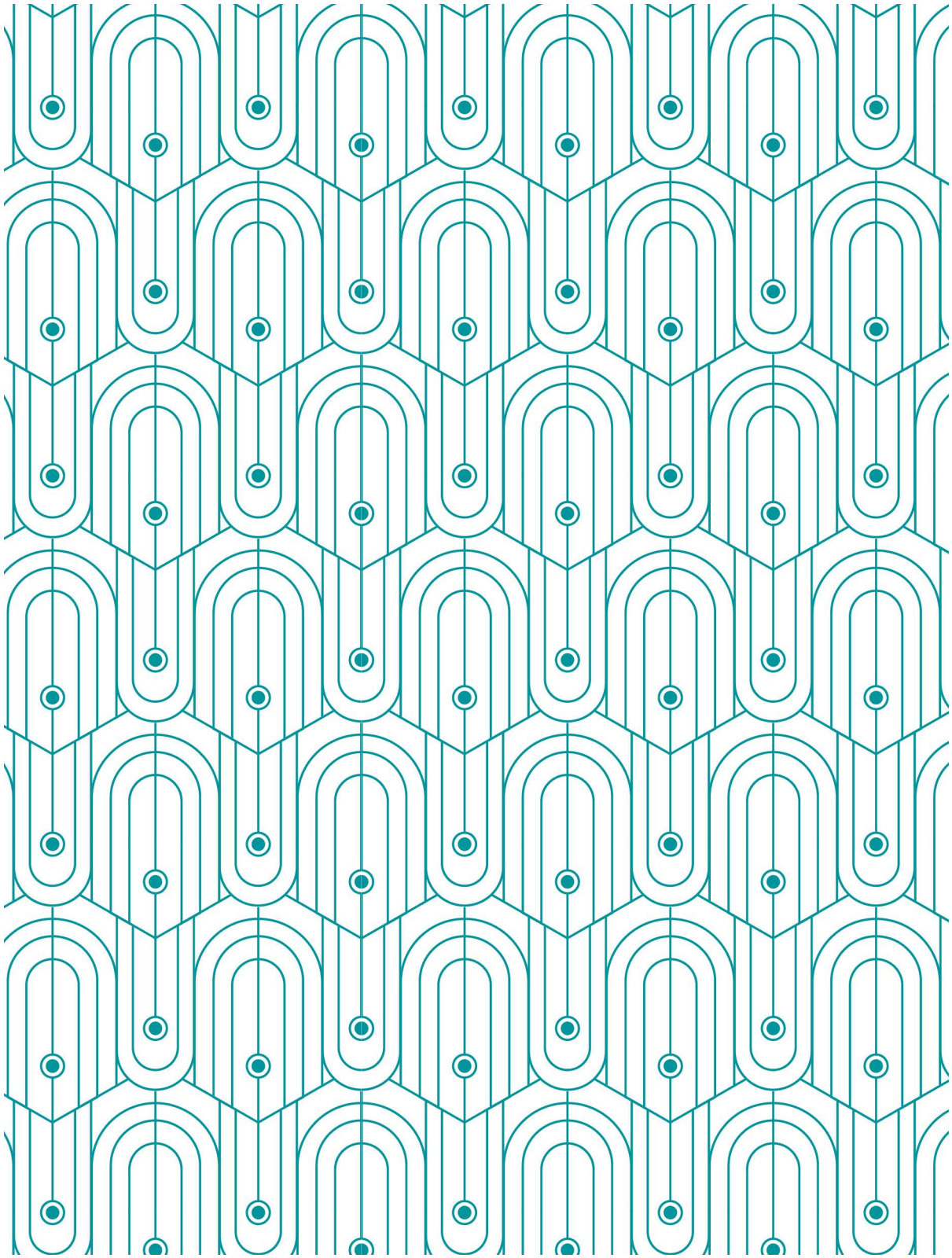
ÁMBITOS

REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN



EDICIÓN ABRIL 2025

ISSN: 1139-1979 · E-ISSN: 1988-5733

NÚMERO 67

ÁMBITOS

REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

nº 67

ABRIL 2025

EDITORIAL UNIVERSIDAD DE SEVILLA

ISSN: 1139-1979

e-ISSN: 1988-5733
DOI: 10.12795/Ambitos
https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos

https://editorial.us.es/es/revistas/ambitos-revista-internacional-de-comunicacion

Ámbitos Revista Internacional de Comunicación se publica gracias al apoyo de:

ladecom
laboratorio de estudios en comunicación

Esta publicación ha recibido apoyo en la modalidad "Ayudas a revistas" del VII Plan Propio de Investigación y Transferencia de la Universidad de Sevilla

ÁMBITOS
REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

Equipo editorial

Comité técnico

Presidente y fundador
Dr. Ramón Reig
Universidad de Sevilla, España

Directora
Dra. Rosalba Mancinas-Chávez
Universidad de Sevilla, España

Directora adjunta
Dra. María Luisa Cárdenas Rica
Centro Universitario San Isidoro, Universidad Pablo de Olavide, España

Secretario académico
Juan Carlos Figuereo Benítez
Universidad de Sevilla, España

Editora en portugués
Dra. Julieti Oliveira
Universidad de Sevilla, España

Editora en inglés
Gladys Arlette Corona León
Universidad de Sevilla, España

Diseñador gráfico:
Gledson Jardim de Vargas

Colaboradores/as:

Dra. Nuria Sánchez-Gey Valenzuela (España), **Dr. Daniel Rodrigo-Cano**, **Mtr. Jair Esquiaqui Buelvas** (Colombia), **Dra. Susana Alés Álvarez** (México-España), **Dra. Luisa Aramburú Moncada** (Perú), **Mtr. Itzel Meza Piña** (México) y **Nuria León Moral** (Ecuador).

