOTICIA	
El propio medio	35
Agencia	0
Corresponsal	28
TOTAL	63
ACOMPAÑANTE GRÁFICO	
SI	31
NO	32
TOTAL	63
FIRMA DEL ACOMPAÑANTE GRÁFICO SI LO HUBIERA	
El propio medio	23
Agencia	4
Corresponsal	4
TOTAL	31

En más de la mitad de las noticias (55%), las informaciones aparecen sin firma y es el medio el que se responsabiliza de las mismas en portada. Esto se debe, precisamente, a lo explicado en líneas anteriores; el poco espacio del que disponen las noticias sociales hace que éstas no tengan hueco ni para la firma.

En el 45% restante sí aparece la firma del corresponsal o enviado especial encargado de cubrir la noticia.

Fuente: elaboración propia a través del análisis realizado

Sin embargo, no hay ninguna pieza en la que se pueda ver la firma de una Agencia, algo que puede significar dos cosas: que los medios cuentan con pocas corresponsalías y enviados especiales, pero al menos éstos son propios; o que en todos aquellos territorios donde el medio no cuenta con corresponsalías y sedes tampoco se esfuerza por saber qué sucede contactando con Agencias de Noticias.

Respecto al acompañamiento gráfico, hay mucho equilibrio. La mitad sí está acompañada de alguna fotografía y la otra mitad no. Sin embargo, sigue siendo una cifra muy elevada y desigual en un panorama en el que la importancia que tienen las imágenes resulta fundamental. De nuevo, la falta de espacio vuelve a ser el causante de la ausencia de imágenes.

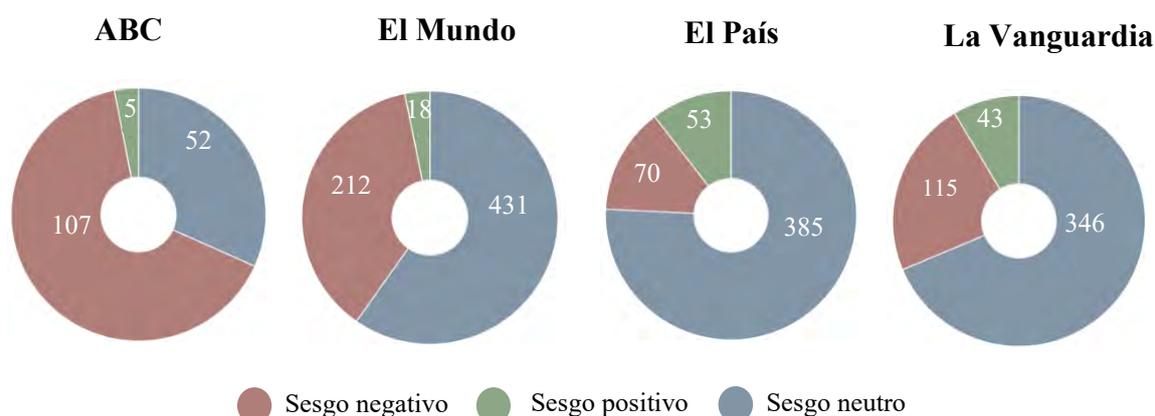
Podemos concluir, por tanto, que no sólo se concede poca importancia a las noticias sociales, sino que, en el caso de que estas noticias abran portadas, lo hacen de forma escueta, superficial y en muchas ocasiones con una clara sensación de impacto en el titular.

Para finalizar este apartado, es necesario hacer referencia al SESGO de las noticias. Podemos deducir de los resultados obtenidos una tendencia clara por parte de los medios a centrar sus informaciones en el lado negativo de las historias. El conflicto, el pesimismo y la fragmentación se convierten en el centro gravitatorio de la mayor parte de informaciones.

Los diarios cuya línea editorial se identifica con la esfera conservadora son, precisamente, los que ejercen en mayor medida un periodismo pesimista. Así, politizan la mayor parte de informaciones. Algunos ejemplos de esta politización de la vida cotidiana y de noticias apolíticas forzadas son los siguientes:

- *Gobierno congelado* (ABC, 12 de enero). La noticia en este caso cubría los efectos del temporal Filomena en Madrid. El titular va acompañado de hasta tres despieces informativos que explican los efectos del temporal en la capital, por lo que la noticia nada tiene que ver con la política. Sin embargo, se utiliza un titular metafórico y con doble sentido que intenta establecer una analogía entre los efectos y destrozos del temporal y la gestión del Gobierno. Hay una intencionalidad clara de impacto a través de un titular amarillista y tendencioso.
- *Madrid pelea por salir del caos y el Gobierno relativiza el daño* (El Mundo, 11 de enero). De nuevo, un titular que debería ser estrictamente informativo sobre la situación meteorológica que atravesaba España, es forzado pudiendo percibirse claramente la línea editorial del medio. Es el claro ejemplo de la información al servicio de la línea editorial. Es necesario aclarar que, en aquel momento, el alcalde de Madrid, Martínez-Almeida, aún no había solicitado pedir la zona catastrófica, y por lo tanto, la información aún no se había politizado.

Gráfico 7. Sesgo de las noticias en portadas de los diarios analizados



Fuente: elaboración propia a través del análisis realizado

Del total de noticias publicadas por *ABC* en portada, el 65% cuentan con ese sesgo negativo. Algo parecido sucede con las informaciones publicadas por *El Mundo*, el 33% de sus noticias también se sustentan sobre una visión pesimista y conflictiva.

Aunque en el tercer puesto y muy distanciado de los anteriores, *La Vanguardia* también cuenta con un porcentaje muy elevado; casi el 23% de sus informaciones giran en torno a la división y la negatividad.

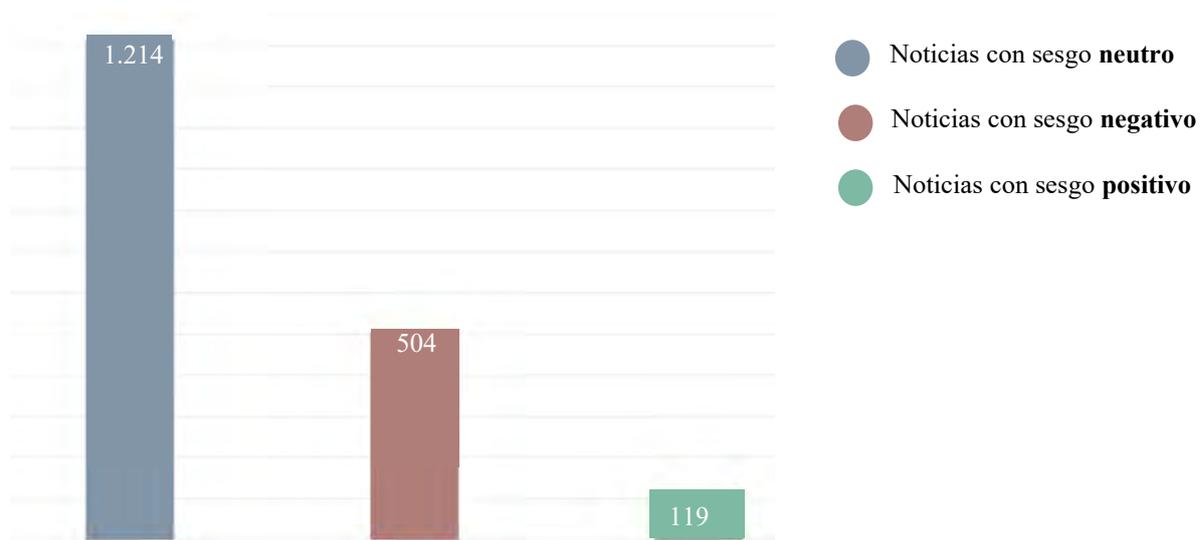
El País se sitúa como el periódico más responsable en este sentido. Tan sólo un 13,7% de las informaciones presentadas en primera plana son negativas. Además, es el periódico que cuenta también con mayor porcentaje de noticias con sesgo positivo.

Excepto el *ABC*, donde el sesgo negativo predomina en la inmensa mayoría de noticias, el resto de los diarios aglutinan la mayor parte de informaciones en un sesgo neutro o imparcial.

En este sentido conviene recordar las palabras de Alfredo Casares (2021) y su “periodismo constructivo”, que aboga por una cobertura más amable por parte de los medios de comunicación y un refuerzo de la psicología positiva en las informaciones difundidas.

Independientemente de las diferencias existentes en cada diario, el porcentaje de noticias en las que el periodista se posiciona a favor o en contra sigue siendo muy alto. Este sería el esquema (gráfico 6) que obtenemos si sumamos las noticias de los cuatro diarios más leídos en España:

Gráfico 8. Sesgo del total de informaciones publicadas por la prensa generalista española:



Fuente: elaboración propia a través del análisis realizado

5. Elaboración de la revista. *CIVIS*

5.1. Cuestiones corporativas de la publicación

5.1.1. Nombre de la revista y valores identitarios

El nombre de la revista no podía limitarse a ser un concepto ambiguo, genérico, que no estuviera en consonancia con las piezas presentes en la publicación. Se buscaba desde el primer momento un nombre que pudiera resumir los valores de la revista, pero también su contenido o el público hacia el que se dirige. Finalmente, el nombre elegido para identificar a la revista es *CIVIS*, palabra que significa ciudadano y cuyo origen etimológico se encuentra en el latín. Se trata de una metáfora que sirve para aludir al contenido presente en la revista sin necesidad de abrirla.

El nombre elegido resume los valores identitarios de la publicación, su temática, el público al que se dirige y el tipo de periodismo por el que se apuesta. Un periodismo social, pausado y reflexivo que pretende analizar la realidad social de forma responsable y honesta. *CIVIS* es una revista pensada por y para la sociedad, y como no podía ser de otra forma, esta última debía estar presente incluso en el nombre de la cabecera.

La revista nace de la necesidad de rescatar el poder social del periodismo y volver a creer en la función de servicio público de la profesión.

5.1.2. Logo de *CIVIS*

El logo de una empresa cuenta no sólo con una serie de aspectos objetivos en materia de diseño, sino con unas connotaciones representativas de los atributos o valores corporativos que pretende transmitir (F. García, C. Llorente y M.L. García, 2010). El logo responde, por tanto, a una analogía entre los valores más formales de la publicación, y las ideas, contenido o público hacia el que se dirige.

Para poder elaborar el logo se optó por utilizar Jimdo, herramienta también utilizada para crear la versión digital de *CIVIS*. Jimdo es un gestor de contenidos que permite crear páginas web y todos los elementos que le acompañan. Se fundó en el año 2007, y funciona con un editor denominado WYSIWYG, acrónimo que significa 'What You See Is What You Get'. Es decir, lo que ves, es lo que hay. (Wikipedia, 2020).

Respecto a la creación del logo, Jimdo permite refinar tanto como se quiera el diseño, pudiendo elegir la paleta de colores, la tipografía que acompaña el logo, el diseño del propio logo o su posición en la imagen. Teniendo presente las aspiraciones anteriormente planteadas, finalmente se diseñó un logo sencillo, clásico y minimalista, que aportara seriedad pero también calma y profesionalidad.

Dada la variedad de logos, finalmente se optó por un *imagotipo* principal que combina el símbolo identitario de la publicación con el propio nombre de la revista. Simultáneamente y de cara a la maquetación y diseño de la revista, se han diseñado dos *isotipos* (logos en los que tan sólo está presente el símbolo) para conseguir sensación de unidad:

Figura 1. Logotipo e isotipos de la publicación:



Fuente: elaboración propia

El símbolo que acompaña a CIVIS es una imagen vectorizada en la que se intuye la silueta de un lector. Al fin y al cabo, eso es CIVIS, una revista hecha por y para los lectores, para la ciudadanía en general, para los más vulnerables en particular.

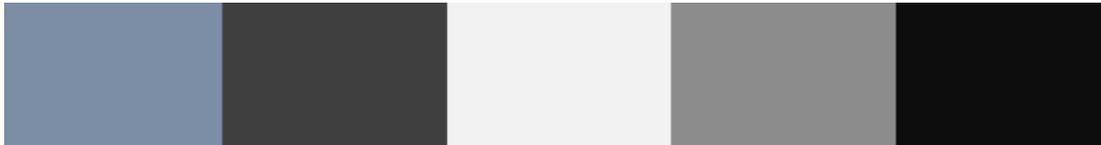
5.1.3. Colores corporativos

Junto con la elección del logo, la paleta de colores era un proceso necesario en la elaboración de la revista. Los colores utilizados son muy importantes, pues en función de su tonalidad y su combinación, éstos son capaces de transmitir unos valores u otros totalmente diferentes. Es la denominada “psicología del color”.

