

Periodismo y Ciudadanía Plural: problemas, rutinas y retos

AMPARO MORENO SARDÀ

Amparo.Moreno@uab.cat

NURIA SIMELIO SOLÀ

Nuria.Simelio.Sola@uab.cat

FLORENCIA ROVETTO GONEM

Florenia.Rovetto@campus.uab.cat

ALFONSO BUITRAGO LONDOÑO

Alfonso.Buitrago@campus.uab.cat

Universidad Autónoma de Barcelona (UAB)

Recibido: 13 de marzo de 2007

Aceptado: 18 de abril de 2007

RESUMEN

Los resultados de varias investigaciones realizadas por el *Feminario Mujeres y Cultura de Masas* del Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) han puesto de manifiesto que en la prensa de información general española, desde la transición, persisten rutinas de construcción de noticias y formas de enfocar y tratar la realidad que impiden dar cuenta cabalmente de las importantes transformaciones sociales que se han producido en este tiempo. Se argumenta que la prensa se ha anquilosado en una mirada informativa androcéntrica, esto es, restringida a los varones adultos que actúan en los centros de poder político, económico y cultural, que excluye a la mayoría de mujeres y hombres como protagonistas activos con capacidad de intervención en el debate público. Así mismo, se pone de manifiesto que esta atención preferente a los centros de poder se ha hecho cada vez más abstracta, más deshumanizada y más alejada de las personas.

Palabras clave: Periodismo, ciudadanía plural, androcentrismo, deshumanización, participación.

Journalism and Plural Citizenship: Problems, Routines and Challenges

ABSTRACT

Several researches bring about by the group *Women and Mass Culture Feminary*, from the Department of Journalism and Communication Sciences at University of Barcelona (UAB), have driven attention to the fact that at the Spanish press, since the transition to democracy after several decades of dictatorship, some routines of the news making process persist and avoid newspapers to properly inform about important social transformations occurred since the begging of the democratic process in Spain. It is argued that the press is stuck in an *androcentric* point of view or way of scoping reality, restrictive to adult men related to power centres of politics, economics and cultural life. In addition, it is also argued that this preferred attention to power centres has become more abstract; more dehumanized moving far away from regular people.

Keywords: Journalism, Plural Citizenship, Androcentrism, Dehumanization, Participation.

SUMARIO: 1. Introducción. 2. Diagnóstico del problema. 3. La deshumanización de la información. 4. El Test ADSh, base de la Guía para humanizar la información. 5. Debate sobre periodismo y ciudadanía plural en la UAB. 6. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

En las últimas décadas se han producido cambios decisivos en la sociedad española. La Constitución de 1978 restableció el papel activo de la ciudadanía al reconocer los derechos políticos al conjunto de mujeres y hombres adultos. La democracia ha favorecido también que las mujeres hayan abandonado el papel supeditado a los hombres dentro del hogar, que la dictadura trató de preservar, y se hayan incorporado ampliamente a las actividades públicas laborales, profesionales, políticas, culturales...

A la vez, la construcción de la Unión Europea y la globalización han facilitado la circulación de personas y mercancías por todo el planeta de manera que en cualquier ciudad convive hoy una ciudadanía cada vez más plural.

Paralelamente, los periódicos, considerados tradicionalmente como instrumentos imprescindibles para el debate público y la intervención política, han experimentado preocupantes descensos en el número de lectores y una pérdida de credibilidad que se agudiza entre las generaciones más jóvenes. Se ha atribuido esta crisis de la prensa diaria a la competencia con nuevas formas de ejercer el periodismo, en la radio y la televisión primero y más recientemente en Internet, y también a cambios empresariales que han conducido a la creación de grandes grupos multimedia.

Las investigaciones que hemos realizado, desde el *Feminario Mujeres y Cultura de Masas*, dirigido por la Dra. Amparo MORENO SARDÀ, han partido de otras preguntas: ¿Qué explicaciones ofrecen los periódicos de los cambios que se producen en la sociedad? ¿Se han transformado al mismo tiempo que lo han hecho las relaciones entre mujeres y hombres de diferentes edades y condiciones sociales? ¿Han dado cuenta de la incorporación de las mujeres a la actividad pública, y lo han hecho de forma positiva, colaborando con este cambio? ¿Han fomentado que mujeres y hombres asumieran su papel activo como sujetos con derechos políticos? ¿Han hecho visible la ciudadanía plural para apoyar el reconocimiento de los derechos básicos civiles y políticos al conjunto de la sociedad?