Consejo asesor

Dra. Carmen Marta Lazo
Universidad de Zaragoza, España

Dr. Carlos Elías
Universidad Carlos III, España

Dra. Nereida López Vidales
Universidad de Valladolid, España

Dra. Sara Nuñez de Prado Clavell
Universidad Rey Juan Carlos, España

Dra. Nuria Almirón Roig
Universidad Pompeu Fabra, España

Dr. Manuel Miguel Chaparro Escudero
Universidad de Málaga, España

Dr. Xosé Soengas
Universidad de Santiago de Compostela, España

Dra. Concha Langa Nuño
Universidad de Sevilla, España

Dra. Antonia Isabel Nogales Bocio
Universidad de Zaragoza, España

Dra. Leonarda García Jiménez
Universidad de Murcia, España

Dra. Gema Alcolea Díaz
Universidad Rey Juan Carlos, España

Dra. María José Ufarte
Universidad Castilla-La Mancha, España

Dra. María Luisa Sánchez Calero
Universidad Complutense de Madrid, España

Dr. Daniel Rodrigo-Cano
Centro Universitario San Isidoro, Universidad Pablo de Olavide, España, España

ÁMBITOS
REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

Comité científico internacional

Dr. José Ignacio Aguaded
Universidad de Huelva, España

Dr. José Ignacio Armentia
Universidad del País Vasco, España

Dr. David Park
Florida International University, Estados Unidos

Dr. Jorge Cortés Montalvo
Universidad Autónoma de Chihuahua, México

Dra. Paulina Beatriz Emanuelli
Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Dr. Javier Esteinou Madrid
Universidad Autónoma Metropolitana, México

Dr. Francisco Esteve Ramírez
Universidad Complutense de Madrid, España

Dr. Josep Gifreu
Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España

Dr. Tim Holmes
Universidad de Cardiff, País de Gales

Dr. Antonio Laguna Platero
Universidad de Castilla y La Mancha, España

Dr. Xosé López García
Universidad de Santiago de Compostela, España

Dr. Ricardo Chica Geliz
Universidad de Cartagena, Colombia

Dra. Ingrid Viviana Estrella Tutivén
Universidad de Guayaquil, Ecuador

Dr. Rogelio Fernández Reyes
Universidad de Sevilla, España

Dr. José Manuel de Pablos Coello
Universidad de La Laguna, España

Dra. Montserrat Quesada
Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España

Dr. Miquel Rodrigo Alsina
Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España

Dr. JürgenWilke
Institut für Publizistik, Universidad de Maguncia, Alemania

Dra. Gloria Olivia Rodríguez Garay
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México

Dra. Martha Patricia Álvarez Chávez
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México

Dra. Angela Do Grossi Carvalho
Universidade Estadual Paulista, Brasil

Dra. Mirian Tavares
Universidade Do Algarve, Portugal

Dr. Miguel Ángel Sánchez de Armas
Universidad Iberoamericana, México

Dr. Rogério Christofoletti
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil

Dr. César E. Jiménez Yáñez
Universidad Autónoma de Baja California, México

ÁMBITOS
REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN
Fundada por el Prof. Dr. Ramón Reig en 1998

Enfoque y alcance
El eje temático de la revista es la comunicación y, dentro del amplio concepto de comunicación, el periodismo es un área de especial interés. No obstante, considerando la importancia de la comunicación hoy en día, se aceptan trabajos que den a conocer resultados de investigación científica desde distintas perspectivas, en torno a la comunicación. Se valora la originalidad de los trabajos, se da preferencia a aquellas aportaciones que supongan un avance para el conocimiento.

Evaluación de originales
Los originales se someten a un doble proceso de revisión. Primero son examinados por los miembros del Consejo de Redacción y después pasan a un proceso de revisión por pares ciegos, con especialistas en el tema que ofrecen

Periodicidad
Publicación semestral, se publica un número en abril y otro en octubre.

Indexación
RESCH, MIAR, ErihPlus, DOAJ, Dialnet, FECYT, ÍnDICEs CSIC, Latindex, Dulcinea, PKP INDEX, Google Académico y REDIB.

FECYT-561/2024
Fecha de certificación: 28 de julio de 2023 (8ª convocatoria)
Válido hasta: 24 de julio de 2025

Editan

Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (GREHCCO)
Grupo de Investigación en Comunicación, pensamiento crítico y diálogo ante el cambio global

Universidad de Sevilla, España

Dirección: Facultad de Comunicación. Calle Américo Vespucio, s/n.
Parque Científico y Tecnológico Cartuja 93. 41092 Sevilla.

Teléfono: +34 954 559 622.
E-mail: ambitoscomunicacion@us.es
Web: https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos

© 2025 Los autores

Maquetación: Referencias Cruzadas. referencias.maquetacion@gmail.com

Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial
CompartirIgual 4.0 Internacional

índice

MONOGRÁFICO | MONOGRAPHIC

Acciones de transferencia del conocimiento en el ámbito de la comunicación 9-14
Dra. Mar García-Gordillo, Dr. Francisco Javier Caro-González y Dra. María José Cantalapiedra

Transfiriendo conocimiento en el ámbito de la cultura organizacional y la innovación en periodismo: evaluación, explicación e intervención 15-32
Transferring knowledge in the field of organizational culture and innovation in journalism: evaluation, explanation and intervention
Miguel Carvajal y José Luis Rojas Torrijos
10.12795/Ambitos.2025.i67.01

Revisión bibliográfica sobre el uso actual de la Inteligencia Artificial (IA) en la gestión corporativa para el desarrollo sostenible 33-47
Literature Review on the Current Use of Artificial Intelligence (AI) in Corporate Management for Sustainable Development
Raquel Martín López y Jesús Martín López
10.12795/Ambitos.2025.i67.02

La viñeta de prensa en el circuito expositivo canario: cómo concienciar sobre el cambio climático por medio de un género periodístico único 48-65
Political cartoon in the Canarian circuit of exhibition: How to raise awarness about climate change throught an unique journalistic genre
Lucas Morales Domínguez
Váleri Codesido-Linares
10.12795/Ambitos.2025.i67.03

Investigación, transferencia y alfabetización sobre series de televisión: el caso de LIGAINCOM 66-82
Research, knowledge transfer, and media literacy on television series: The case of LIGAINCOM
Víctor Hernández-Santaolalla, Javier Lozano Delmar y María del Mar Rubio-Hernández
10.12795/Ambitos.2025.i67.04

«La Lupa de Género»: usando la tecnología para la lectura crítica desde la perspectiva de género 83-99
«La Lupa de Género»: using technology for critical reading from a gender perspective
Rosalí León-Ciliotta y Ana María González Martín
10.12795/Ambitos.2025.i67.05

Cómo informar de autolesiones no suicidas según profesionales de salud. Guía para comunicadores de medios de comunicación 100-122
How to report nonsuicidal self-injury according to health professionals. Guide for press and media
Esther Martínez-Pastor, Raquel Moraleda-Esteban, Juan Francisco Torregrosa Carmona y José Gabriel Fernández-Fernández
10.12795/Ambitos.2025.i67.06

índice

MISCELÁNEA | MISCELLANEOUS

Prensa política durante la Segunda República en España: la instrumentalización de líderes de Ifni en el diario* Ahora *como motor de la colonización 123-136
Political press during the Second Republic in Spain: the instrumentalization of Ifni leaders in the newspaper Ahora *as a driving force for colonisation*
José Miguel García Pimentel
10.12795/Ambitos.2025.i67.07