Finalmente se optó por la elaboración de una paleta (fig. 2) basada en una escala de tonalidades grises, blancas y negras, con el único acompañamiento de un azul pálido pastel, que conforma la personalidad de la publicación.

Tal y como indica Sandra Cuervo (2012) el azul indica calma, serenidad, reposo y confianza; valores que coinciden con la lectura reposada por la que se apuesta. Las tonalidades en blanco roto, gris y negro son la espina dorsal cromática, los tonos que otorgan fluidez a la redacción y sensación de orden y limpieza.

Figura 2. Paleta de colores:



Fuente: elaboración propia

Figura 3. Degradado de la paleta:



Fuente: elaboración propia

Figura 4. Código cromático y composición de color:

#8696B3	#000000	#676767
RGB 134, 150, 179	RGB 0, 0, 0	RGB 103, 103, 103
HSV 219, 25, 70	HSV 0, 0, 0	HSV 0, 0, 40
CMYK 25, 16, 0, 30	CMYK 0, 0, 0, 100	CMYK 0, 0, 0, 60
LAB 62, 1, -17	LAB 0, 0, 0	LAB 44, 0, 0

Fuente: elaboración propia

5.2. Periodicidad de la publicación

CIVIS es una apuesta de periodismo social que aboga por un *slow journalism* que se distancia de las frenéticas jornadas tan habituales en los grandes medios y de esa esclavitud a la inmediatez. *CIVIS* es, además, un medio independiente y pequeño, con sus ventajas, pero también con sus inconvenientes.

Dada la cantidad de temas abordados, y el tiempo necesario para elaborar correctamente todas y cada una de las piezas, una publicación diaria no sería adecuada para ofrecer un

tratamiento contextualizado. Por estas razones, *CIVIS* está pensada para que se publique con una periodicidad mensual, conformando un total de 12 publicaciones anuales.

5.3. Géneros periodísticos trabajados

A pesar de que el principal método de obtención de información haya sido mediante la entrevistas o historias de vida (*Metodología del proyecto profesional*; p. 30); las publicaciones finales presentes en la revista adoptan la forma de varios géneros. Así, se han elaborado reportajes, entrevistas, fotorreportajes y editoriales.

5.3.1. Reportaje interpretativo

Aunque la revista cuenta con más géneros, los reportajes son las piezas más importantes al conformar la identidad de la publicación, no sólo por su extensión (notablemente más larga que el resto de piezas), sino por su temática y presentación.

“Se suele definir el periodismo como la actividad del periodista y al periodista como profesional de la información y poco más” (Gomis, 1997). El mismo autor considera que el periodismo ha de ser necesariamente interpretativo y no verlo solo como un “emisor de informaciones y comentarios”. Así, los reportajes presentes en la revista tratan no sólo de informar sobre un hecho determinado, sino de concienciar, movilizar y formar al lector desde una perspectiva comprometida con la realidad social a interpretar. El Periodismo Social, recordemos, tiene ideología, y ésta, aunque no responde a símbolos políticos o banderas, ha de situarse siempre al lado de los colectivos más vulnerables, los más desfavorecidos.

Los reportajes elaborados adoptan dos vertientes distintas en función de la versión en la que se publican. De esta forma, mientras que los reportajes de la revista a papel se elaboran a través de la redacción; en la versión digital de la publicación se apuesta por una narrativa multimedia en la que se combina el texto de la versión impresa, con un formato audiovisual.

5.3.1. Otros géneros periodísticos. El fotorreportaje y el editorial

La revista también cuenta con otros géneros periodísticos que, aunque menos frecuentes, otorgan versatilidad y variedad a la publicación. Los dos géneros complementarios son el fotorreportaje y el editorial o artículo de opinión.

Los fotorreportajes se basan en una presentación de fotografías capaces de narrar una historia sin acompañamiento textual. Las fotografías han de tener interés periodístico, y ser capaces, a través de sus elementos o de su concepto, de explicar una realidad aludiendo únicamente a la vista de los lectores.

El editorial o artículo de opinión también está presente al final de la publicación a modo de conclusión. Éstos se han utilizado para abordar determinados temas que, en consonancia con el resto de piezas, puedan ayudar a comprender el porqué de la publicación. A través de la libertad que otorgan estas piezas, se trata de ser lo más transparente posible, explicando el porqué de esta motivación y la situación personal que me ha llevado a elaborar el proyecto.

De la misma forma que el resto de los contenidos estos géneros se adaptan a la versión digital, de modo que la misma historia se acomode al formato de la revista, y no al revés. El objetivo es otorgar fluidez al lector, y que sea éste quien decida qué versión le es más cómoda o interesante, pudiendo acceder a las mismas piezas sin que simplemente éstas se copien y peguen en ambos formatos.

5.4. Agenda mediática de *CIVIS*

La agenda temática se encuentra a disposición de los propios lectores que, a través de un apartado llamado “Cartas al director”, pueden dirigirse a éste para conformar la agenda de la publicación mediante su aportación a través de la página web.

Dado que en el presente proyecto se publica el número 0 de la revista, los temas tratados han sido elegidos personalmente, dedicados a los siguientes asuntos:

- Salud mental. Reportaje sobre el suicidio; el estigma que rodea la salud mental y el duelo que afrontan los supervivientes (familiares de personas que se han quitado la vida).

- Enfermedades “raras”. Reportaje sobre la historia de vida de Nerea, una niña de 12 años diagnosticada de una enfermedad “rara” sin tratamiento ni diagnóstico claro. Se relata la historia de cómo su familia afronta la situación.
- Solidaridad. Reportaje sobre la asociación sin ánimo de lucro llamada ‘Entre todos ayudamos’. Iniciativa que presta ayuda a más de 200 familias en riesgo de pobreza o exclusión social.
- Violencia machista. Entrevista a Ana Bella, víctima de violencia machista durante 11 años. En la actualidad, ha fundado una asociación que ha ayudado a más de 25.000 mujeres en la misma situación.
- Secuelas sociales generadas por la pandemia. Fotorreportaje realizado en las calles de Valladolid que trata de plasmar la nueva “normalidad” a la que se ha enfrentado la sociedad: mascarillas; separación social; dependencia tecnológica, etc.
- Artículo. Editorial en el que se explica los motivos personales que me llevaron a estudiar Periodismo y cómo concibo la profesión.

5.5. Secciones y apartados de la revista

Entendiendo que un orden establecido y una estructura clara facilitan la comprensión de los contenidos tratados, la publicación, en sus dos versiones, se divide en una serie de secciones en función del género periodístico trabajado.

CIVIS cuenta, por tanto, con un total de cuatro secciones divididas de la siguiente manera:

Una primera sección integrada únicamente por reportajes, el centro gravitatorio de la revista; una sección dedicada a entrevistas, charlas y encuentros; un apartado dedicado a la fotografía y a las historias plasmadas a través de instantáneas; a modo de conclusión, un pequeño apartado donde se pueda leer el artículo que motiva la publicación.

La delicadeza de los temas tratados y el formato periodístico por el que se apuesta hace que la publicación impresa carezca de fotografías, para que el lector centre toda su atención en los textos.

Se trata de una apuesta por un periodismo reflexivo que no base sus informaciones en fotografías arbitrarias que pudieran fomentar el morbo o el amarillismo. De esta forma, para contrarrestar esa falta de fotografías en las piezas, se ha contado con la colaboración de la ilustradora Paloma Pérez Garrido que ha contribuido diseñando imágenes personalizadas para cada uno de los temas tratados.

Estas ilustraciones han sido diseñadas en función de las piezas ya redactadas y de lo que se pretende transmitir en cada uno de los textos, adaptándose en todo momento el diseño a la temática y no al revés.

5.6. Publicación impresa. CIVIS a papel

La versión impresa de la revista responde a ese alegato de indignación ante la revolución digital como única opción viable para la prensa. Hace al menos una década, en un intento de predecir anticipadamente el futuro, varios autores vaticinaron el final de la prensa impresa. En la actualidad, sin embargo, la inmensa mayoría de los diarios siguen publicando en papel, y a pesar de que el grueso de los lectores se encuentra en la versión digital, aún queda quien prefiere leer en papel y no hacerlo a través de una pantalla.

Para la realización de CIVIS en su vertiente impresa (Anexos I), se han utilizado tres herramientas que, teniendo en cuenta el diseño pretendido, se han complementado.

- *Canva* ha sido la aplicación estrella. Se trata de un gestor de diseño gratuito que permite elaborar composiciones profesionales. Con ella se han maquetado la inmensa mayoría de páginas de CIVIS.
- *InDesing* ha sido la segunda herramienta utilizada para la elaboración de la revista. Gracias a las posibilidades de la aplicación se ha conseguido compaginar los diseños realizados con la anterior aplicación por otros, aunque parecidos, sutilmente diferentes.
- *Pages*, el editor de texto predeterminado de macOS también ha sido muy útil en la elaboración de determinadas páginas. Dada la variedad de contenidos, y en función del diseño pretendido en cada uno de los momentos, se han utilizado indistintamente una u otra aplicación.

Para la impresión de CIVIS en formato revista, con el gramaje adecuado y el brillo necesario, se ha optado por consultar varias opciones, entre ellas, numerosas copisterías online. Finalmente se decidió imprimir la publicación en la reprografía de la facultad de Filosofía y Letras dado que los resultados de prueba se imprimieron según lo deseado.

Fig 5. Portada de la publicación impresa:



Fuente: elaboración propia

5.7.Publicación web. CIVIS digital (civis.jimdosite.com)

La adaptación a internet, no sólo en el mundo periodístico, sino en prácticamente todas las disciplinas, es casi obligatoria en la actualidad. La llegada de la revolución digital en la década de los 2000 y su posterior desarrollo y consolidación ha supuesto un cambio radical en muchos sentidos, también en el de la información.

En el apartado anterior se explicaba que la prensa impresa seguía teniendo fieles seguidores. Seguidores, no obstante, minoritarios en comparación con la cantidad de lectores que se encuentran en la versión digital de los periódicos. Entendiendo la importancia del mundo digital en la actualidad y teniendo en cuenta la evolución de los

lectores habituales de prensa, se ha elaborado una versión digital de la revista a través de la creación de una página web en la que se puedan acceder a los mismos contenidos plasmados en la versión en papel.

Las piezas presentes en esta versión varían su formato ligeramente respecto a la publicación impresa. Y es que, aun siendo temas idénticos, en la versión digital de CIVIS se apuesta por una narrativa audiovisual y multimedia adaptando convenientemente los contenidos y aprovechando las oportunidades que brinda el medio. Esta *multimedialidad* de la que ya hablaban hace 20 años autores como Casasús (2002), y que permite combinar texto, audio, e imagen, ha sido requisito fundamental a la hora de abordar las informaciones desde un punto de vista digitalizado.

La versión digital de CIVIS se mantendrá, igualmente, alejada de las rutinas habituales de grandes medios. CIVIS continúa siendo, aun en internet, un medio de periodismo social, reflexión y autocrítica. Por ello, aunque las piezas adquieran un formato más “atractivo” o menos analógico que la redacción, en él se tratarán los temas con las mismas premisas que las ya explicadas en puntos anteriores: siempre desde el respeto hacia las personas o colectivos sobre los que se informa.

CIVIS digital se dividirá en las mismas secciones que la revista impresa, y contará con un diseño, aunque diferente, sobrio y parecido a la publicación en papel.

Fig 6. Presentación de la página web en ordenadores:



Fuente: elaboración propia

Fig 7. Presentación de la página web en dispositivos móviles:



Fuente: elaboración propia

6. Conclusiones

El objetivo más importante de este proyecto se basaba en realizar un estudio sobre la situación que atraviesa el Periodismo Social en la prensa española, habiendo previsto un claro declive, y ofreciendo, simultáneamente, una alternativa viable a través de la creación de una revista especializada en información social.