En definitiva, ¿de quién hablan las noticias? ¿Cómo lo hacen? Y también, ¿qué periódicos y qué tipo de información son más sensibles a hacer visibles y presentar una imagen positiva de los cambios protagonizados por mujeres y hombres, y cuáles manifiestan más resistencia a dar cuenta de estos cambios? ¿Colabora la prensa al debate público necesario para adecuar la democracia a la ciudadanía plural? ¿O actúa en contra de la democracia, restringiendo el debate político a la confrontación entre unos pocos varones o mujeres homologadas que gestionan los centros de poder?

Los resultados de las investigaciones han puesto de manifiesto que en la prensa de información general, desde la transición, persisten rutinas de construcción de noticias

y formas de enfocar y tratar la realidad que no dan cuenta de estas transformaciones sociales; al contrario, la prensa se ha anquilosado en una mirada informativa androcéntrica, esto es, restringida a los varones adultos que actúan en los centros de poder político, económico y cultural, a la vez que ha expulsado a la mayoría de mujeres y hombres como sujetos activos del debate público. Es más, esta atención preferente a los centros de poder se ha hecho cada vez más abstracta, más deshumanizada, más alejada de las personas.

En consecuencia, los datos nos han llevado a concluir que la prensa actúa contra la participación de la ciudadanía plural en la vida democrática. Esta puede ser la razón principal de que, a su vez, la ciudadanía haya perdido el interés por la prensa.

2. Diagnóstico del problema

No ha sido fácil hacer este diagnóstico. Los resultados de una investigación dependen siempre de las preguntas que formulamos, de cómo planteamos los problemas y de los caminos o métodos que seguimos para resolverlos. En nuestro caso, estas opciones son el resultado de un largo recorrido iniciado en los años 70, que se plasmaron en la metodología expuesta por Amparo MORENO SARDÀ en *La mirada informativa* (Bosch, 1998), que se ha aplicado a diversas investigaciones que han dado lugar a trabajos y tesis doctorales.

La revisión y sistematización de esta metodología, minuciosa, laboriosa y compleja, ha permitido elaborar el TEST ADSH: una herramienta de evaluación fácil de utilizar por parte de cualquier persona, sea profesional o lectora. El test se resume en “5Q’s”, un cuestionario que permite recopilar datos para responder a cinco preguntas básicas: *quién* enfoca, a *quién*, en *qué* actuaciones, en *qué* escenarios y utilizando *qué* fuentes. Se apuesta, por tanto, por identificar claramente a los protagonistas de la información y los contextos en los que son presentados, en cuanto son las personas quiénes deberían estar en el centro de la información, como sujetos con plenos derechos políticos.

Estas preguntas permiten examinar a qué mujeres y hombres se enfoca y se presenta como protagonistas de las informaciones, y qué valoraciones merecen, positivas o negativas, como sujetos activos o pasivos. De este modo, se puede evaluar la **Amplitud** del enfoque, por tanto, del colectivo o colectivos a los que se incluye o se excluye; la **Diversidad** de mujeres y hombres de distintas edades, procedencias y condiciones sociales a los que se considera protagonistas o no; y la **Sensibilidad Humana** con la que se les valora positiva o negativamente, como sujetos activos, pasivos, amenazas o víctimas: las siglas del test ADSH corresponden a las iniciales de las palabras que definen las preguntas que nos hacemos.

Por tanto, a diferencia de otras investigaciones, no preguntamos sólo por las mujeres, o el “género”, sino por el conjunto de mujeres y hombres de diferentes edades, procedencias geográficas y condiciones sociales que constituyen la ciudadanía plural. Y no centramos la atención en “los temas”, o en “la agenda”, como suele hacerse en los

últimos años, sino en el tratamiento de las personas teniendo en cuenta su diversidad.