Las memorias sobre la última dictadura en la agenda policial de los diarios argentinos durante el gobierno de Alfonsín (1983-1989) 137-155
Memories of the last dictatorship in the police agenda of Argentine newspapers the Alfonsín government (1983-1989)
María Paula Gago
10.12795/Ambitos.2025.i67.08

Enfoques y discursos hegemónicos de los medios locales en el ámbito de la cooperación internacional. Un estudio de caso 156-175
Approaches and hegemonic discourses of local media in the field of international cooperation. A case study
José Manuel Moreno-Domínguez
10.12795/Ambitos.2025.i67.09

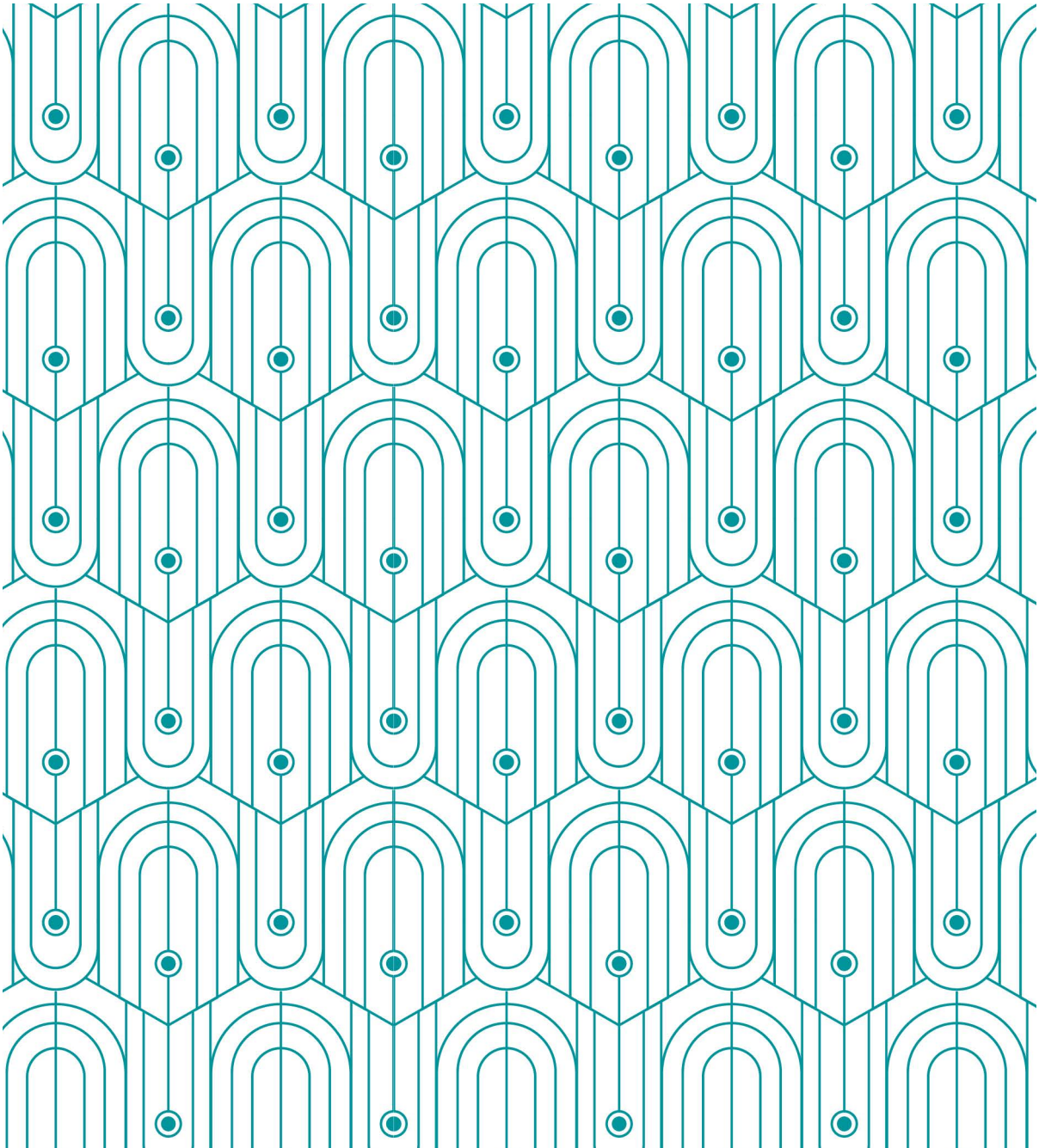
Tendencias académicas en el análisis del periodismo de proximidad: propuesta de una revisión bibliográfica 176-196
Academic Trends in the Analysis of Community Journalism: a Proposal for a Literature Review
María Rosario Onieva Mallero
10.12795/Ambitos.2025.i67.10

Violencias sexuales contra las mujeres: aproximación deontológica para un periodismo de calidad ... 197-221
Sexual violence against women: a deontological approach to quality journalism
María Sánchez-Ramos y Belén Zurbano-Berenguer
10.12795/Ambitos.2025.i67.11

Jornalismo de proximidade: a cobertura noticiosa do Jornal do Centro aos incêndios de outubro de 2017 na região de Viseu (Portugal) 222-242
Proximity journalism: Jornal do Centro's news coverage of the October 2017 fires in the Viseu region (Portugal)
Miguel Midões, Ana Isabel Reis, Filipa Rodrigues Pereira y Raquel Torres Guerra
10.12795/Ambitos.2025.i67.12

The CSR, Satisfaction, and Commitment Triad: Its Strategic Effect on Perceived Performance 248-264
El trinomio RSC, satisfacción y compromiso: su efecto estratégico en el rendimiento percibido
Lorena Gabriela Hernández-Arteaga, Mario Alberto Salazar-Altamirano, Orlando Josué Martínez-Arvizu y María del Lourdes Arias Gómez
10.12795/Ambitos.2025.i67.13

monográfico
monographic



Presentación del monográfico

Acciones de transferencia del conocimiento en el ámbito de la comunicación

La transferencia del conocimiento está considerada la tercera misión de la universidad con el objetivo de impulsar el cambio y desarrollo social. Las acciones de transferencia del conocimiento en la universidad han estado ligadas habitualmente al área de Ciencias y al de las Ingeniería y sus acciones están tasadas habitualmente en la generación de patentes, empresas basadas en el conocimiento (EBCs), contratos con empresas (68/83) y cátedras de empresa. No obstante, se realiza mucha más transferencia del conocimiento a la sociedad que generalmente no encaja en ninguno de estos supuestos, y esto ocurre sobre todo en áreas como las Ciencias Sociales y las Humanidades.