6.1. Conclusiones de la investigación empírica

La investigación empírica se ha realizado analizando todas las portadas publicadas por *ABC*, *El Mundo*, *El País* y *La Vanguardia* durante el primer trimestre de 2021 para determinar la importancia exacta que conceden los diarios más leídos en España a las informaciones sociales.

De las 5 hipótesis planteadas respecto al trabajo empírico, se han confirmado 4, mientras que la restante se confirma sólo en parte. Comencemos por esta última:

La primera hipótesis (H1) sostenía que la mayor parte de noticias presentes en las portadas girarían en torno a contenidos de política o economía sin apenas protagonismo de informaciones de carácter social. Los resultados obtenidos tras el análisis de las 360 portadas determinan que, efectivamente, hay una politización exagerada en el periodismo español. La política se convierte, con diferencia, en el tema estrella y en la apuesta de todos los periódicos. Del total de noticias presentadas en portada, casi la mitad (45,62%) son referentes a política. No se ha confirmado, sin embargo, la importancia que se vaticinaba de la economía, que ocupa el sexto puesto con tan sólo un 7,08% de representación respecto al total. Es, sorprendentemente, la cultura (12,47%), la sección que ocupa el segundo puesto, aunque con una gran diferencia respecto al primero.

Tal y como se planteaba en esta misma hipótesis, los contenidos sociales brillan por su ausencia en la prensa impresa española. Tan sólo un 3,42% del total de noticias, es decir, 63 de 1837, son de carácter social. Todas ellas se han presentado en pequeños espacios en los que sólo hay hueco para el titular y en pocas ocasiones, para una pequeña fotografía.

La segunda hipótesis (H2) sostenía que se podría percibir claramente la línea editorial de los diarios a través del tratamiento mediático que otorgaban a las noticias. Aunque esto debería ser considerado algo anómalo en Periodismo, se confirma que la mitad de diarios no tiene reparo en utilizar titulares metafóricos y direccionados. En este sentido, cabe

destacar el descaro con el que se realiza un periodismo panfletario basado en opiniones. Este direccionamiento es ejercido sobre todo por los periódicos que se identifican con la esfera conservadora: *ABC* y *El Mundo*, reúnen el mayor porcentaje de noticias con titulares interpretativos y sesgo negativo.

La tercera hipótesis (H3) también se ha confirmado. Muchas noticias de carácter social se han tratado desde el amarillismo y el morbo, haciendo uso de fotografías inapropiadas o citas manchadas de tintes políticos.

La cuarta hipótesis (H4) afirmaba que los diarios más afines a la esfera conservadora (*ABC* y *El Mundo*) tratarían temas referentes a política o a economía, mientras que *El País* y *La Vanguardia*, más progresistas, otorgarían mayor cobertura a las noticias de temática social. Esta hipótesis también se ha confirmado. *El País* ha sido el diario que ha realizado una cobertura más equilibrada dando cabida en muchas de sus portadas a la temática social. *La Vanguardia*, aunque en el segundo puesto, también concede importancia a esta temática y la presenta, aunque de forma breve, asiduamente en sus primeras páginas.

La quinta hipótesis (H5) planteaba una percepción de la realidad distinta por parte de los lectores en función del medio que suelen leer. Las grandes diferencias entre los diarios y su línea editorial hace que un lector, por ejemplo, de *ABC*, perciba una realidad muy distinta al que suele leer *El País* o *La Vanguardia*, con una agenda mediática más variada y aséptica.

6.2. Conclusiones del proyecto profesional

Respecto a la elaboración de la revista (CIVIS); se han confirmado las dos hipótesis planteadas.

La primera vaticinaba grandes dificultades a la hora de conseguir testimonios y fuentes adecuadas para cada una de las piezas dada la desafección que sienten los colectivos minoritarios hacia el Periodismo. Tras haber realizado la revista, la mayor parte de entrevistas se han concedido desde el pesimismo y la falta de entusiasmo por parte de los entrevistados, que anticipándose a la cobertura y basándose en su experiencia previa, ya consideraban que contar su historia podría no servir de nada.

La segunda hipótesis pretendía demostrar la viabilidad de ejercer un periodismo social comprometido sin caer en la espectacularización de las informaciones. Así, se ha ofrecido una alternativa respetuosa con los derechos de las personas sobre las que se basan las piezas; se ha abstenido de utilizar fotografías que pudieran fomentar el morbo, y se ha tratado de ejercer un periodismo esperanzador libre de prejuicios y estigmas a través de historias corrientes pero útiles para personas que puedan estar pasando por una situación parecida. Todo ello, sin renunciar a temas tan preocupantes para el periodismo actual, como el diseño o la visualización estética de las piezas.

6.3. Conclusiones personales

El Periodismo Social en España está herido de gravedad. No sólo se concede poca importancia a las historias de vida, sino que se detecta una tendencia generalizada por parte de los medios a centrar el enfoque de las historias en el lado negativo. Faltan testimonios esperanzadores, soluciones en las noticias, más información por parte de los redactores, y más independencia de poderes políticos y anunciantes.

Sigue existiendo en los diarios la necesidad continua de presentar las informaciones con imágenes, convirtiéndose éstas en un imperativo necesario para informar. Si no hay imagen sobre una determinada noticia, directamente no se presenta en portada, o no se realiza su cobertura. Los titulares siguen siendo, sobre todo en el caso de los diarios conservadores, interpretativos y sesgados. No se trata de recuperar el enfoque social del periodismo, sino de rescatar al periodismo. El periodismo debe ser, como indica Barranquero (2019), una actividad social por naturaleza.

7. Bibliografía

Aguado, J. M.; Martínez, L. (2005). Introducción a la comunicación periodística. Murcia: Diego Marín Librero Editor.

Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC). (2021). <https://aimc.es> [15 de abril].

Azevedo, T. (2009). Los métodos cuantitativos y cualitativos. Una perspectiva investigadora. *Revista AMAzónica*, 2: 168-177.

Álvarez Díaz, A. (2009). Periodismo social, una nueva mirada a la realidad. *I Congreso Internacional de la Sociedad Latina de Comunicación Social*, 46.

Álvarez Díaz, A. (2013). Periodismo Social. La voz del Tercer Sector. Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social.

Aznar Gómez, H. (1997). El debate en torno a la utilidad de los códigos deontológicos del periodismo. *Anàlisi quaderns de comunicació i cultura*, 20: 125-144.

Barranquero, A. (2018). El Periodismo Social como área de especialización, perspectiva de reforma y cultura profesional. Una revisión de conceptos y debates. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*

Belda, L. M.; Maíllo, J. M. & Prieto, J. M. (2007) Periodismo Social. El compromiso de la información. Libro de estilo de *Servimedia*. Madrid: Servimedia.

Calvo, J. M. (2006). Vargas Llosa: “El periodismo es el mayor garante de la libertad”. De El País periódico.

Caravaca, T. (2013). Kostas Vaxevanis: “El periodismo es descubrir lo que otros quieren ocultar”. De El Mundo periódico.

Casares, A. (2021). La hora del periodismo constructivo. Pamplona: EUNSA.

Cytryblum, A. (2000). *Periodismo Social. Una nueva disciplina*. Buenos Aires: La Crujía.

Daza Hernández, G. (2000). *Periodismo y ciudadanía*. Colombia: Konrad Adenauer.

Diezhandino, M^a. P. (2012). *El periodista en la encrucijada*. Madrid: Ariel y Fundación Telefónica.

Díaz Nosty, B. (2011). *Libro negro del periodismo en España*. Madrid: AFANIAS.

Eloy Martínez, T. (2001). *El periodismo vuelve a contar historias*. Diario La Nación. Suplemento Cultura. Especial Efemérides.

Gallego, J. & Luengo, M. (2014) *El Periodismo Social*. Madrid: Editorial Síntesis.

Gelado-Marcos R.; Alcalá-Santaella, M. & Rubira-García, R. (2019). El periodismo español en tiempos de crisis. *El Argonauta español*, 16.

Kapuściński, R. (2002). *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo*. Barcelona: ANAGRAMA.

Resolución 1003 del Consejo de Europa (1993). *Ética Periodística*.

Llobet, L. (2006). ¿La función social del periodismo o periodismo social? *UNIrevista*, 1(3): 1-11.

McLuhan, M. (1966). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Massachusetts: Cultura libre.

Munvue, M. (2016). *Periodismo de declaraciones. Cuando la prensa renuncia a ser el lugar de los hechos*. *Conexión*, 6: 42-47.

Polo, M. A. (2007). *La vocación periodística. Un llamado al ser social*. *Palabra Clave*, 10(2): 165-176.

Pérez Andrés, C. (2002). Sobre la metodología cualitativa. *Rev Esp Salud Pública*, 76: 373-380.

Reig, R. (2015). *Criss del sistema, crisis del periodismo. Contexto estructural y deseos de cambio*. España: Editorial GEDISA.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23^a ed., [versión 23.4. en línea]. <https://dle.rae.es>

Kvale, S. (1996). *Interviews. An introduction to qualitative research interviewing*. Londres: Sage.

Sarabia, B. (1985). Historias de vida. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 29: 165-186.

Sartori, G. (1997). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Barcelona: DEBOLS!LLO.

Savater, F. (1997). *Ética y periodismo. Alegría y responsabilidad. El valor de educar*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Singer, J. (2012). The ethics of Social Journalism. *Australian Journalism Review*, 34(1): 3-16.

Vizcarra, S. (2002). La responsabilidad social del periodista, frente a la noticia como mercancía. *Revista Latina de Comunicación Social*, 46.

ANEXOS



civis

Revista especializada en información social | nº0



HISTORIAS DE VIDA DE GENTE CORRIENTE

01

DEBAJO DE LA CAMA

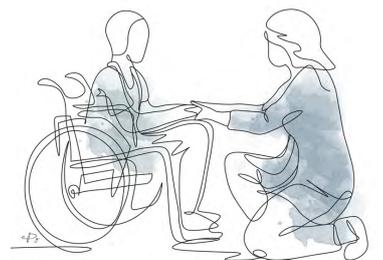
Reportaje



02

NO SOMOS NUESTRAS LIMITACIONES

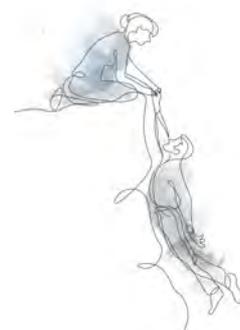
Reportaje



03

TODOS NECESITAMOS UN MOTOR

Reportaje



Sumario

04

ENTREVISTA A ANA BELLA

Entrevista



05

NUEVA NORMALIDAD

Reportaje

LA NUEVA NORMALIDAD



06

¿POR QUÉ PERIODISMO?

Editorial



01. Salud mental



DEBAJO DE LA CAMA

En el año 1774, el escritor alemán Johann Wolfgang escribió *Las penas del joven Werther*. Para aquel entonces, el escritor no se imaginaba -ni de lejos- la que se le venía encima. Su novela tuvo muchísimo éxito; fue, para que me entendáis, el *best seller* de la época. El libro narraba la historia de Werther, un joven apuesto que, cansado de que su amor no fuera correspondido, decide suicidarse. La novela, como os podéis imaginar, poco tardó en popularizarse entre los jóvenes, que romantizando aquella historia, replicaron el comportamiento del protagonista cometiéndose una ola de suicidios.

En aquellos años, claro está, apenas existía conocimiento sobre salud mental. Los principios morales tan arraigados del cristianismo siempre habían condenado el suicidio. La importancia de la novela fue tal, que en decenas de países se llegó a prohibir. Ya sabéis, la represión como solución. Para aquellos años el tabú ya se había apoderado del suicidio. Si no se podía leer una novela sobre el suicidio, está claro que hablar del tema tampoco.

Desde entonces, se conoce como Efecto Werther, la influencia que tienen los medios de comunicación para producir en la sociedad un efecto llamada a través de sus informaciones. Sin embargo, esto no es exactamente así. Pero, igual que producen un efecto de imitación, también pueden contribuir a la prevención. Una cobertura responsable por parte de los medios, efectivamente, podría salvar vidas.

Los problemas no desaparecen porque se dejen de hablar de ellos. Como cuando de pequeño te dicen que recojas la habitación y te limitas a esconder los tratos debajo de la cama. Y esto es, precisamente, lo que la hace la sociedad con los suicidios. 3 siglos más tarde, seguimos escondiéndolos debajo de la cama.