Así mismo, la aplicación sistemática del test en la construcción de noticias puede plantearse como una alternativa a la forma tradicional con la que hemos aprendido a informar, basada en la *pirámide invertida*, el *lead* y las *5W* y *IH* características del periodismo anglosajón. La variada y cambiante realidad de los medios de comunicación impresos somete estas convenciones a múltiples cambios y variaciones.

La aplicación del test debe partir de una autocrítica minuciosa de los propios hábitos de pensamiento asumidos como profesionales de la información y de la academia.

La investigación nos hizo ver otro problema que no habíamos previsto: que los protagonistas de las informaciones no son sólo mujeres y hombres, sino cada vez más, abstracciones, datos, cosas, instituciones y entes de los que se informa que “hacen” cosas y “toman” decisiones, eludiendo presentar a las personas responsables de hacerlas funcionar. En consecuencia, decidimos incorporar una categoría para explotar los datos de los protagonistas que definimos como “no humanos”. Esta decisión resultó fundamental para poder diagnosticar “la deshumanización de la información”.

3. La deshumanización de la información

El primer diagnóstico se basó en la investigación presentada como trabajo de doctorado por Núria SIMELIO SOLÀ (2001), realizado con el apoyo del Colegio de Periodistas de Cataluña. Las conclusiones sirvieron de base para formular las hipótesis del proyecto de investigación I+D sobre *La representación de las relaciones entre mujeres y hombres y del recambio generacional, entre 1974-2004*, realizado entre 2001 y 2004, financiado por el Instituto de la Mujer, del que se han derivado otras tesinas y tesis doctorales.

En su Tesis Doctoral sobre *Prensa de información general durante la transición política (1974-1984): pervivencias y cambios en la representación de las relaciones sociales*, SIMELIO SOLÀ (2006) analizó todas las unidades comunicativas de 11 ejemplares completos de 4 diarios de información general publicados en 1974, 79 y 84.

Tabla 1: Composición de la muestra final

Nombre publicación	Total unidades de análisis	Total datos registrados
ABC	1.109	134.189
LA VANGUARDIA	970	117.370
EL PAIS	425	51.425
EL CORREO ESPAÑOL / EL PUEBLO VASCO	794	96.074
	3.298	399.058

El análisis atento de las 3.298 unidades permitió detectar (ver tabla 2) que la mirada informativa, desde la transición política, ha mantenido una preferencia hacia los

actores institucionales, y un reducido interés por la ciudadanía plural, así como el descenso de la atención hacia los protagonistas humanos a favor de los no humanos.

Este retroceso en el enfoque de los protagonistas humanos afecta principalmente a las mujeres y a los colectivos que forman parte de la sociedad civil. Contrariamente, la atención hacia los varones identificados ha permanecido estable.

Tabla 2: Evolución de mujeres y hombres identificados con nombre y/o apellidos (número de referencias y porcentaje de superficie)

	1974		1979		1984	
	Número	Superficie %	Número	Superficie %	Número	Superficie %
Mujeres identificadas						
<i>ABC</i>	10	6,1	4	2,8	14	6,4
<i>El Correo Español</i>	3	1,4	10	2,5	2	1,7
<i>El País</i>			3	2	4	2,4
<i>La Vanguardia</i>	7	1,5	2	0,6	7	4,1
Hombres identificados						
<i>ABC</i>	75	42,5	72	34,8	66	28
<i>El Correo Español</i>	42	29,8	59	32,2	37	27,7
<i>El País</i>			36	31,4	51	32,5
<i>La Vanguardia</i>	77	27,4	54	28,7	55	28

La mayor presencia de mujeres corresponde al ejemplar de *ABC* de 1984, con 14 informaciones que ocupan 6,4 % de la superficie redaccional. *La Vanguardia* de 1979 es la que presta menor atención a las mujeres, tanto en cantidad de unidades (2) como en superficie redaccional (0,6%).