Definir la transferencia en el ámbito de la Ciencias Sociales, al que pertenece el área de Comunicación, resulta más complejo ya que la misma no tiene un fin productivo sino social, educativo y requeriría inversiones cuyo resultado además de intangible, solo podría apreciarse a largo plazo en el caso de cuestiones como la integración de colectivos sociales, la alfabetización mediática o actividades educativas en igualdad de género. La transferencia de conocimiento en las ciencias humanas y sociales suele ser minusvalorada, sin embargo, estas disciplinas poseen una serie de características notables para la transferencia: por una parte, al requerir un menor grado de instrumentalización, la distancia entre la investigación básica y la aplicada suele ser menor que en otras disciplinas; en segundo lugar, estas áreas son productoras netas de contenido; y en tercer lugar, poseen una capacidad extraordinaria para conciliar y/o confrontar la tecnología con el contexto cultural en el que se aplica (Castro-Martínez et al., 2008, p. 621).

Si bien se considera que a lo largo de los últimos años se han llevado a cabo notables esfuerzos por parte de las administración pública para fomentar las actividades de investigación, desarrollo e innovación y, con ellas, aumentar la transferencia de conocimiento (Fernández-Zubieta et al, 2017), ya se advertía que los indicadores tradiciones (altamente influenciados por las áreas científico-técnicas, y centradas sobre todo en las patentes y las *spin-off*-, podrían suponer un problema a la

hora de evaluar la transferencia de conocimiento en las áreas humanísticas y en las ciencias sociales (Aceytuno-Pérez & Sánchez-López, 2014; Fernández-Zubieta, 2015), sobre todo teniendo en cuenta que su principal cliente y colaborador lo encontraremos en la administración pública, frente al mundo empresarial (Díaz-Catalán et al., 2019). Además, el problema de la intangibilidad de gran parte de la transferencia en las ciencias humanas y sociales, se le une la subjetividad en las mediciones y los indicadores (García-Aracil & Palomares-Montero, 2012).

El concepto de transferencia del conocimiento en comunicación ha recibido distintos nombres. Así, por ejemplo, en el ámbito anglosajón se utiliza el término *applied communication*, expresión que da incluso nombre a una revista científica puesta en marcha en los años 80 del siglo pasado. Algunas justificaciones y metodologías de dicho concepto han sido ofrecidas por diversos autores de universidades americanas (Boyle & Schmierbach, 2019; Cissna, 1982). En el ámbito latinoamericano, por ejemplo, es más habitual escuchar la terminología comunicación para el cambio social, pues prima sobre todo su visión más crítica o política de la comunicación.

En este contexto se presenta este monográfico de *Ámbitos. Revista Internacional de comunicación*, desde el convencimiento de que la transferencia en el ámbito de la comunicación tiene aún un largo recorrido por delante. En primer lugar, es preciso tipificarla y caracterizarla, primer paso para poder reconocerla e identificarla. Y, en segundo lugar, es necesario potenciarla, para que la investigación en comunicación, esencial para la salud de nuestra democracia, revierta a la sociedad y sea reconocida por la misma.

El primer manuscrito de este monográfico titulado **Transfiriendo conocimiento en el ámbito de la cultura organizacional y la innovación en periodismo: evaluación, explicación e intervención** viene avalado por Carvajal-Prieto (Universidad Miguel Hernández) y Rojas-Torrijos (Universidad de Sevilla). Partiendo de la base de que la cultura organizacional ha sido escasamente tratada en la literatura sobre innovación en periodismo, pero que tiene un gran impacto en la capacidad transformadora de los medios, en un contexto donde profesionales, prácticas y valores están en constante cambio, se propone presentar la propuesta de investigación y transferencia del proyecto "Cultura organizacional e innovación en el periodismo: exploración, evaluación e intervención hacia un ecosistema mediático sostenible" (Novacult, PID2022). Se trata de una investigación multidisciplinar, que integra académicos de la psicología de las organizaciones en el campo del periodismo, con el objetivo de describir cómo es la cultura organizacional en las redacciones y explicar cómo condiciona la capacidad innovadora de los medios. Para lograrlo, se ha diseñado un plan de trabajo en cuatro fases: fundamentación teórica, diagnóstico de la cultura organizacional, intervención y post-diagnóstico. Entre los resultados aportados se encuentra una descripción del proyecto,

la metodología empleada y los primeros hallazgos obtenidos de la revisión sistemática de la literatura y el focus group con profesionales. Se trata, pues, de una iniciativa de interés por el planteamiento multidisciplinar, el afán de realizar una intervención experimental en la industria y la novedad de abordar el campo de la cultura organizativa. Como resultado transferible, el proyecto diseñará una propuesta formativa encaminada a impulsar cambios organizacionales a través de la intervención en la cultura de la redacción y de sus trabajadores.

La propuesta de Martín-López (Universidad Europea de Madrid) y Martín-López (Universidad Europea de Valencia), **Uso actual de IA en gestión corporativa para el desarrollo sostenible: revisión bibliográfica**, aborda el tema del uso de la Inteligencia Artificial en la gestión corporativa para el desarrollo sostenible al considerar que la crisis medioambiental global ha generado una creciente preocupación por la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos. En este contexto, la IA emerge como una herramienta potencialmente transformadora. Este estudio tiene como objetivo analizar los aportes científicos de la IA en la gestión corporativa, evaluando su capacidad para contribuir al desarrollo sostenible. Se postula, como hipótesis de partida, que los avances en IA pueden automatizar y optimizar procesos, promoviendo un uso eficiente de los recursos y la adopción de estrategias social y medioambientalmente responsables en el corto plazo. Para llevar a cabo esta investigación, se realizó una revisión bibliográfica exhaustiva de las principales bases de datos científicas, utilizando palabras clave relacionadas con "Inteligencia Artificial en empresas sostenibles" en la última década. Esta estrategia permitió identificar y analizar las publicaciones más relevantes y actuales sobre el tema. La revisión de la literatura revela un creciente cuerpo de conocimiento que respalda la hipótesis planteada. Los estudios analizados muestran que la IA puede desempeñar un papel crucial en la optimización de procesos corporativos, reduciendo el consumo de recursos y minimizando el impacto ambiental. Además, se destaca la capacidad de la IA para facilitar la toma de decisiones informadas y la implementación de prácticas sostenibles. Los hallazgos de esta revisión bibliográfica sugieren que la integración de la IA en la gestión corporativa puede ser una estrategia efectiva para avanzar hacia el desarrollo sostenible. Se recomienda continuar investigando y desarrollando aplicaciones de IA que contribuyan a la sostenibilidad corporativa.