La prensa no habla sobre esto, los colegios tampoco. Y cuando alguien decide sacar por primera vez este tema en el Congreso, desde el escaño opuesto le gritan 'vete al médico'. Los políticos se abstienen y mientras el circo continúa, 10 personas al día en España se suicidan. Una cada dos horas y media

Es evidente que en algo hemos fallado. Decía la activista Ángela Davis que la lógica liberal lo centra todo en el individuo. Tanto es así, que las penas, el malestar o la fatiga mental también creemos que nos corresponden. Que nuestros absolutos son nuestros y está mal compartirlos o pedir ayuda.

Según el Instituto Nacional de Estadística, el suicidio se ha convertido en la primera causa de muerte no natural en nuestro país, duplicando el número de fallecidos en accidentes de tráfico.

No nos escandalicemos, no nos ruboricemos, simplemente reconozcamos -tal vez es el primer paso- que en los hogares de nuestra sociedad, estas cosas ocurren a veces.

La aceptación del suicidio es un proceso lento, que bien puede requerir terapia (en la mayor parte de los casos), o no. Según la psicóloga Belén Bonhomia, existen 6 fases en el duelo del suicidio. "Todos los pacientes pasan por estas fases, aunque la cronicidad no sea la misma", explica.

Así, hay una primera fase de negación. Se trata del conocido 'shock postraumático'. "Hay una absoluta negación de lo que sucede. El paciente se siente desorientado y confuso", aclara. Después llegan la ira. Se trata de un enfado no sólo contra la persona que hemos perdido, sino contra el mundo.

En ocasiones, el paciente no ha llegado a superar la ira, cuando llega la tristeza. "Entre estas dos fases vamos y venimos", explica Bonhomia, que añade en la vergüenza y el estigma en los casos de suicidios.

Las dos últimas fases, son también las más complicadas. La aceptación de la pérdida y la integración de esa pérdida en nuestra vida cotidiana. "Puede incluso haber duelos crónicos, cuando éstos son prolongados en el tiempo. Hay personas que nunca llegan a suplir ese duelo y a integrar la pérdida", explica Bonhomia.

¿Qué quedaría de ti si hubieras nacido en el Congo?

Con esta pregunta comienza todas sus sesiones la psicóloga Belen Bonhomia. Y es que, son precisamente los países con mayor calidad de vida, donde se registra una mayor tasa de suicidios.

"Una de las primeras preguntas que hago a mis pacientes es, ¿qué quedaría de ti si hubieras nacido en el Congo? Porque respondiendo a esta pregunta es cuando analizas que parte de nosotros debemos seguir desarrollando y que parte está super proyectada condicionándonos mucho más de lo que realmente somos como seres humanos", aclara.

La globalización, la individualidad o la competencia propias de la sociedad occidental, explica Bonhomia, son algunos de los factores de riesgo más importantes. "En otros países, existe mucho menos estrés, más convivencia y apenas se registran casos de suicidio. En Occidente hemos intercambiado la cooperación por la competencia, creando un estilo de vida que hace que nos pongamos objetivos difíciles de cumplir y nos frustremos mucho más", termina diciendo.

Los supervivientes

Los supervivientes, pues así han decidido llamarse los familiares cercanos de alguien que se ha quitado la vida, a menudo son mirados desde el estigma y la vergüenza. Si no es el paternalismo, es la responsabilidad la que se carga sobre su espalda.

Hoy, Roma y Abel cuentan su historia. Aunque entre ellos no se conocen, ambos han superado el suicidio de un familiar cercano.

Roma es el pseudónimo escogido por la primera entrevistada para contar su historia. “Aunque a mí me da igual, mi familia me ha pedido que cuente la historia anónimamente”, aclara.

Quienes la conocemos bien, sabemos que es sociable y extrovertida. Se considera una persona con temperamento y aunque su historia es complicada, -supongo que estos casos siempre lo son-, “no me corto con nada, ya me conoces”, aclara.

El padre de Roma se suicidó en 2014, cuando ésta apenas tenía 15 años. “Mi padre tenía depresión diagnosticada, la primera vez que se intentó quitar la vida tenía 18 años”, comienza.

Su familia, que siempre había tratado la salud mental desde el sonrojo y el bochorno, hizo que su padre, según Roma, no pidiese ayuda. “No es su culpa, es por la educación que recibimos”, considera. En ese momento, se encontraba en plena adolescencia, una etapa que no recuerda con mucho agrado. “Me quería comer el mundo, ya sabes, discutía mucho con mis padres”, explica.

Su tono de voz se quiebra cuando recuerda el día en el que sucedió todo. Y por momentos, también se enfada. “Había muchísima gente en la puerta de mi casa tocando los cojones, enterándose de lo que no les incumbe”, explica. “Fue el peor día de mi vida”, continúa.

Después llegaron los vecinos y el descaro. A partir de 2014 Roma deja de ser Roma y se convierte en ‘la hija de’. “La gente me ha llegado a preguntar tres años más tarde incluso en mi puesto de trabajo si era la hija del señor que se había suicidado”, apunta.

“Durante los primeros años le culpabilicé muchísimo. A veces, de hecho, me culpo hasta a mí, aunque es importante decir que estas cosas no son culpa de nadie”. explica.

Su madre y su hermana no lo han llevado de la misma forma. “A mí hablarlo me viene muy bien; mi madre y mi hermana, en cambio, esquivan el tema y no les gusta hablar de esto”, explica.

Al fin y al cabo, existen tantas formas de afrontarlo como personas, y eso es algo que Roma siempre ha respetado “quiero darles su espacio y hablarlo cuando estén preparadas”, termina.

Aunque reconoce no haber superado aún la ausencia de su padre, “esto es algo nunca se supera, simplemente aprendes a que no te duela todo el tiempo”, confiesa.

7 años más tarde, Roma está convencida de que fue su círculo de amistades lo que le ayudó a “superar” la muerte de su padre. “Si alguien está en una situación parecida, que no se preocupe y sobre todo, que nunca se avergüence”, termina diciendo.

Abel Ruiz tiene 20 años. Estudia Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad de Valladolid. Es de Navarra y se define como una persona extrovertida y exigente. Como cualquier otro chaval de su edad, le gusta pasar tiempo con sus amigos, viajar y salir de fiesta -aunque ahora ya no tanto-.

Odia el paternalismo y la condescendencia y aunque no siempre ha hablado de este tema con la misma naturalidad “pon mi nombre porque no me da ninguna vergüenza contar mi historia”, apunta.

Abel cuenta con 5 familiares que se han suicidado. La charla ha transcurrido con total normalidad. Abel tiene esa facilidad de hacer que las cosas complicadas sean un poco más sencillas, porque “si yo no hubiera hablado de esto, si no hubiera acudido a terapia, me hubiera muerto por dentro”, aclara. Di que sí joder, hablar es bueno casi siempre, incluso en estos casos.

Tanto en la familia de su padre como en la de su madre ha habido casos de suicidios. “La diferencia familiar es muy notoria hablando de estos temas”, aclara. Desde que Abel es pequeño, su abuela y su madre le han sentado en más de una ocasión junto con su hermana para hablar sobre cómo se sentían. “Mi madre nos decía que no nos calláramos, que no tuviéramos miedo a expresar nuestras emociones”, apunta orgulloso. La familia de su padre, en cambio, lo ha llevado con resignación y vergüenza, “no por ellos, por la sociedad que no educa en estos temas” termina aclarando.

El caso más cercano sucedió el verano pasado, cuando su primo de 19 años se suicidó.

Al enterarse, Abel estuvo sentado durante 15 minutos sin verbalizar ni una sola palabra. Después vinieron los tanatorios y la condescendencia, y con ellos, los rumores y el estigma. “Noté muchísima presión social por parte de la gente; ni ellos sabían que decir, ni yo qué contestar”, explica.

El siguiente paso fue acudir a terapia. “Mira, el suicidio de un familiar no lo vas a superar casi nunca, pero es fundamental ir al psicólogo. Hay que sanar, pero nunca lo superas, simplemente aprendes a vivir con ello”, apunta.

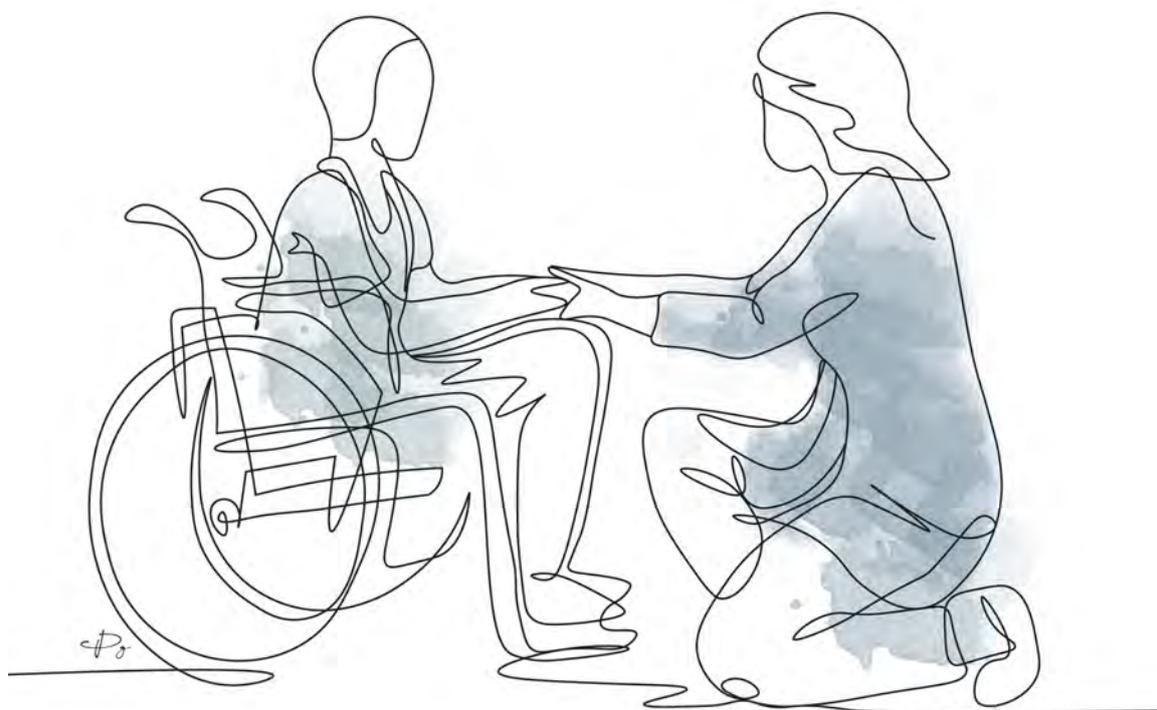
Sin embargo, los 5 familiares de Abel recurrieron en más de una ocasión a la sanidad pública. “No sirvió de nada; las citas de 3 en 3 meses, y lo único que hacen es recetarte medicinas, ¡sin ver siquiera al paciente!, es una puta vergüenza”, denuncia enfadado. Supongo que así funciona todo en esta vida, “si tienes dinero genial, si no pues te jodes”, continúa.

Según la Asociación Nacional de Psicólogos Clínicos y Residentes (ANPIR), hay 2.600 psicólogos en toda la sanidad pública; 2.600 psicólogos para una población de más de 46 millones de personas. Algo que se solucionaría, según Bonhomía, con algo tan sencillo como una mayor contratación de personal.

Por eso, siempre que la conversación se presta a ello, Abel habla de salud mental. “He recomendado ir al psicólogo a toda mi gente cercana, no es necesario que te haya sucedido nada traumático, siempre es bueno hablar con un profesional”, termina diciendo.

*-Gracias por contar tu historia
- A ti por darme voz*

02. Enfermedades "raras"



NO SOMOS NUESTRAS LIMITACIONES

La mejor manera que ha encontrado Yanet de explicar lo que le sucede ha sido con un cigarro en la mano izquierda, un café en la derecha, algún que otro suspiro y mucha confianza en un periodista inexperto. Gracias, por cierto.

Dice que no está “arreglada” y que si la grabo le avise para que se maquille. Que quiere salir guapa. También está nerviosa, aunque “si mi historia sirve de algo, estaré encantada de contarla”. Es un jueves por la tarde, y después de haber charlado con ella varias veces por teléfono, comienza la parafernalia habitual: los encuentros; la cámara; las preguntas; y los micrófonos. Yanet me abre por primera vez las puertas de su casa.