Las mujeres son enfocadas principalmente cuando realizan actividades artísticas y deportivas, como víctimas, delincuentes o “señoras de”, y son mostradas principalmente como agentes pasivas y receptoras de acciones muchas veces negativas. Además, se hacen calificaciones sobre sus características personales, como la simpatía o la belleza, y no aparecen como representantes públicas.

Los varones identificados con nombres y apellidos merecen mucha más atención en todas las cabeceras. En el *ABC* de 1974, por ejemplo, ocuparon el 42,5% de la superficie redaccional (75 unidades redaccionales), el 34,8% en 1979 (72 unidades redaccionales) y el 28% en 1984 (66 unidades redaccionales). En *El País* de 1979 y 1984 ocuparon alrededor del 30% de la superficie redaccional (36 y 51 unidades redaccionales, respectivamente). *La Vanguardia* y *El Correo*



Portada
 Periódico ABC
 Fecha Viernes 03/02/1984

dedicaron entre un 25 y un 30% de la superficie redaccional a los varones.

Los varones más enfocados son los jefes de estado y miembros del gobierno español y las acciones que realizan son, mayoritariamente, positivas. Aparecen designados como los gestores del cambio político al tiempo que se minimiza la atención de las transformaciones sociales. Los actores políticos y gubernamentales aparecen en aproximadamente el 60% de las informaciones.

La abundancia de nombres de varones adultos contrasta con la escasez de nombres de mujeres (ver tabla 3), como si a lo largo de esos años no se hubieran incorporado a las mismas profesiones, como si la actividad pública continuara siendo un reducto exclusivamente viril.

Tabla 3: Distribución del tipo de protagonistas en las UR (referencias y porcentaje de superficie)

Diarios	1974		1979		1984	
	Número	Superficie %	Número	Superficie %	Número	Superficie %
<i>ABC</i>						
Humanos Identificados	85	48,6	78	37,6	79	34,4
Humanos no Identificados	22	8	15	5,1	21	8,9
No humanos	63	25,9	63	43,4	104	50,9
Total	170	82,5	156	86,1	204	94,2
<i>El Correo Español</i>						
Humanos Identificados	84	28,9	56	29,3	54	29,2
Humanos no Identificados	36	10,4	45	14,2	13	5,5
No humanos	98	38	79	53,1	65	48,6
Total	218	77,3	180	96,6	132	83,3
<i>El País</i>						
Humanos Identificados			39	33,4	55	34,9
Humanos no Identificados			36	26,3	14	9,4
No humanos			48	35,3	69	42,5
Total			123	95	138	86,8
<i>La Vanguardia</i>						
Humanos Identificados	84	28,9	56	29,3	54	29,2
Humanos no Identificados	36	10,4	45	14,2	13	5,5
No humanos	98	38	79	53,1	65	48,6
Total	218	77,3	180	96,6	132	83,3

La atención prestada a los protagonistas “no humanos”, además, ha afectado especialmente a las mujeres y a los colectivos que no participan del poder, lo cual significa que esta deshumanización ha acentuado una mirada androcéntrica restrictiva: menor atención hacia las mujeres y la mayoría de la población no identificada individualmente.

La deshumanización provoca un distanciamiento de las decisiones políticas de la mayoría de la población cuya capacidad de intervención y de participación aparece

reducida. Menos del 5% de la superficie redaccional se dedica a las mujeres, jóvenes, niños y niñas, extranjeros y a las instituciones o entidades que forman parte de la clase trabajadora y la sociedad civil. Esta población representa en conjunto menos del 15% del total de los protagonistas enfocados, destacando el *ABC* de 1979 al que corresponde el 5.1%, y *El Correo* y *La Vanguardia* en 1984, ambos con el 5.5%.

Los colectivos menos representados reciben un tratamiento más negativo. Los varones que ostentan poder son enfocados mayoritariamente con verbos que indican acciones activas o que implican “decir” y reciben un tratamiento positivo, como sujetos agentes cuyas opiniones y decisiones son importantes: mientras los hombres identificados con nombre y apellidos “afirman”, los protagonistas no identificados “solicitan”, y las mujeres “prestan declaración”.