También relacionado con el cambio climático, el tercer artículo de este monográfico, **El cambio climático y la viñeta de prensa: utilización de la transferencia del conocimiento mediante una actividad cultural para concienciar sobre una problemática global por medio de un género periodístico único**, firmado por Morales-Domínguez (Universidad de La Laguna) y Codesio-Linares (Universidad Rey Juan Carlos) se centra en cómo la viñeta de prensa, como actividad cultural, puede ser utilizada como un recurso para la transferencia del conocimiento para concienciar sobre el

cambio climático gracias a la combinación de elementos verbo-pictóricos. La capacidad de simplificación sobre cuestiones complejas que presenta esta singular pieza comunicativa hace que se emplee para denunciar o concienciar sobre problemáticas que ocupan la agenda mediática y forman parte del debate público, como es el caso del calentamiento global o el cambio climático. Este trabajo, que parte de una exposición organizada en el marco del XXI Salón Internacional del Cómic y la Ilustración de Tenerife y donde se han involucrado la Fundación Cine+Cómics y la Cátedra Cultural Moebius de la Universidad de La Laguna, es un estudio exploratorio donde se estudia cómo se ha construido este discurso en la prensa mundial durante una década. Como resultado de esta primera aproximación se observa la particularidad de que el discurso acerca del cambio climático no se ha transformado, sino que ha permanecido inmutable entre 2014 y 2024, hablando de las mismas consecuencias y señalando a los mismos agentes como culpables de la situación. Esta acción de transferencia del conocimiento no solo se ha producido mediante la exhibición de la muestra seleccionada, que tuvo lugar del 10 de octubre al 2 de noviembre de 2024 en el Parlamento de Canarias, sino que la exposición que nace de este estudio también se encuentra alojada permanentemente en Internet.

Cambiando de tercio, el cuarto manuscrito del monográfico, firmado por Hérnández-Santaolaya (Universidad de Sevilla), Rubio-Hernández (Universidad de Sevilla) y Lozano-Delmar (Universidad Loyola Andalucía), **Investigación, transferencia y alfabetización sobre series de televisión: el caso de LIGAINCOM**, pone en valor el trabajo realizado desde el año 2012 por la LIGAINCOM como asociación y transformada posteriormente en grupo de investigación, uno de los objetivos fundamentales de la Liga de Investigación en Comunicación y Cultura. Género(s), Narrativa, Ideología y Estudios Visuales (SEJ694), ha sido desde sus inicios el de la divulgación de la investigación en el campo de la cultura de masas, especialmente sobre la ficción televisiva, teniendo en cuenta el impacto social y académico de las series en la llamada tercera edad de oro de la televisión. Así, la actividad que se desarrolla desde el grupo enlaza con el concepto de alfabetización mediática, y entronca con el espíritu de los estudios culturales, aportando herramientas desde el pensamiento crítico para que los miembros de la sociedad aprendan a decodificar los mensajes que reciben a través de las pantallas. A partir de la metodología Investigación-Acción, se realiza un repaso por las actividades desarrolladas por la asociación tanto dentro como fuera de las aulas, llevando a cabo charlas y talleres en centros cívicos, festivales o bares. Igualmente, se valora el impacto de las publicaciones divulgativas sobre series y su alcance en medios de comunicación. Dadas las fases del enfoque metodológico implementado (diagnóstico, planificación, acción, observación y reflexión) y la importancia de la evaluación de la actividad desarrollada, se puede concluir que las aportaciones de LIGAINCOM en la investigación y divulgación sobre ficción televisiva contribuyen al progreso de la visión crítica de la ciudadanía.

Una interesante aportación es la realizada por las investigadores León-Ciliotta (Universidad del Atlántico Medio) y González-Martín (Universidad del Atlántico Medio) en el manuscrito «La Lupa de Género»: usando la tecnología para la lectura crítica desde la perspectiva de género, que examina la literatura infantil como producto cultural que influye en el desarrollo de la identidad de las personas. Se presenta «La Lupa de Género», una aplicación móvil para el análisis de la representación de género en libros infantiles, con miras a desarrollar la lectura crítica en etapas formativas. El marco teórico explora la literatura infantil como agente socializador y performativo de género, así como la evaluación del sesgo de género en los libros infantiles y el papel de las aplicaciones digitales en el desarrollo de la lectura crítica. La metodología detalla las 15 variables (o marcadores de género) que componen la herramienta de diagnóstico. Dichas variables se codifican en un cuestionario que aplica el análisis de contenido y cuyo resultado se materializa en una calificación tipo semáforo (verde, ámbar, rojo) de la representación de género proyectada en los libros analizados. La discusión aborda el potencial de la aplicación como herramienta de cambio social en entornos educativos, fomentando la selección de literatura con modelos de género más equitativos y balanceados. Se recomienda su uso para docentes, bibliotecarios y familias interesadas en la selección consciente de literatura infantil. Las conclusiones destacan el papel de la aplicación como herramienta de diagnóstico y plataforma de recomendación, a partir de la base de datos que se va generando mientras más libros se diagnostican, a fin de contribuir a la construcción de una ciudadanía crítica y una educación literaria reflexiva a través de la selección consciente de libros con modelos de género equilibrados.

Cierra este monográfico el artículo **Cómo informar de autolesiones no suicidas según profesionales de salud. Guía para medios de comunicación**, firmado por Martínez-Pastor, Moraleda-Esteban, Torregrosa-Carmona y Fernández-Fernández (Universidad Rey Juan Carlos) que presenta una guía para medios de comunicación sobre cómi informar de las autolesiones no suicidas. En dicho texto se plantea una serie de recomendaciones a los medios de comunicación para informar sobre las autolesiones no suicidas (ANS) en adolescentes. El objetivo final de esta investigación es crear una guía que ayude a periodistas, y creadores de contenidos, a conocer y divulgar mejor esta conducta. Entre marzo y mayo de 2024 se realizaron 22 entrevistas a periodistas, expertos sanitarios (psicólogos, psiquiatras, pediatras) y expertos del ámbito social (trabajadores/educadores sociales) especializados en adolescencia, familias y autolesiones, para establecer desde su discurso estas pautas de ayuda. Los principales hallazgos son definir las ANS como conductas, nunca como enfermedad, no confundiéndolas con suicidio. Evitar la estigmatización y centrar la noticia en las causas de las ANS. Aportar un mensaje de esperanza con testimonios de recuperación y aportación de soluciones. Informar con un componente educativo desterrando el sensacionalismo de imágenes explícitas y narraciones

detalladas de los métodos para autolesionarse. En su función de servicio público es vital que los medios conozcan estas pautas fundamentales para entender, prevenir y ayudar a los jóvenes.