Entre risas reconoce que no siempre concede entrevistas y muchas veces no tiene fuerzas para contar su historia. Aunque ya ha aprendido a controlar sus emociones, no me asegura que en algunos de nuestras conversaciones no se eche a llorar.

-Antes lo dices...-

Yanet Valero tiene 48 años, nació en Venezuela, y su color favorito es el rojo. Y estos datos son, seguramente, los menos importantes de este reportaje porque, sobre todo, Yanet es madre coraje. Dice Google que madres corajes son aquellas que han sobrepasado situaciones difíciles con valor y endereza. Y es que si nos ajustamos a este concepto, Yanet es precisamente eso, todo coraje.

Yanet es madre de Nerea, una niña de 12 años diagnosticada de una enfermedad rara sin tratamiento. Como ella, en España más de 3 millones de personas sufren algunas de estas patologías mal llamadas “raras”. La Organización Mundial de la Salud confirma que estas enfermedades afectan a un 7% de la población mundial, lo que equivaldría aproximadamente a 49 millones de personas. Y es que al final, lo raro es más habitual de lo que pensamos.

“Nerea fue una niña deseada, estuvimos más de dos años intentándolo hasta que por fin me quedé embarazada”, apunta su madre. Todavía se emociona cuando recuerda el día en el que, por adelantado, tuvo que dar a luz a una niña aparentemente sana.

En noviembre de 2009, apenas dos meses más tarde de que naciera Nerea, ésta tuvo su primera convulsión, “la primera de muchas” tal y como indica su madre. Desde entonces, la familia ha estado a caballo entre la UCI y la planta de decenas de hospitales. El primero, aquí en Valladolid.

La situación se complica más cuando aun teniendo una enfermedad rara, los médicos no consiguen dar con la dolencia que afecta a Nerea y por tanto, tampoco con su tratamiento. A partir de entonces, comienzan infinitas pruebas y la búsqueda desesperada de una familia por encontrar la enfermedad que tiene su hija.

La situación no iba a mejor y Yanet ya sospechaba de un retraso madurativo y un lento desarrollo motor en Nerea. Han pasado ya 12 años y los médicos aun no saben con exactitud ni el origen ni la enfermedad que sufre Nerea. Su diagnóstico permanece inmóvil 12 años más tarde: encefalopatía de origen no filiado, dos focos epilépticos y un retraso madurativo.

A partir de aquel momento, Nerea ingresa por primera vez en un hospital. “Estuvimos dos meses ingresados”, apunta Yanet, que se incluye en el ingreso por los días y horas que estuvo con sus padres acompañando a Nerea.

La rutina de la familia cambió por completo; durante dos meses de 07:00 de la mañana a 12:00 de la noche los abuelos de Nerea y su

madre hacían turnos en el hospital para poder seguir cantándola tal y como hacían cuando estaba en la barriga. “Los neurólogos nos decían que siguiéramos cantándola, como habíamos hecho desde que me quedé embarazada”.

Tras dos meses de ingresos y traslados, los médicos no dieron con ningún diagnóstico definitivo y el pronóstico que trasladaron a la familia fue demoledor “me dijeron que mi hija duraría, como mucho, 3 años”, dice su madre emocionada mientras ve a su hija, ya con 12, jugar en el salón.

Mentiría si escribo en estos párrafos que Nerea es una niña como cualquier otra, que puede hacer lo mismo que otros con su edad. Probablemente estas líneas no sean suficientes para explicar quien es nadie, tampoco Nerea. Pero sí sirven para explicar lo que no es. Nerea no es su discapacidad, tampoco su enfermedad ni sus limitaciones, “y esto quiero que quede claro”, dice su abuelo.

Nerea es una niña especial que no puede correr ni comer por sí sola. Tampoco puede dormir sin estar vigilada o ser totalmente independiente, pero Nerea tiene 12 años y está empezando ahora a expresar sus emociones. Los médicos dijeron a la familia que Nerea nunca podría moverse, que permanecería en estado vegetativo toda su vida. A día de hoy, Nerea entra en la consulta andando.

Según la Federación Española de Enfermedades Raras (FEDER) en la mayor parte de los casos los pacientes se ven obligados a esperar una media de 4 años en recibir su primer diagnóstico. Durante el proceso, éstos no reciben apoyo o terapia haciendo que en más del 30% de los casos la enfermedad empeore.

De hecho, las enfermedades raras son la asignatura pendiente de la Sanidad Pública. Los medicamentos son caros y los precios de las terapias prohibitivos, sin embargo, tan sólo 2 de cada 10 pacientes reciben asistencia por parte del Estado.

El caso de Nerea es el mejor ejemplo de esto. 12 años más tarde, la rutina de la familia no ha cambiado. Ya no hay convulsiones ni ataques epilépticos, pero todas las mañanas, mientras la abuela da el desayuno a Nerea, Yanet y su padre recorren Valladolid en busca de tapones que puedan seguir cubriendo el tratamiento y las sesiones que necesita. Así, han organizado ya muchos eventos y mercadillos solidarios que han permitido seguir cubriendo las necesidades de la pequeña. “No tengo mucho dinero, pero todo lo que ha necesitado Nerea, lo he conseguido”, apunta orgullosa su madre.

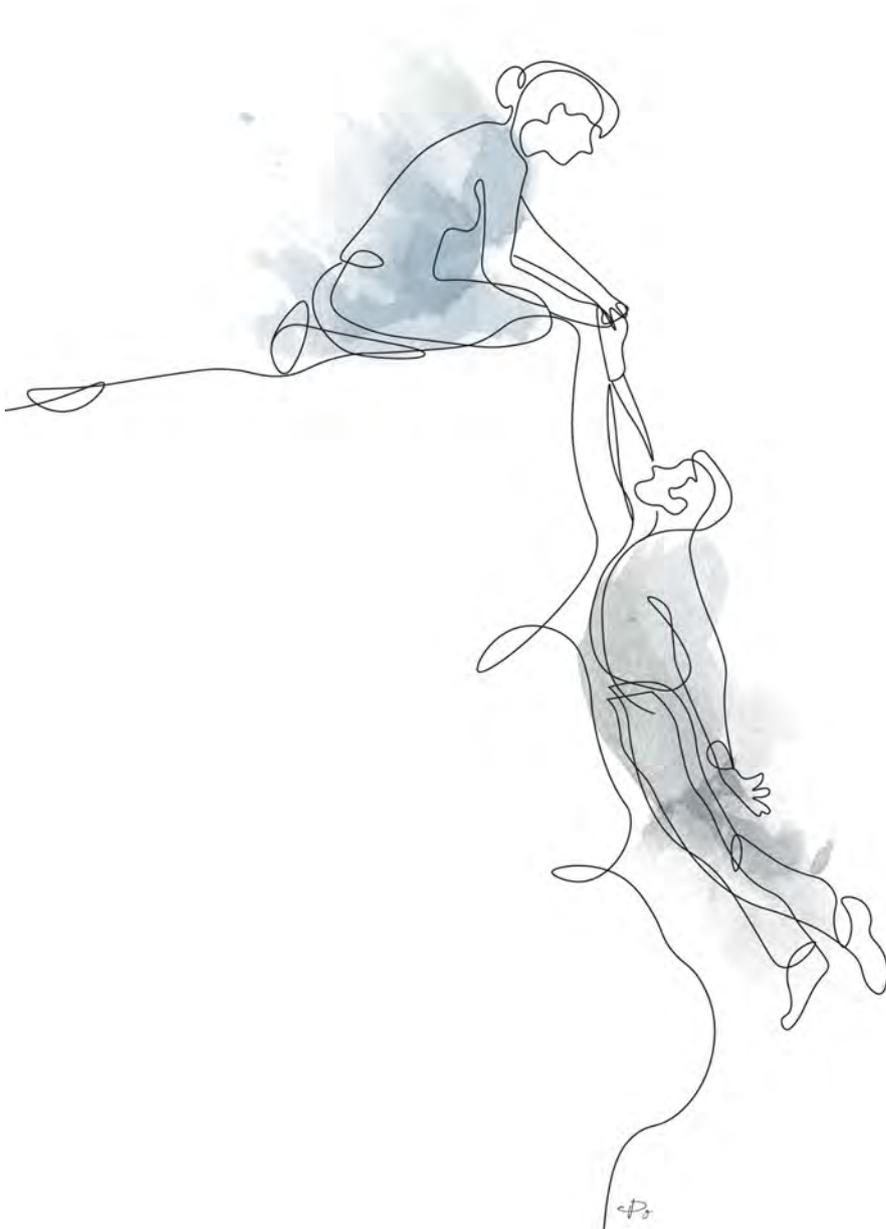
Esta no sólo es la historia de Nerea y su familia, sino la de todas las personas que sufren estas enfermedades y por su situación económica no pueden hacer frente a los gastos derivados de las necesidades de los pacientes.

Todo lo que hace Nerea, requiere adaptación. La cama debe contar con un soporte adecuado para que no se caiga mientras está dormida; el suelo de su casa está acolchado con placas de goma; los juguetes han de ser siempre didácticos; y su familia repite siempre las mismas frases en un intento de que la pequeña memorice las acciones.

Dicen los psicólogos que a las personas nos cuesta aceptar que determinadas cosas suceden porque sí en esta vida. Yanet, como cualquier otra, tampoco entendía por qué, pero no tardó mucho en dejar de preguntarse siempre las mismas cuestiones. “Lo importante es hoy, de mañana ya me ocuparé mañana”.

Durante los primeros años de la pequeña Yanet tuvo que recurrir a terapia psicológica. Porque a veces, lo más fácil también es lo más eficaz “lo único que necesitaba era alguien con quien hablar”, afirma. Por eso, siempre que tiene la oportunidad, Yanet se ofrece a hablar con cualquier madre que pueda estar pasando por una situación parecida para lanzarle un mensaje de esperanza. “Cuando Nerea era un bebé yo necesitaba escuchar testimonios de historias que salían adelante” aclara Yanet. Quizá por eso yo escribo esto, quizá por eso lo estás leyendo.

03. Solidaridad



EL MEJOR MOTOR

Un estudio realizado en Atapuerca ha revelado que la solidaridad ya existía en la península hace, al menos, medio millón de años. El estudio se ha realizado gracias al hallazgo de la cadera de un homínido que presentaba graves lesiones. Este traumatismo hizo que le fuera imposible dedicarse a actividades como la caza, esenciales para la supervivencia de la especie durante aquella época. Sin embargo, se ha demostrado que, pese a las lesiones, el homínido alcanzó la edad de 45 años, algo que no hubiera sido posible si no hubiera sido por el compañerismo de los de su especie.

Esta investigación significa mucho más que un simple descubrimiento científico, pues demuestra que, a lo largo de la historia, las sociedades más avanzadas no han sido las más ricas ni egoístas, sino las más generosas. La solidaridad es lo que nos hace mejor sociedad.

Cuando en 2014 Diego Reglero fundó ‘Entre todos ayudamos’ no se imaginaba que fuera a llegar a tanto. “Fue una tarde cualquiera. Me di cuenta de que tenía ropa en casa que no utilizaba y pensé en crear un grupo de Facebook”, aclara Diego.

Siete años más tarde, aquella idea que nace como una pequeña iniciativa solidaria, se ha convertido en la punta de lanza para más de 200 familias en riesgo de exclusión.

‘Entre todos ayudamos’ es una organización voluntaria sin ánimo de lucro que asiste a personas que se encuentran en situaciones de dificultad económica. Su objetivo se centra en prestar ayuda a familias a través de la donación de alimentos, ropa y enseres. Durante, al menos, cinco años, la iniciativa ha prestado ayuda en torno a veinte familias de Valladolid. Hoy, son más de 200.

Diego compagina su labor como presidente, con su colaboración en el ropero del Albergue Municipal y su trabajo como quiosquero durante los fines de semana. “A veces es estresante”, aclara entre risas.

Junto a él, se encuentra Mila Díez (Valladolid, 48 años), la administradora del grupo y su mejor amiga. Se conocieron gracias al voluntariado que prestaba Mila en el área social del banco de alimentos. “Conocí a Diego en uno de mis repartos, me gustó mucho la idea y decidí incorporarme al grupo”, aclara.