Diversos ejemplos muestran que los protagonistas que forman parte de los centros de poder *analizan, comparecen, investigan, consideran, puntualizan, celebran, confirman, declaran, informan, comentan, exponen, afirman, visitan, participan...* mientras la población anónima *muere, se enfrenta a tiros, son acusados, roban, son expulsados, persisten en el paro, son heridos, se encierran, son condenados, son juzgados, abandonan, se atrincheran, retrasan, prosiguen con la huelga...*

Advertimos, así, que la prensa de información general durante la transición política española legitimó el control del debate público por parte de la clase política y de los medios de comunicación, reduciendo a la ciudadanía plural al limitado y pasivo rol de espectadora. La mayoría de mujeres y hombres quedaron fuera de los enfoques y tratamientos de la realidad social de los periódicos.

A partir del periodo de la transición se ha producido un constante descenso de la venta de diarios de información general que se ha relacionado con la crisis económica o la competencia radiofónica, televisiva u online. Los resultados de nuestras investigaciones permiten ver como estos diarios de información general, al centrar su mirada en un reducido grupo de varones en sus luchas por la gestión del poder, pudieron provocar que la ciudadanía plural, que había recuperado su derecho a intervenir en la vida pública y que era muy activa socialmente, advirtiera que ya no podía identificarse como protagonista y sujeto del debate público y sintiera cierta frustración con los contenidos periodísticos.

Durante la dictadura no estaba reconocida la igualdad legal entre sexos que se formuló en la constitución española en 1978. En esta etapa se despenalizan los anticonceptivos, el divorcio, el adulterio y en algunos aspectos el aborto que significan cambios trascendentales para la vida de la población española.

La prensa de información general no reflejó las transformaciones que se sucedieron en la transición y la democracia, que significaron la recuperación del pleno derecho de ciudadanía para las mujeres y otros colectivos marginados durante el franquismo. El periodo de transición es básico en término de transformaciones sociales entre hombres y mujeres.

Podemos pensar que la prensa, al resistirse a dar cuenta de estos cambios, actuó como freno a pesar de que la sociedad y la legislación enfrentaban transformaciones radicales. En consecuencia, no sabemos por qué se atribuye una valoración superior y una mayor credibilidad a la prensa considerada de información general que a otros medios de comunicación más masivos.

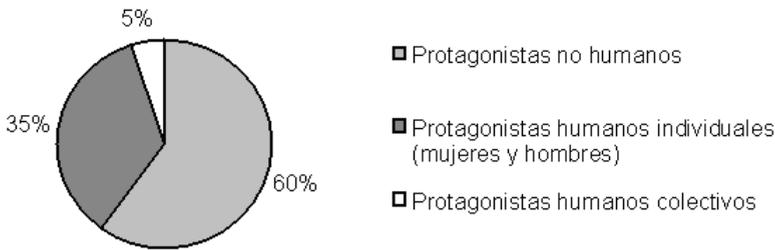
4. El Test ADSH, base de la Guía para humanizar la información

Los resultados de esta investigación coinciden con los obtenidos en otras investigaciones sobre muestras más recientes, realizadas con el objetivo de elaborar una *Guía para humanizar la información*, un proyecto que fue financiado por el Institut Català de les Dones (2005).

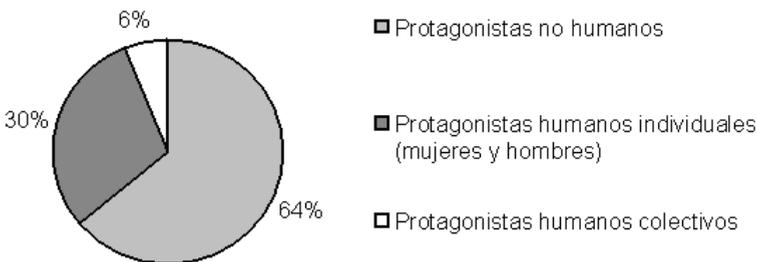
La finalidad que nos propusimos con esta guía fue convertir el *método de análisis hemerográfico diacrónico automático* (utilizado en la investigación I+D y tal como se describe en *La mirada informativa*), en el *Test ADSH*, una herramienta fácil de usar para evaluar la Amplitud, Diversidad y Sensibilidad Humana de la mirada informativa.