Palabras clave: autolesiones no suicidas (ANS), profesionales de la salud, medios de comunicación, prensa, jóvenes.

Referencias

Aceytuno-Pérez, M. T., & Sánchez-López, C. (2014). Carrera académica y propensión a la transferencia de tecnología. El caso de la Universidad de Huelva. *Investigaciones Regionales*, (28), 79-100. https://dialnet.unirioja.es/descarga/artículo/4715143.pdf

Boyle, M. P., & Schumierbach, M. (2019). Applied Communication Research Methods: Getting Started as a Researcher. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780429296444

Castro-Martínez, E., Fernández-de-Lucio, I., Pérez-Marín, M., & Criado-Boado, F. (2008). La transferencia de conocimientos desde las humanidades: posibilidades y características. *Arbor. Ciencia, Pensamiento y cultura*, *184*(732), 619-636. https://doi.org/10.3989/arbor.2008.i732.211

Cissna, K. N. (1982). Editor´s note: What is applied communication research? *Journal of Applied Communication Research*, *10*(2), 1-3. https://doi.org/10.1080/0090888209365216

Fernández-Zuebieta, A., Ramos-Vielba, I., & Zacharewick, T. (2017). *RIO conuntry report, 2016: Sapain*. Luxembourg, Pubications Office of the European Union. https://doi.org/10.2760/227782n

Dra. Mar García-Gordillo
Universidad de Sevilla

Dr. Francisco Javier Caro-González
Universidad de Sevilla

Dra. María José Cantalapiedra
Universidad del País Vasco

ÁMBITOS
REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

Nº 67 | ABRIL 2025
ISSN: 1139-1979 | E-ISSN: 1988-5733
10.12795/Ambitos.2025.i67.01

Transfiriendo conocimiento en el ámbito de la cultura organizacional y la innovación en periodismo: evaluación, explicación e intervención

Transferring knowledge in the field of organizational culture and innovation in journalism: evaluation, explanation and intervention

Miguel Carvajal

Universidad Miguel Hernández | Edificio Torreblanca, Avd. Universidad s/n, 03202 Elche (Alicante)
0000-0001-6547-6171 | mcarvajal@umh.es

José Luis Rojas Torrijos

Universidad de Sevilla | Avda. Américo Vespucio s/n, 41092 Sevilla
0000-0002-7390-9843 | jlrojas@us.es

Recepción 01/02/2025 · Aceptación 24/02/2025 · Publicación 15/04/2025

Resumen

La cultura organizacional es una materia que ha sido escasamente tratada en la literatura sobre innovación en periodismo, pero que tiene un gran impacto en la capacidad transformadora de los medios, en un contexto donde profesionales, prácticas y valores están en constante cambio. El objetivo de este artículo es presentar la propuesta de investigación y transferencia del proyecto "Cultura organizacional e innovación en el periodismo: exploración, evaluación e intervención hacia un ecosistema mediático sostenible" (Novacult, PID2022). Se trata de una investigación multidisciplinar, que integra académicos de la psicología de las organizaciones en el campo del periodismo, con el objetivo de describir cómo es la cultura organizacional en las redacciones de medios de toda índole y explicar cómo condiciona la capacidad innovadora de los medios. Para lograrlo, se ha diseñado un plan de trabajo en cuatro fases: fundamentación teórica, diagnóstico de la cultura organizacional, intervención y post-diagnóstico. El trabajo aporta una descripción del proyecto, la metodología empleada y los primeros hallazgos obtenidos de la revisión sistemática de la literatura y el focus group con profesionales. Se trata de una iniciativa de interés por el planteamiento multidisciplinar, el afán de realizar una intervención experimental en la industria y la novedad de abordar el campo de la cultura organizativa. Como resultado transferible, el proyecto diseñará una propuesta formativa encaminada a impulsar cambios organizacionales a través de la intervención en la cultura de la redacción y de sus trabajadores.

Palabras clave: cultura organizacional, innovación en periodismo, industria mediática, intervención, transferencia.

Abstract

Purpose. *Despite being a subject scarcely addressed in the literature on innovation in journalism, organizational culture has a great impact on the transformative capacity of the news media, in a context where professionals, practices*

CC BY NC SA

and values are constantly evolving. The aim of this article is to present the research and knowledge transfer proposal of the project "Organizational culture and innovation in journalism: exploration, evaluation and intervention towards a sustainable media ecosystem" (Novacult, PID2022). This is a multidisciplinary research, which integrates academics from organizational psychology in the field of journalism, with the aim of describing what organizational culture is like in newsrooms and explaining to what degree that culture may affect the innovative potential of the news media. To achieve this goal, a work plan has been designed in four stages: theoretical foundation, diagnosis of organizational culture, intervention and post-diagnosis. The work provides a description of the project, the methodology used and the first findings obtained from the systematic review of the literature and the focus group with professionals. This is an initiative of interest due to its multidisciplinary approach, the desire to carry out an experimental intervention in the industry and the novelty of addressing the field of organizational culture. As a transferable result, the project will design a training proposal aimed at promoting organizational changes through intervention in the culture of the newsroom and its workers.

Keywords: *organizational culture, innovation in journalism, news industry, intervention, knowledge transfer.*

1. Introducción

El periodismo y los agentes que lo integran se encuentran en una fase de transformación constante por la disrupción tecnológica y los cambios en los hábitos de consumo (Küng, 2013; Spyridou et al., 2013). Para hacer frente a la transformación del entorno, la innovación se ha considerado como una de las respuestas estratégicas más oportunas y, por ese motivo, ha ganado una atención significativa en los estudios de periodismo (Meier et al., 2022; Pavlik, 2013).

La investigación en este campo se afana en describir los procesos innovadores y en cómo pueden impactar en las prácticas profesionales en las audiencias o en la creación de valor de las empresas mediáticas. La innovación, sin embargo, es una fuente de tensiones internas. Por ello se ha indagado en los retos éticos y profesionales de los cambios organizativos y tecnológicos que trae consigo en la estructura de las redacciones. No obstante, todavía existen lagunas y preguntas pendientes desde el nivel organizacional.

La cultura organizacional es uno de los objetos de estudio menos atendidos en el campo de la innovación en periodismo. Si innovar es buscar nuevas formas de crear valor a los destinatarios del periodismo, ¿cuáles son las condiciones organizativas que capacitan a los medios para esa labor? ¿Qué impacto podría tener la cultura organizacional en su habilidad transformadora? Este enfoque puede ayudar a describir cómo se genera la innovación y a esclarecer las tensiones internas ante los cambios en valores y prácticas periodísticas.