La pandemia y el malestar económico derivado han hecho que la asociación esté completamente desbordada. Aunque el grupo de Facebook cuenta con más de 2.500 seguidores, tan sólo son 19 voluntarios para organizar todas las donaciones. “Hace cinco años ayudábamos a poco más de veinte familias; ahora son 233”, aclara Diego.

Según el último informe del Indicador de Riesgo de Pobreza o Exclusión Social (ARPE), aunque Castilla y León es una de las comunidades que más ha reducido la brecha económica durante los últimos años, la pandemia originada por la COVID-19 ha acrecentado el número de familias en riesgo de pobreza. Más de 400.000 personas en nuestra comunidad se encuentran en esta situación.

La labor de ‘Entre todos ayudamos’ se ha convertido en la clave para muchas de estas familias. En épocas más señaladas, como Navidad, la asociación organiza donaciones para que los más pequeños también tengan regalos. “Algo tan bobo como un regalo hace que las familias se sientan desahogadas, el objetivo es que ningún niño se quede sin regalos”.

La vuelta al cole es una etapa especialmente dura, así que desde la organización realizan campañas para dotar a las familias de material escolar. “Cuadernos, libros, bolígrafos, mochilas, cualquier cosa es necesaria”, aclara Diego.

Aunque la idea nace inicialmente en el barrio de La Victoria, el aumento de peticiones ha hecho que se trace un tejido vecinal que ayuda a familias de cualquier barrio de la ciudad.

La asociación reclama ahora un local. Todas las donaciones las guardan los voluntarios en sus propios domicilios invadiendo su espacio personal.

Dice el refrán que ‘a pobreza, no hay vergüenza’. Y efectivamente, nadie se debería avergonzar por no contar con lo que todos merecemos. De esto sabe mucho Gema Menacho (Lipstadt, Alemania; 45 años). La desahucieron hace 6 años, justo después de que naciera su hijo mayor. Desde entonces, ha necesitado ayuda para sacar a su familia adelante y anima a todas las personas que estén en situación de necesidad a contactar con la asociación.

“Si realmente lo necesitas, no hay vergüenza ninguna. La primera vez te da reparo, la segunda ya no”, confirma.

Desde 2015, Gema García ha recibido protección por parte de la asociación. Seis años más tarde, es una de las voluntarias del proyecto. “Cuando hay que recoger alguna donación voy a por ella, y si conozco algún caso concreto de alguna persona que esté pasándolo mal también se lo doy, se lo que es pasar por esto”, aclara.

En definitiva, solidaridad y amor, esto es lo que significa para Wilma Gutiérrez (El Salvador, 39 años), este proyecto. Wilma llegó a España hace poco más de un año. El invierno se acercaba y las temperaturas en Valladolid no tenían nada que ver con el clima al que estaba acostumbrada. “Era una época complicada y necesitaba ropa”, aclara. Gracias al activismo de la asociación en redes sociales, Wilma pudo contarles su situación y pedirles ayuda.

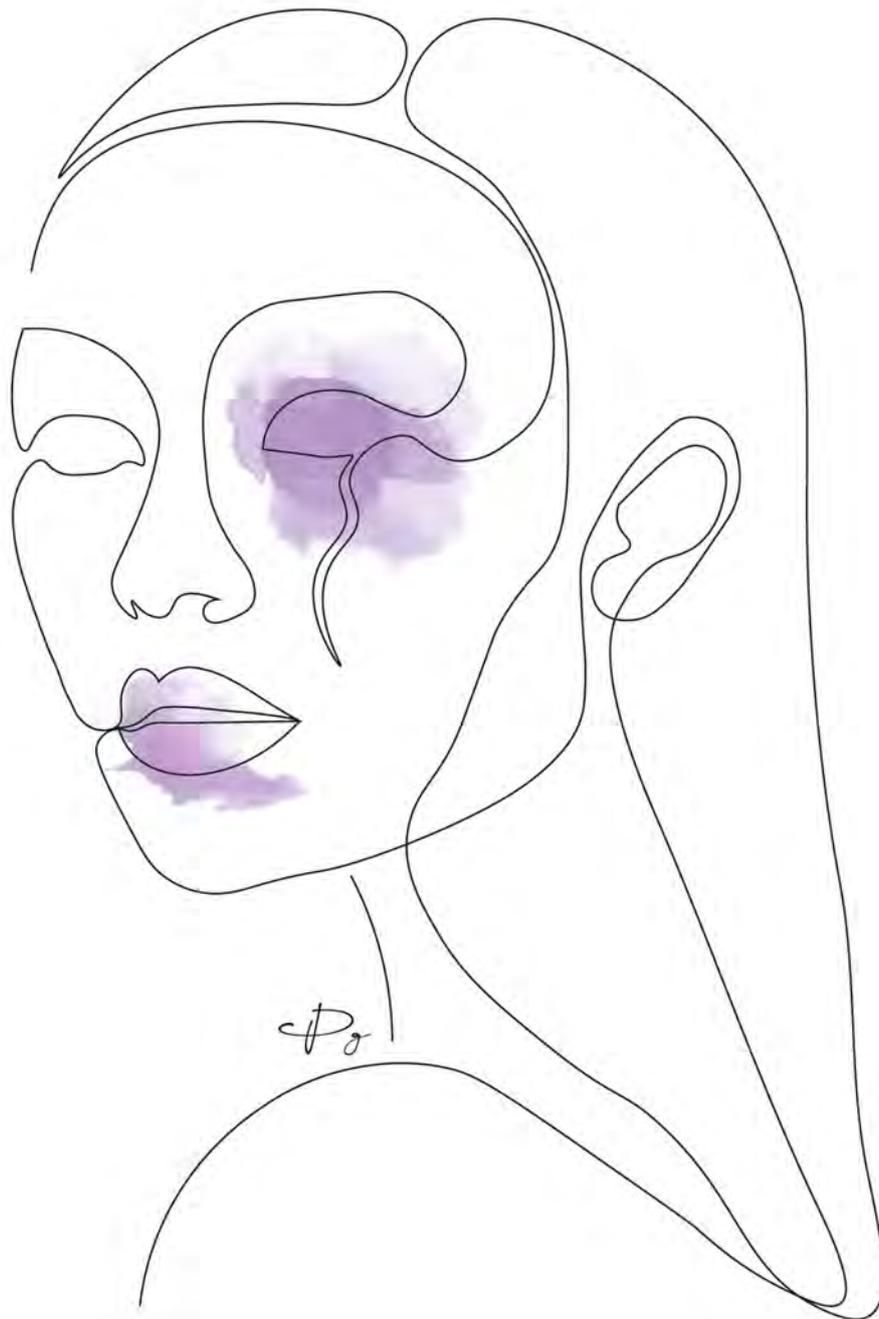
Wilma tiene dos hijos pequeños y no tiene trabajo. Su pareja sí tiene empleo, pero “son pocas horas y no es suficiente”. Aunque su historia es complicada, aun guarda esperanza y agradece que Valladolid sea tan ‘solidaria’.

“Todos necesitamos un motor y la gente reacciona al ver que hay otras personas donando”, termina diciendo.

- Supongo que no hay mejor motor

- Que no te quepa ninguna duda

04. violencia machista



Según el portal estadístico del Ministerio de Igualdad, en lo que va de año 43 mujeres han sido asesinadas a manos de sus parejas o exparejas. Digo 'en lo que va de año', porque cada enero, como si empezara de nuevo, el marcador vuelve a cero; comienza el recuento.

En España se lleva a cabo un registro oficial de las víctimas de violencia machista desde el año 2003. Desde entonces, se han registrado 1.097 mujeres asesinadas. 250 víctimas más que las que provocó ETA durante 5 décadas de activismo terrorista.

Entre los errores que cometemos como sociedad hay muchos. Pero hablando de este tema, se me ocurre alguno: negar la evidencia es, casi siempre, el acto más ridículo que puede hacer una persona.

Todavía hay quien cree y defiende, firme en sus convicciones, por cierto, que en España no hay violencia machista. Como dijo algún director de algún periódico importante, los comentarios son libres, los hechos sagrados. Contra opiniones, datos.

No caben todas, para eso me haría falta, calculo, más de 10 revistas. A todas vosotras:

Yaneth de 28 años, Andalucía. Rocío de 35 años, Cataluña. Zorla de 35 años, Islas Canarias. Isabel de 49 años, Andalucía. Silvia de 31 años, Cataluña. Cristina de 34 años, La Rioja. Rosario de 76 años, Andalucía. Carmen de 72 años, Galicia. Manuela de 71 años, Madrid. Dora de 40 años, Navarra. Silvia de 42 años, Cataluña. Yaiza de 25 años, Islas Canarias. Matilde de 43 años, Cataluña. Cándida de 39 años, Galicia. María Rosario de 35 años, Aragón Francisca de 45 años, Castilla y León. Teresa de 65 años, de Cataluña. Carmen de 35 años, Galicia. Luz María de 32 años, Galicia. Rafaela de 28 años, Andalucía. Concepción de 40 años, Valencia. Raquel de 41 años, Castilla y León. Gloria Palmira de 57 años, Castilla y León. Glenda de 26 años, Madrid. María José de 34 años, Islas Canarias. Pilar de 40 años, Madrid. Matilde de 81 años, Extremadura. Endurance de 33 años, País Vasco. Laura de 24 años, Andalucía. Josefa de 79 años, Andalucía. Verónica de 27 años, Madrid. María Elena de 31 años, Cataluña. Souad de 24 años, Andalucía. Esmeralda de 22 años, Aragón. Encarnación de 46 años, Dolores de 46 años, Madrid. Irina de 26 años, Andalucía. Silvia de 31 años, Cataluña. Leonor de 82 años, Castilla y León. Isabel de 60 años, Comunidad Valenciana. Beatriz de 19 años, Comunidad Valenciana. Khadija de 24 años, Castilla La-Mancha. Casimira de 54 años, Andalucía. Candelaria de 70 años, Comunidad Valenciana. María Ángeles de 24 años, Comunidad Valenciana. Isatou de 18 años, Andalucía. Guadalupe de 84 años, Andalucía. Patricia de 17 años, Castilla y León. María Antonia de 48 años, Cataluña. Cinthia de 19 años, Islas Canarias. María del Carmen de 43 años, Cataluña. Ana Isabel de 38 años, País Vasco. Yaneth de 28 años, Andalucía. Rocío de 35 años, Cataluña. Zorla de 35 años, Islas Canarias. Isabel de 49 años, Andalucía. Silvia de 31 años, Cataluña. Cristina de 34 años, La Rioja. Rosario de 76 años, Andalucía. Carmen de 72 años, Galicia. Manuela de 71 años, Madrid. Dora de 40 años, Navarra. Silvia de 42 años, Cataluña. Yaiza de 25 años, Islas Canarias. Matilde de 43 años, Cataluña. Cándida de 39 años, Galicia. María Rosario de 35 años, Aragón Francisca de 45 años, Castilla y León. Teresa de 65 años, de Cataluña. Carmen de 35 años, Navarra. Silvia de 42 años, Cataluña. Yaiza de 25 años, Islas Canarias. Matilde de 43 años, Cataluña. Cándida de 39 años, Galicia.