El *Test ADSH* es una herramienta que puede ser utilizada tanto en la investigación académica como en las redacciones de los periódicos para evaluar la información. En la *Guía para humanizar la información*, aplicando el *Test ADSH*, se analizaron los titulares de las noticias de portada y contraportada del *ABC*, *La Vanguardia*, *El País* y *El Periódico de Cataluña* del primer viernes de febrero de 1984, 1994 y 2004 y los titulares del mismo día de 2004 de los diarios *El Punt*, *20 Minutos* y *Metro Directe*.

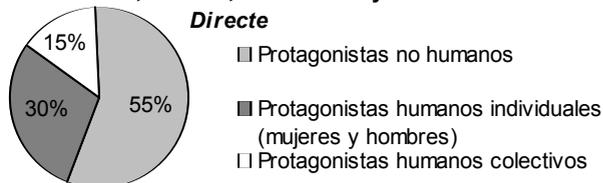
1984: Titulares del primer viernes de febrero de ABC, El País, La Vanguardia y El Periódico de Cataluña



1994: Titulares del primer viernes de febrero de ABC, El País, La Vanguardia y El Periódico de Cataluña



2004: Titulares del primer viernes de febrero de ABC, El País, La Vanguardia, El Periódico de Cataluña, El Punt, 20 Minutos y Metre



Siguiendo con el análisis cuantitativo, tenemos que solamente aparecen cuatro mujeres en *El País* de 1984; ninguna en las cabeceras analizadas de 1994; una mujer en las portadas del *ABC* y *La Vanguardia* de 2004, dos mujeres en *El Punt*, cuatro en el *20 Minutos*, una en *El País* y una en *El Periódico* de 2004.

Por el contrario, aparecen un total de 15 hombres en los ejemplares de *La Vanguardia*, *El Periódico*, *El País* y el *ABC* de 1984; 18 en el ejemplar de 1994 y 9 en el de 2004. Además, aparecen 14 hombres en los ejemplares de *El Punt*, *20 Minutos* y *Metro Directe*. Así mismo, las entidades, instituciones, cosas y datos abstractos acaparan el protagonismo en más de un 60% en 1984, en un 64% en 1994 y un 65% y un 56% en 2004.

A partir de los resultados obtenidos en la *Guía para humanizar la información*, en las tesinas de investigación de Alfonso BUITRAGO LONDOÑO (2006) y de Florencia ROVETTO GONEM (2006), se profundizó en la aplicación y utilidad del Test ADSH.

En su trabajo de investigación, ROVETTO analizó los contenidos completos de las noticias de portada de un ejemplar de *La Vanguardia* y *El País* de 2004 y de las informaciones que se referían al trabajo de las mujeres en un ejemplar del *ABC* de 2004 y un ejemplar de la revista *Lecturas* del mismo año. En dichas informaciones se encontró igual resistencia a enfocar como protagonistas activos a las mujeres y hombres que constituyen hoy la ciudadanía plural y, particularmente, a las mujeres en nuevos roles sociales.

Al analizar la representación del trabajo de las mujeres en las portadas de dichos ejemplares, se constató que en las páginas principales de los periódicos de información general aparecen más protagonistas no humanos y hombres. En el interior se presentan algunas mujeres enfocadas por sus actuaciones laborales.

Un examen más detenido de aquellas noticias que hacen referencia al trabajo de las mujeres, permite apreciar una cierta amplitud en el enfoque que da cuenta de los cambios en el acceso al trabajo de las mujeres.

La aplicación del Test ADSH, en un análisis comparado entre el diario *ABC* y la revista *Lecturas*, permitió constatar que ambos tipos de publicaciones enfocan preferentemente a determinados sectores de la población, y que difieren más en el tratamiento de las protagonistas, que en el enfoque de determinadas mujeres (actrices, cantantes, modelos, políticas). Frente al distante tratamiento que realiza el diario *ABC* de la representación del

trabajo de las mujeres, la revista *Lecturas* presenta formas más atractivas y con una sensibilidad que hace visible su papel activo. En *Lecturas*, como en la publicidad analizada del diario *ABC*, se enfoca a mujeres realizando variadas actuaciones con connotaciones más positivas y atractivas que en los textos de las noticias.