En ese contexto, el objetivo de este artículo es presentar las primeras indagaciones del proyecto "Cultura organizacional e innovación en el periodismo: exploración, evaluación e intervención hacia un ecosistema mediático sostenible" (PID, 2022). Se trata de una iniciativa que estudiará, en un período de tres años, los factores organizacionales que condicionan positiva y negativamente el desarrollo de la capacidad innovadora en los medios.

Por ese motivo, la motivación del proyecto es doble: a) complementar el conocimiento científico sobre innovación y cultura organizacional en periodismo; b) generar un material transferible que facilite la transformación de la cultura organizacional en el ámbito mediático, sin perder de vista los retos éticos y normativos de la actividad periodística.

Aparte de describir y explicar la interrelación entre innovación y cultura en las organizaciones, la principal aportación del proyecto será el diseño de una intervención real en la industria. Se trata, por tanto, de una investigación orientada que busca la resolución de problemas relativos a la sostenibilidad institucional del periodismo, porque atiende el desafío de su transformación organizativa y cultural. Además, es un proyecto multidisciplinar, que integra en el equipo a dos investigadores del área de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, junto a investigadores del campo del periodismo, y propone el empleo de metodologías cuantitativas y experimentales para estudiar la materia.

2. Marco teórico

El proyecto se enmarca en la corriente de estudios de periodismo que abordan la innovación mediática, línea que ha crecido de forma notable durante los últimos tiempos (Belair-Gagnon, 2020; García-Avilés, 2021; Storsul & Krumsvik, 2013). Integra también la perspectiva *resource-based view*, que se interesa en cómo las empresas usan sus recursos y capacidades para competir mejor (Barney, 1991). Desde este prisma, la cultura organizacional se plantea como un recurso fundamental para moldear las actitudes y la capacidad innovadora de una entidad.

2.1. Innovación en periodismo

La innovación se ha tratado de definir desde múltiples ámbitos de estudio. Por un lado, se ha visto como un producto o resultado de una actividad, y, por otro, como un proceso que influye en actores y prácticas para incrementar el valor de los destinatarios (Dogruel, 2014; Pavlik, 2013). Una definición integradora plantea la innovación como "la capacidad para reaccionar ante los cambios en los productos, procesos y servicios, mediante el uso de habilidades creativas que permiten identificar un problema o necesidad y resolverlo mediante algo nuevo que aporte valor al medio y a los consumidores" (García-Avilés et al., 2018, p. 29). Este enfoque comprende aspectos relacionados con la estrategia, la estructura y los procesos que generan valor para la organización, fomentando la creatividad y el servicio público (Küng, 2015).

La innovación en los medios se da en cuatro áreas predominantes: producción, distribución, comercialización y organización (De Lara et al., 2015). Dentro de estas áreas, la organización es una de las más relevantes y es donde existe mayor necesidad de conocimiento (Buschow & Suhr, 2023). Este proyecto quiere aprovechar esta laguna para introducir nuevas teorías y conceptos procedentes de la cultura organizacional con el fin de describir y explicar con mayor profundidad el fenómeno de la innovación en periodismo.

La innovación organizacional puede definirse como la introducción de nuevos métodos organizativos, prácticas o procesos de trabajo, y también como el resultado de la capacidad innovadora de una entidad. La literatura ha abordado las innovaciones en el área de la organización interna con el estudio de la integración de los trabajadores en las redacciones multimedia (Carvajal et al., 2015: 24), con la puesta en marcha de laboratorios de innovación (Hogh-Janovsky & Meier, 2021; Zaragoza-Fuster & García-Avilés, 2020), *spin-off* o proyectos piloto que permiten experimentar con nuevos productos, procesos y formas de monetización (Carvajal & Barinaga 2021; Valero-Pastor 2017, pp. 184-185).

En esta línea, la innovación también se aborda desde la perspectiva del aprendizaje y en cómo su éxito depende del proceso de ensayo y error (Porcu et al., 2020; Valero-Pastor et al., 2024). Por eso, estudiar aspectos organizacionales como la creatividad y la comunicación interna son esenciales para la compresión de la práctica y la empresa periodística (Koivula et al., 2020). La introducción de nuevos flujos de trabajo y metodologías ágiles puede servir para coordinar de forma más eficiente los equipos (Valero-Pastor et al., 2019). La tendencia a trabajar en remoto, la aparición de una cultura colaborativa y los laboratorios son innovaciones destacadas en el ámbito organizacional periodístico (Carvajal et al., 2023; García-Avilés, 2021).

Profundizando en la organización, se constata que hay factores internos que condicionan el éxito de los procesos de innovación. Aparecen nuevos roles en la intersección entre la redacción y la gestión de producto que motivan la aparición de nuevos perfiles profesionales (Rojas-Torrijos & Herrera-Damas, 2023) y condicionan las prácticas de los periodistas (González-Alba et al., 2023; Kosterich, 2021) o se procura introducir una cultura *start-up* mediante la creación de unidades intraemprendedoras (Boyles, 2015; García-Avilés, 2018).

2.2. La perspectiva organizacional en la innovación en el periodismo

El fenómeno de la innovación en periodismo se ha estudiado desde múltiples niveles, porque en su implementación interactúan diversos actores, contextos y fenómenos (Meier et al., 2024). Este proyecto se centra en el nivel organizacional y adopta una mirada funcional por la vocación de transferencia de resultados. En la literatura existen otros enfoques teóricos y conceptuales que iluminan ángulos del mismo fenómeno. Entre ellos, destacan la perspectiva institucionalista, la teoría de campos y la teoría actor-red, que sirven para analizar las dinámicas entre la estabilidad y el cambio en el periodismo.

Bourdieu desarrolló su teoría de campos para explicar cómo las relaciones de poder entre distintas áreas estructuran la acción social y moldean a los individuos (Broersma & Singer, 2020). Los campos no son estáticos, sino más bien se encuentran en constante tensión por la entrada de nuevos agentes que reclaman su dominio (Broersma & Singer, 2020). Por ese motivo la teoría de Bourdieu se ha empleado con frecuencia para enmarcar la aparición de innovaciones que cambian las prácticas y las normas del campo (Benson, 1999; Raetzsch, 2015).

Por su parte, la perspectiva institucionalista plantea que el nivel macro presiona las acciones del nivel micro, organizaciones o individuos, que trata de adaptarse a las condiciones existentes (Lowrey 2011). En periodismo, el enfoque institucional se ha usado para comprender cómo ciertos actores pueden transformar las instituciones a pesar de las resistencias y la tendencia a la cohesión interna (Belair-Gagnon & Steinke, 2020; Kosterich & Royal, 2023; Lowrey, 2011).