"LA VIOLENCIA NO TIENE GÉNERO"

Carmen Cecilia de 48 años, Aragón. María del Carmen de 49 años, Islas Canarias. Amelia de 36 años, País Vasco. Laila de 42 años, Cataluña. María Montserrat de 43 años, Galicia. María Belén de 42 años, Castilla y León. Damiana de 38 años, Andalucía. María Rosa de 34 años, Galicia. Rocío de 30 años, Andalucía. Sabrina de 38 años, Cataluña. Rosario de 33 años, Comunidad Valenciana. Catalina de 80 años, Andalucía. Saida de 26 años, Cataluña. Rosa de 51 años, Comunidad Valenciana. Piedad de 47 años, Comunidad de Madrid. María Dolores de 42 años, Cataluña. María del Carmen de 39 años, Andalucía. Silvia de 16 años, Comunidad de Madrid. María Cristina de 57 años, Comunidad Valenciana. Lidia Esther de 32 años, Islas Canarias. Rosalia de 77 años, Comunidad de Madrid. Estefanía de 23 años, Comunidad Valenciana. Cristina de 25 años, País Vasco. Nadia de 44 años, Extremadura. Yolanda de 24 años, Castilla - La Mancha. Ana María de 49 años, Castilla y León. Carmen de 54 años, Comunidad de Madrid. María Jesús de 74 años, Islas Baleares. Ramona de 45 años, Andalucía. Julia 41 años, Castilla - La Mancha. Carmen de 46 años, Andalucía. Susana María de 37 años, Andalucía. María Montserrat de 44 años, Cataluña. Natividad de 61 años, Andalucía. Purificación de 44 años, Andalucía. Viorela Alexandra de 19 años, Comunidad de Madrid. Cándida de 71 años, Cataluña. Marisol Consuelo de 41 años, Comunidad de Madrid. Gloria de 19 años, Galicia. Rosa María de 38 años, Cataluña. Inés de 64 años, Principado de Asturias. Teresa de 82 años, Comunidad Valenciana. Rosario de 55 años, País Vasco. Eliana de 29 años, Cataluña. Julia de 30 años, Comunidad Valenciana. Mónica de 18 años, Andalucía. Fructuosa de 71 años, Comunidad de Madrid. Caridad de 71 años, Región de Murcia. María Isabel de 49 años, Castilla y León. Esther de 47 años, Comunidad Valenciana. Lucía de 47 años, Andalucía. Clementina de 38 años, Islas Canarias. María Dolores de 71 años, Andalucía. Salud de 40 años, Andalucía. Cristina de 39 años, Galicia. Mara de 36 años, Islas Canarias. Amaranta de 29 años, Principado de Asturias. Tatiana de 29 años, Aragón. Roxana Claudia de 53 años, Andalucía. Sabrina de 31 años, Cataluña. Silvia de 41 años, Cataluña. Fátima de 39 años, Comunidad de Madrid. Matilde de 38 años, Galicia. María de 52 años, Comunidad de Madrid. Inmaculada de 28 años, Andalucía.

ENTREVISTA A ANA BELLA

Una vida de maltrato es una vida perdida

Ana Bella (49 años, Sevilla) fue durante 11 años víctima de violencia de género, aunque ella, más que víctima, se considera superviviente. Su historia comenzó cuando apenas tenía 18 años. No entrar en la Universidad fue, la que considera, su primera renuncia por “amor”.

Su agresor le hizo firmar en numerosas ocasiones documentos donde Ana Bella debía comprometerse, por ejemplo, a darle los recibos de lo que compraba, a no poder leer, o no distanciarse más de 3 metros cuando iba andando por la calle.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), 4 de cada 10 mujeres ha sido víctima de violencia psíquica, física o sexual. "No sólo debemos ayudar a las mujeres, sino educar a la sociedad para identificar a las víctimas y ayudarlas", apunta Bella.

Después de más de 10 años de maltrato, fue el llanto de su hijo de 9 meses en una discusión lo que le hizo reunir todo el coraje para escaparse de su casa y llamar al número que, en Andalucía, prestaba ayuda a las mujeres en esta situación. Por aquel entonces, aun no existía el 016.

20 años más tarde, Ana Bella no sólo ha conseguido salir de aquel infierno, sino que ha fundado una asociación que protege y asiste a todas aquellas mujeres que pudieran ser víctimas de violencia machista. Hogar, esto es, en esencia, la Fundación Ana Bella para las más de 25.000 mujeres a las que ha brindado ayuda desde su fundación en el año 2014.

El paso

R: Una noche llegó con un documento que quería que yo firmara en el que me comprometía a seguir casada con él aunque me siguiera pegando. Le dije que no quería que me pegara más, que si no éramos felices juntos, era mejor que nos separásemos. Fue la primera vez que le llevé la contraria en 11 años y me dijo que lo nuestro era amor o muerte. Sentía que me había robado todos los instintos, pero quizá mi instinto de madre todavía no me lo había robado. Escuché a mi hijo de 9 meses llorar y después de firmar todo lo que el quiso, me escapé de casa y llamé a un teléfono de ayuda de Andalucía. Todavía no existía el 016.

La consciencia

R: Yo sé que esto parece surrealista. Pero las mujeres, muchas veces no saben que han sido maltratadas. Cuando estamos siendo maltratadas tenemos una indefensión aprendida... A pesar de haber recibido palizas, yo no era consciente de que era una mujer maltratada. Durante la conversación, me dijeron que debía ir al Instituto de la Mujer a hablar con una asesora, pero yo no podía salir de casa sin decirle a él a dónde iba.

Un día que pasaba por allí aproveché y me atreví a entrar. La señora que me atendió me preguntó si estaba siendo maltratada. Le dije que no, aunque todas las preguntas que me hizo, efectivamente, encendieron las señales de alarma. Fue gracias a ellas como realmente me di cuenta de que estaba sufriendo una historia de malos tratos.

El proceso

R: Después de haber hablado con aquella mujer, me fui a una casa de acogida. Tenía 4 hijos y no tenía dinero ni experiencia laboral demostrable. Tampoco tenía estudios. Nadie me quería alquilar una casa, sin recursos económicos, con tantos hijos y sin tener aún la custodia.

Lo único que tenía era un documento que acreditaba que era víctima de violencia de género. Gracias a eso, pude pedir una ayuda de renta activa que en aquella época rondaban los 300 euros. 300 euros para 4 niños.

La denuncia

R: Pensando en todas las mujeres que podrían estar viviendo ese terror silencioso, salí en *Canal Sur* a cara descubierta contando mi historia y diciendo a otras mujeres que hay otras alternativas, y que si yo pude salir adelante, ellas también.

Después de aquel programa me llamaron más de 1.000 mujeres. La primera se quedó en mi casa, y se fue formando una cadena de mujeres que nos ayudábamos entre nosotras. Así se crea la Fundación Ana Bella, una red de mujeres supervivientes que ayudamos a las mujeres que se encuentran en esta situación y las acompañamos en el proceso. Les ayudamos a conseguir trabajo o a independizarse.

No hay perfil

R: La primera mujer a la que ayudé, se quedó en mi casa. Era psicóloga. Al principio pensé, ¿cómo es posible que mujeres con estudios e independientes no sean conscientes? Y es que hay mujeres maltratadas con estudios y sin estudios. Su única característica en común es ser mujeres

En muchas ocasiones, seguimos poniendo en duda el testimonio de las víctimas cuestionando sus comportamientos en lugar de recriminar el comportamiento del maltratador. La sociedad lanza continuamente el mensaje de cómo mujeres se "han dejado" maltratar, y contra eso hay que luchar.

La violencia

R: A veces la gente piensa que una relación de maltrato es en la que únicamente hay violencia física. Pero esa es tan sólo una de muchas formas de ejercer violencia contra la mujer. La violencia machista se basa en una relación de dominio y sumisión.

El que era mi marido me pegaba porque yo todavía me revelaba y tenía que utilizar la fuerza física para doblegarme.

Hay muchas mujeres víctimas también a las que no les han pegado. Hay muchas formas de ejercer esta violencia: comentarios vejatorios, insultos, castigos de silencio, control del tiempo o del dinero, etc. Este tipo de violencia, la silenciosa, es precisamente la más complicada.

Mujeres supervivientes

R: Desde la Fundación Ana Bella hacemos actuaciones y protocolos en empresas, universidades y colegios para que todos actuemos como motor de cambio. El lugar de trabajo, o el centro de enseñanza deben ser sitios seguros para las mujeres.

Nosotras hemos logrado ayudar a muchas mujeres. Pero es importante formar a toda la sociedad. Todos debemos ser agentes de cambio capaces de identificar señales de alarma y ayudar a esas mujeres que todavía no han dado el paso.

Piensa que podría ser tu hermana, tu madre o tu hija. No hay que ser asesinada para ser víctima. Una vida de maltrato es una vida perdida.



LA NUEVA NORMALIDAD



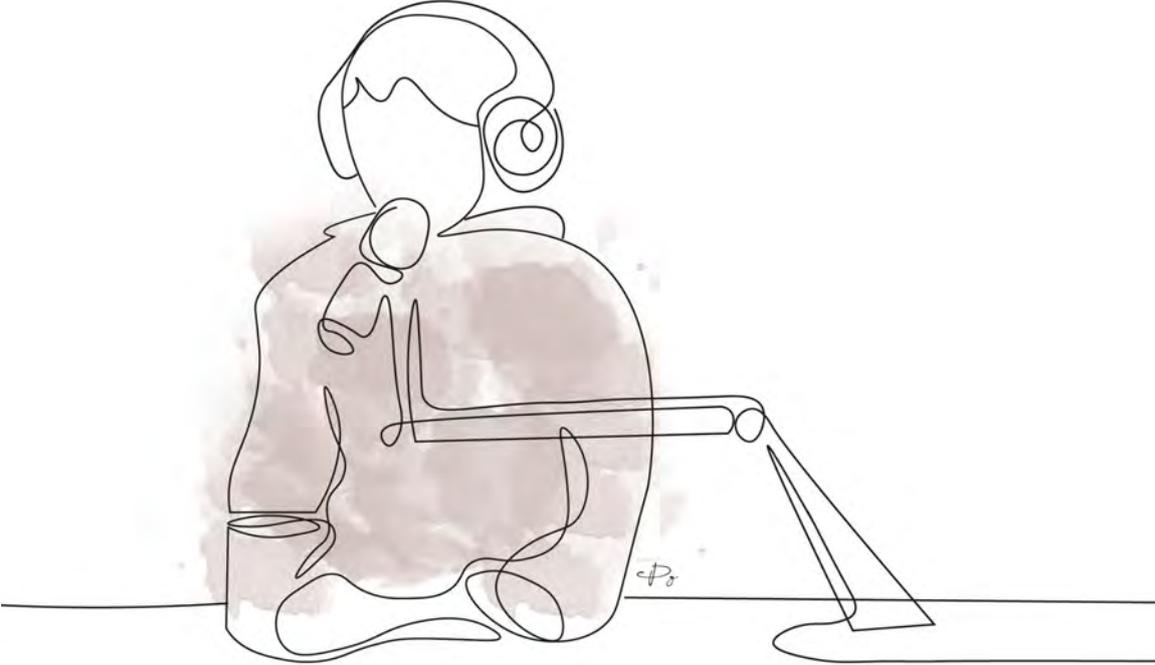








o.6. El porqué



POR QUÉ PERIODISMO

No hace mucho me preguntaron por qué estudié Periodismo. Ya sabéis, la parafernalia habitual a la que tenemos que hacer frente cuando nos preguntan qué estudiamos. Normalmente respondemos a esta pregunta de forma automática, como robots; porque la respuesta la hemos repetido ya tantas veces que nos la hemos aprendido de memoria.

Sin embargo, yo no supe contestarla. En aquel momento me invadió una sensación de pereza tremenda porque, dijera lo que dijera, la persona que me preguntaba no había estudiado periodismo, y -entre nosotros- tampoco tenía mucho interés en el porqué de mi elección.

Desde pequeño supe que me gustaba contar historias. Sabía también que, pese a no tener vergüenza, no me gustaba ser el protagonista y a menudo me enfadaba si presenciaba alguna injusticia. Supongo que son los únicos requisitos para ser periodista: contar una historia de la mejor forma posible y denunciar las injusticias.

Todos esto pasó desapercibido hasta que, de un día para otro, me encontré a un año de comenzar la Universidad, y aunque nunca había pensado qué quería estudiar, no tenía dudas porque siempre lo había tenido claro.

Estos días en los que el periodismo no se ejerce del todo bien, he pensado sobre esto. Muchos amigos y familiares dicen que soy un romántico y demasiado idealista; y que todos estos principios que defiendo se derrumbarán en un futuro cuando tenga que hacer frente a un trabajo precario con jornadas interminables y dependa de algún que otro interés político o económico. Sin embargo, nunca me he fiado demasiado de los que predicen el futuro. Y aunque puede que tengan razón, he de admitir que nunca se la doy.