El interés principal de la tesina de Alfonso BUITRAGO fue probar diferentes aplicaciones del *Test ADSH* y realizar una autoevaluación de su trabajo como periodista, más allá que extraer resultados numéricos conclusivos con respecto a cómo determinados periódicos enfocan y tratan a los seres humanos. Se quería probar el test como una herramienta de evaluación periodística.

Se analizaron todas las noticias publicadas en la portada y sus continuidades interiores (unidades redaccionales) del ejemplar del viernes 6 de febrero de 2004 de los diarios *El País* y *La Vanguardia*. Para realizar la autoevaluación se analizó una misma noticia publicada en Colombia el primer fin de semana de abril del 2003 por tres periódicos colombianos diferentes: “Rostros y rastros de la matanza, un año después”, *El Mundo*, 29 de abril de 2003; “Un año después de la matanza de Bojayá, los grupos ilegales todavía son una amenaza allí”, *El Colombiano*, 1 de mayo de 2003 y “Bojayá, un año esperando”, *El Tiempo*, 1 de mayo de 2003.

Se probaron diferentes formas de seleccionar los protagonistas de las informaciones teniendo en cuenta el contenido completo de las unidades redaccionales. Al analizar exclusivamente los titulares de las noticias en la portada y en el interior de los ejemplares, constatamos que los protagonistas no humanos sobrepasan a los humanos (mucho más en el ejemplar de *El País* que en el ejemplar de *La Vanguardia*). Al incluir en el análisis todo el contenido de la noticia, el protagonismo de humanos y no humanos se equilibra en ambos diarios.

A partir de este análisis podríamos hablar de una mayor “deshumanización” de la información en el enfoque principal de los titulares, lo cuales pueden tener demasiado peso en la forma en que el lector recibe la información.

La aplicación del test por parte de los periodistas para evaluar el enfoque y tratamiento de la realidad en las propias informaciones facilita, y diríamos que es una condición necesaria para plantearse un cambio en las rutinas asumidas en la elaboración de noticias. Este es uno de los objetivos principales de la *Guía para humanizar la información*. Igualmente, desde el 2006, los miembros del equipo realizamos “talleres para hacer visible a la ciudadanía plural en las noticias”, en los que, además de fomentar la aplicación del *Test ADSH*, nos proponemos explorar nuevas formas de construir noticias de calidad humana, que den cuenta del papel de la ciudadanía plural como sujeto con derechos y obligaciones políticas.

La resistencia de los periódicos considerados serios a enfocar a la ciudadanía plural muestra que los diarios de información general aparecen anclados en un pasado que ya no existe, han sido menos permeables y en consecuencia no han ofrecido imágenes atractivas de los cambios sociales, porque ni siquiera consideran significativas las

actividades de la mayoría de la población.

Es necesaria una apuesta decidida para modificar el enfoque y el tratamiento de la información, y las rutinas sobre qué se considera o no noticia. No parece que este cambio sea fácil. Probablemente los nuevos recursos técnicos digitales, que permiten construir informaciones en distintos formatos multimedia, interrelacionar informaciones y elaborarlas mediante la participación ciudadana en la red, pueden ser de gran utilidad en esta necesaria transformación. Para ello es imprescindible que los profesionales hagan un cambio conceptual similar al que ha realizado la tecnología.

Este es el reto de los profesionales de la academia y de los medios de comunicación, que deben formular propuestas de intervención de manera que la ciudadanía plural ocupe en los medios de comunicación el papel central que le corresponde en el debate público y la participación democrática.

5. Debate sobre periodismo y ciudadanía plural en la UAB

El 14 de diciembre de 2006, en el aula Magna de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB, se celebró el *II Simposio sobre periodismo y Ciudadanía plural: problemas, rutinas y retos*, organizado por el Seminario Mujeres y Cultura de Masas. En él participaron estudiantes, investigadores de diferentes universidades, periodistas y directores de diarios de pago y gratuitos.

El objetivo de esta reunión era abrir un debate entre profesionales de la academia, de los medios de comunicación y estudiantes, sobre la posible relación entre la falta de interés que despierta hoy la información general entre el público lector, y el déficit en la calidad de la información. Entre los problemas, se habló de la presión de las empresas y la precarización de la profesión, así como de las rutinas que se deben cambiar y que afectan a la propia formación de los profesionales.

Especialmente vivo fue el debate en torno a la problemática de la prensa y los retos que ha de afrontar, en la mesa que reunió a los directores de los diarios *El Periódico de Cataluña*, Rafael Nadal; del *AVUI*, Vicent Sanchis; Felipe Villa, de *El Hispano*; al director encargado del *20 Minutos* en Barcelona, Toni Ayala; a la subdirectora de *ADN* en Barcelona, Cristina Fallaràs; y a los jefes de redacción de la sección “Vivir” de *La Vanguardia*, Albert Gimeno y de *Metro* en Barcelona, Xavier Gual.

El debate giró en torno a las diferencias en la forma en que unos y otros analizan y valoran la pérdida o ganancia de lectores, las inversiones hechas y su relación más próxima o más alejada de sus audiencias. Mientras los directores de diarios de pago no ven una verdadera crisis de difusión o pérdida de lectores consolidada, los representantes de los diarios gratuitos aprovechan su crecimiento en número de cabeceras y de lectores para justificar su modelo de negocio y forma de ejercer el periodismo. Unos y otros intentan ganarse la preferencia y el tiempo de lectores y lectoras en un ambiente con mucha oferta de información. La producción de información local y de proximidad parece ser la apuesta decidida de los diarios gratuitos, mientras los diarios tradicionales de pago buscan consolidarse como diarios de referencia.

6. Conclusión

Las investigaciones que hemos presentado nos hablan de la necesidad de replantearse la forma dominante de cómo son enfocados y tratados los seres humanos en las noticias. Existe el riesgo de continuar produciendo informaciones deshumanizadas que no apelan a la mayoría de ciudadanos y ciudadanas que conforman actualmente la ciudadanía plural; en consecuencia, no facilitan que las mujeres y hombres se identifiquen como sujetos activos con capacidad de intervenir en el desarrollo de la vida democrática. La renovación de la función social de la prensa y la democracia se encuentra en el centro de este debate.

7. Referencias Bibliográficas

BUITRAGO LONDOÑO, Alfonso

2006: *De las 5W y 1H a las 5Q. Diferentes aplicaciones del Test ADSH. Hacia una información más amplia, diversa y humanamente sensible*. Tesina de doctorado. Departamento de Periodismo, Universidad Autónoma de Barcelona.

MORENO SARDÀ, Amparo (dir.)

2004: *La representación de las relaciones entre mujeres y hombres y del recambio generacional en la prensa, de 1974 a 2004*. Memoria Final de Investigación. Proyecto I+D+I N°7/01

1998: *La mirada informativa*. Barcelona, Bosch

MORENO Amparo, BUITRAGO Alfonso y ROVETTO Florencia

2006: *¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información*. Barcelona, Icaria (próxima publicación)

ROVETTO GONEM, Florencia

2006: *La representación del trabajo de las mujeres en la prensa*. Tesina de doctorado. Departamento de Periodismo, Universidad Autónoma de Barcelona

SIMELIO SOLÀ, Nuria

2001: *Papel e influencia de la prensa diaria de información general durante la transición española (1973-1983)*. Tesina de doctorado. Departamento de Periodismo, Universidad Autónoma de Barcelona

2006: *Prensa de información general durante la transición política española (1974-1984): pervivencias y cambios de la representación de las relaciones sociales*. Tesis doctoral. Departamento de Periodismo, Universidad Autónoma de Barcelona.

VARGAS CARRILLO, Soledad

2006: *Estilos de vida, ética y estética en los suplementos dominicales de los diarios ABC, La Vanguardia y El País (1974-2004)*. Tesis doctoral. Departamento de Periodismo, Universidad Autónoma de Barcelona.