Periodismo es información y poder, pero también honestidad y veracidad, y es muy importante saber de qué lado estar. Decía Kapuscinski que para ser periodista es necesario ser buena persona; y bajo estas máximas -y alguna que otra noche hasta las tantas- he entendido siempre el periodismo, y así pienso ejercerlo.



civis

Es una revista de Sergio García García

Impreso en España

Primera edición: junio 2021

Ilustraciones de la publicación: Paloma Garrido Pérez

Edición: Sergio García García

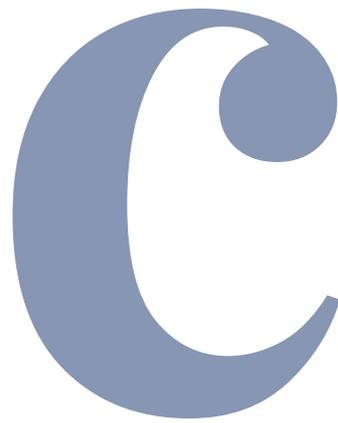
Agradecimientos:

*A mi abuela,
por ser madre y padre,
por enseñarme que la palabra
es el único patrimonio que tenemos
las personas. Y ahora, también los
Periodistas*

*A Marta,
por tener siempre la palabra exacta,
por guiar mis pasos. Por enseñarme los
requisitos para ejercer esta profesión.
Gracias por darme la primera clase y también
la última*



www.civis.jimdosite.com



www.civis.jimdosite.com

ANEXO II

ENERO ABC

TEMÁTICA	NACIONALES	INTERNACIONALES
POLÍTICA	32	10
ECONOMÍA	1	0
COVID-19	5	2
SUCESOS	4	0
MODA	0	0
DEPORTES	0	0
CORAZÓN	0	0
SOCIAL	0	0
Nº TOTAL DE NOTICIAS POR TRIMESTRE	42	12

SESGO					
POSITIVO	1	NEGATIVO	29	NEUTRO	24
TOTAL	1	TOTAL	29	TOTAL	24
Nº TOTAL NOTICIAS POR TRIMESTRE					54

FEBRERO ABC

TEMÁTICA	NACIONALES	INTERNACIONALES
POLÍTICA	40	4
ECONOMÍA	0	0
COVID-19	2	0
SUCESOS	5	0
MODA	0	0
DEPORTES	0	0
CORAZÓN	0	0
SOCIAL	3	0
Nº TOTAL DE NOTICIAS POR TRIMESTRE	50	4

SESGO					
POSITIVO	0	NEGATIVO	41	NEUTRO	13
TOTAL	0	TOTAL	41	TOTAL	13
Nº TOTAL NOTICIAS SOCIALES POR TRIMESTRE					54

MARZO ABC:

TEMÁTICA	NACIONALES	INTERNACIONALES
POLÍTICA	31	4
ECONOMÍA	6	0
COVID-19	4	0
SUCESOS	4	0
MODA	0	0
DEPORTES	0	0
CORAZÓN	0	0
SOCIAL	3	4
Nº TOTAL DE NOTICIAS POR TRIMESTRE	48	8

SESGO					
POSITIVO	4	NEGATIVO	37	NEUTRO	15
TOTAL	4	TOTAL	37	TOTAL	15
Nº TOTAL NOTICIAS SOCIALES POR TRIMESTRE					56

TOTALES ABC

TEMÁTICA	NACIONALES	INTERNACIONALES
POLÍTICA	103	18
ECONOMÍA	7	0
COVID-19	11	2
SUCESOS	13	0
MODA	0	0
DEPORTES	0	0
CORAZÓN	0	0
SOCIAL	6	4
Nº TOTAL DE NOTICIAS POR TRIMESTRE	140	24

SESGO					
POSITIVO	5	NEGATIVO	107	NEUTRO	52
TOTAL	5	TOTAL	107	TOTAL	52
Nº TOTAL NOTICIAS SOCIALES POR TRIMESTRE					164

ENERO EL MUNDO

TEMÁTICA	NACIONALES	INTERNACIONALES
POLÍTICA	74	18
ECONOMÍA	11	1
COVID-19	23	0
SUCESOS	24	0
CULTURA	25	0
DEPORTES	19	0
CORAZÓN	3	0
SOCIAL	7	0
Nº TOTAL DE NOTICIAS POR TRIMESTRE	186	19

SESGO					
POSITIVO	8	NEGATIVO	71	NEUTRO	126
TOTAL	8	TOTAL	71	TOTAL	126
Nº TOTAL NOTICIAS SOCIALES POR TRIMESTRE					205

FEBRERO EL MUNDO

TEMÁTICA	NACIONALES	INTERNACIONALES
POLÍTICA	91	17
ECONOMÍA	12	0
COVID-19	21	0
SUCESOS	12	0
CULTURA	24	0
DEPORTES	16	0
CORAZÓN	10	0
SOCIAL	6	0
Nº TOTAL DE NOTICIAS POR TRIMESTRE	192	17

SESGO					
POSITIVO	5	NEGATIVO	65	NEUTRO	139
TOTAL	5	TOTAL	65	TOTAL	139
Nº TOTAL NOTICIAS SOCIALES POR TRIMESTRE					209

MARZO EL MUNDO

TEMÁTICA	NACIONALES	INTERNACIONALES
POLÍTICA	115	14
ECONOMÍA	13	0
COVID-19	18	0
SUCESOS	11	0
CULTURA	30	0
DEPORTES	25	0
CORAZÓN	14	0
SOCIAL	7	0
Nº TOTAL DE NOTICIAS POR TRIMESTRE	233	14

SESGO					
POSITIVO	5	NEGATIVO	76	NEUTRO	166
TOTAL	5	TOTAL	76	TOTAL	166
Nº TOTAL NOTICIAS SOCIALES POR TRIMESTRE					247

TOTALES EL MUNDO

TEMÁTICA	NACIONALES	INTERNACIONALES
POLÍTICA	280	49
ECONOMÍA	36	1
COVID-19	62	0
SUCESOS	47	0
MODA	79	0
DEPORTES	60	0
CORAZÓN	27	0
SOCIAL	20	0
Nº TOTAL DE NOTICIAS POR TRIMESTRE	611	50

SESGO					
POSITIVO	18	NEGATIVO	212	NEUTRO	431
TOTAL	18	TOTAL	212	TOTAL	431
Nº TOTAL NOTICIAS SOCIALES POR TRIMESTRE					661

ENERO EL PAÍS

TEMÁTICA	NACIONALES	INTERNACIONALES
POLÍTICA	40	26
ECONOMÍA	10	0
COVID-19	31	0
SUCESOS	20	0
CULTURA	31	0
DEPORTES	14	0
CORAZÓN	0	0
SOCIAL	8	0
Nº TOTAL DE NOTICIAS POR TRIMESTRE	154	26

SESGO					
POSITIVO	21	NEGATIVO	22	NEUTRO	137
TOTAL	21	TOTAL	22	TOTAL	137
Nº TOTAL NOTICIAS SOCIALES POR TRIMESTRE					180

FEBRERO EL PAÍS

TEMÁTICA	NACIONALES	INTERNACIONALES
POLÍTICA	51	16
ECONOMÍA	9	0
COVID-19	19	0
SUCESOS	11	0
CULTURA	33	0
DEPORTES	11	0
CORAZÓN	2	0
SOCIAL	2	0
Nº TOTAL DE NOTICIAS POR TRIMESTRE	138	16

SESGO					
POSITIVO	18	NEGATIVO	25	NEUTRO	111
TOTAL	18	TOTAL	25	TOTAL	111
Nº TOTAL NOTICIAS SOCIALES POR TRIMESTRE					154

MARZO EL PAÍS

TEMÁTICA	NACIONALES	INTERNACIONALES
POLÍTICA	53	21
ECONOMÍA	7	0
COVID-19	17	0
SUCESOS	25	0
CULTURA	27	0
DEPORTES	13	0
CORAZÓN	1	0
SOCIAL	10	0
Nº TOTAL DE NOTICIAS POR TRIMESTRE	153	21

SESGO					
POSITIVO	14	NEGATIVO	23	NEUTRO	137
TOTAL	14	TOTAL	23	TOTAL	137
Nº TOTAL NOTICIAS SOCIALES POR TRIMESTRE					174

TOTALES EL PAÍS

TEMÁTICA	NACIONALES	INTERNACIONALES
POLÍTICA	144	63
ECONOMÍA	26	0
COVID-19	67	0
SUCESOS	56	0
MODA	91	0
DEPORTES	38	0
CORAZÓN	3	0
SOCIAL	20	0
Nº TOTAL DE NOTICIAS POR TRIMESTRE	445	63

SESGO					
POSITIVO	53	NEGATIVO	70	NEUTRO	385
TOTAL	53	TOTAL	70	TOTAL	385
Nº TOTAL NOTICIAS SOCIALES POR TRIMESTRE					508

ENERO LA VANGUARDIA

TEMÁTICA	NACIONALES	INTERNACIONALES
POLÍTICA	47	28
ECONOMÍA	24	0
COVID-19	26	0
SUCESOS	30	2
CULTURA	20	0
DEPORTES	16	0
CORAZÓN	2	0
SOCIAL	5	0
Nº TOTAL DE NOTICIAS POR TRIMESTRE	170	30

SESGO					
POSITIVO	19	NEGATIVO	49	NEUTRO	132
TOTAL	19	TOTAL	49	TOTAL	132
Nº TOTAL NOTICIAS SOCIALES POR TRIMESTRE					200

FEBRERO LA VANGUARDIA

TEMÁTICA	NACIONALES	INTERNACIONALES
POLÍTICA	42	8
ECONOMÍA	16	0
COVID-19	25	0
SUCESOS	18	1
CULTURA	16	0
DEPORTES	10	0
CORAZÓN	2	0
SOCIAL	2	0
Nº TOTAL DE NOTICIAS POR TRIMESTRE	131	9

SESGO					
POSITIVO	6	NEGATIVO	29	NEUTRO	105
TOTAL	6	TOTAL	29	TOTAL	105
Nº TOTAL NOTICIAS SOCIALES POR TRIMESTRE					140

MARZO LA VANGUARDIA

TEMÁTICA	NACIONALES	INTERNACIONALES
POLÍTICA	44	12
ECONOMÍA	20	0
COVID-19	20	0
SUCESOS	23	1
CULTURA	23	0
DEPORTES	13	0
CORAZÓN	2	0
SOCIAL	6	0
Nº TOTAL DE NOTICIAS POR TRIMESTRE	151	13

SESGO					
POSITIVO	18	NEGATIVO	37	NEUTRO	109
TOTAL	18	TOTAL	37	TOTAL	109
Nº TOTAL NOTICIAS SOCIALES POR TRIMESTRE					164

TOTALES LA VANGUARDIA

TEMÁTICA	NACIONALES	INTERNACIONALES
POLÍTICA	133	48
ECONOMÍA	60	0
COVID-19	71	0
SUCESOS	71	4
MODA	59	0
DEPORTES	39	0
CORAZÓN	6	0
SOCIAL	13	0
Nº TOTAL DE NOTICIAS POR TRIMESTRE	452	52

SESGO					
POSITIVO	43	NEGATIVO	115	NEUTRO	346
TOTAL	43	TOTAL	115	TOTAL	346
Nº TOTAL NOTICIAS SOCIALES POR TRIMESTRE					504

EMPLAZAMIENTO DE LAS NOTICIAS SOCIALES EN LAS PORTADAS DE LOS DIARIOS ANALIZADOS

EMPLAZAMIENTO								
ZONA INFERIOR		Nº	ZONA SUPERIOR		Nº	ZONA CENTRAL		Nº
Izquierda		8	Izquierda		2	Izquierda		3
Derecha		20	Derecha		4	Derecha		3
Centro		4	Centro		5	Centro		14
TOTAL		32	TOTAL		11	TOTAL		20
TOTAL DE NOTICIAS SOCIALES PRESENTES EN PORTADA								63

NÚMERO DE COLUMNAS QUE OCUPAN LAS NOTICIAS SOCIALES

NÚMERO DE COLUMNAS QUE OCUPAN LAS NOTICIAS SOCIALES	
1	29
2	14
3	5
4	5
5	10
TOTAL	63

FIRMA DE LAS NOTICIAS SOCIALES

FIRMA DE LA NOTICIA	
El propio medio	35
Agencia	0
Corresponsal	28
TOTAL	63
ACOMPAÑANTE GRÁFICO	
SI	31
NO	32
TOTAL	63
FIRMA DEL ACOMPAÑANTE GRÁFICO SI LO HUBIERA	
El propio medio	23
Agencia	4
Corresponsal	4
TOTAL	31