Finalmente, la teoría de actor-red (Latour, 2005) estudia las relaciones de poder entre actores (humanos y no humanos) y en cómo influyen en el comportamiento de los diferentes miembros de una red (Schmitz Weiss & Domingo, 2010). En el contexto del periodismo, la teoría de actor-red indaga en la presión que ejercen actores no humanos (artefactos técnicos) en el *status quo* y en cómo condicionan la libertad de agencia de los miembros de un campo.

¿Qué puede aportar el enfoque organizacional en los estudios sobre innovación en periodismo? Desde una comprensión profunda de los valores y creencias que moldean las prácticas de los miembros de

una organización, se puede afrontar el reto de la transformación en un contexto de cambios rápidos y dramáticos (Chan-Olmstead & Jung, 2023). Si se entiende la cultura organizacional como un recurso interno que aporta valor a las entidades, describirla, explicarla e intervenir sobre ella sería deseable para el ámbito de conocimiento y la industria (Buschow & Suhr, 2023).

2.3. Cultura organizacional e innovación

La cultura organizacional es el conjunto de valores y creencias compartidos de una organización que proporcionan normas de comportamiento internas (Schein, 2003). La cultura se divide en tres niveles: artefactos (aspectos visibles y tangibles), valores compartidos (misión, objetivos, declaraciones, compromisos) y asunciones implícitas (creencias comunes no siempre manifiestas). Su visión de la cultura organizacional profundiza en los mecanismos internos que la moldean, como el liderazgo o la comunicación (Schein, 2003).

Existen diferentes tipos de culturas organizacionales con rasgos y tendencias diversas, que pueden ser categorizadas y descritas según el modelo de valores en competencia (*competing value framework*), una herramienta que analiza la orientación de las empresas en función de dos ejes, enfoque interno-externo y control-flexibilidad organizativa (Cameron & Quinn, 2006). Las orientadas internamente enfatizan la integración y coordinación para mantener el *status quo* y las orientadas externamente se enfocan en la interacción y adaptación al entorno. Luego, las que priorizan la estabilidad y el control presentan una estructura más rígida y jerárquica, frente a las que valoran la flexibilidad y autonomía organizacional. A partir de esa matriz, las culturas se dividen en cuatro tipos: clan, adhocracia, de mercado y jerárquica (Cameron & Quinn, 2006).

¿Es posible cambiar la cultura organizacional? La investigación se divide entre el enfoque purista cultural y el enfoque aplicacionista cultural. Los primeros consideran que la cultura organizacional es un resultado y no puede ser objeto del cambio por parte de la dirección; los segundos sostienen que la cultura organizacional sí puede gestionarse bajo la asunción de que es un producto de las actividades, y que puede condicionar el desempeño organizacional (Jung, 2009).

En este proyecto se adopta la visión de que la cultura organizacional no es estática y puede cambiar al albur de las decisiones estratégicas de los líderes o mediante el refuerzo o el desafío de los empleados. Esa bidireccionalidad en la moderación de la cultura organizacional concede un gran valor a la agencia individual, aportando una visión más pragmática y aplicada. Puede entenderse como un factor "social" que incide tanto en el nivel como en la frecuencia del comportamiento innovador (Chatman & O'Reilly, 2016).

Existen otros aspectos relacionados con la cultura organizacional que actúan como promotores y/o ralentizadores para la innovación (Bendak et al., 2020; Naranjo-Valencia et al., 2016). Aquellas compañías que fomentan una verdadera cultura del aprendizaje entre sus miembros tienen la oportunidad de innovar (Cameron & Quinn, 2006), de obtener ventajas competitivas, de transformarse a sí mismas a través de la creación de nuevo conocimiento y, en definitiva, de sobrevivir a las disrupciones del mercado (Porcu et al., 2020).

La innovación es un proceso que debe negociarse culturalmente en las redacciones. Las tensiones internas no son nuevas: entre la dirección y las bases (Gade & Perry, 2003); entre departamentos antes

separados y con sus propias culturas (Kosterich, 2021; Raviola & Dubini, 2016); entre subculturas, con lenguajes, rutinas y procesos diversos (Paulussen, 2016).

Por eso, las actitudes de los periodistas pueden influir en los procesos de innovación (Wolf et al., 2024) y en ocasiones sus hábitos se interponen en el camino del cambio (Ryfe, 2018). En un estudio de caso sobre la transformación en los medios, Ekdale et al. (2015) descubrió que los cambios tecnológicos eran más asequibles que los cambios en la cultura profesional, como la relación con la audiencia. La literatura ofrece ejemplos de cómo el comportamiento rutinario, el ritmo de trabajo y la falta de recursos impiden que los profesionales incorporen nuevas prácticas en su trabajo diario (Deuze, 2017; Ferrucci & Perreault, 2021).

La innovación, por tanto, no es un simple proceso que funciona de arriba-abajo, cuyo éxito es fruto de los líderes de una entidad, de la existencia de recursos o de la tecnología disponible (Küng, 2013). La cultura de los redactores juega un papel esencial en los procesos de innovación y se ha subestimado en los análisis (Paulussen, 2016). Los roles de los periodistas, la rigidez de las estructuras de la redacción y la dificultad de cambiar los procesos de trabajo heredados suelen ser obstáculos comunes a la innovación (Meier et al., 2024).

3. Metodología

La misión del proyecto que se presenta en este artículo es estudiar la cultura organizacional y su influencia en la innovación en los medios periodísticos. Los principales objetivos que guían el plan de trabajo son:

O1. Explorar y describir cómo se relaciona la cultura organizacional con la innovación dentro de las organizaciones periodísticas realizando un diagnóstico de la cultura.
O2. Intervenir en el ecosistema mediático mediante un experimento para influir en alguna de las variables dinámicas de la cultura organizacional y evaluar su incidencia en la transformación cultural.
O3. Divulgar y transferir un programa formativo sobre cultura organizacional que pueda ser empleado en la industria y en la formación desde una perspectiva integradora y fomente los cambios imprescindibles para la sostenibilidad del sector.

A continuación, se describen las principales fases del proyecto y se detallan las metodologías empleadas en cada paso. El trabajo actual presenta un avance de los resultados de la primera fase.

3.1. Revisión sistemática y diseño metodológico

Durante el primer año se ha realizado una fundamentación teórica y temática con el fin de alinear los objetivos científicos del proyecto con la observación de la industria. Se llevaron a cabo dos revisiones sistemáticas de la literatura en las bases de datos Web of Science y Scopus, siguiendo las directrices PRISMA (Moher et al., 2009; Page et al., 2021) mediante las herramientas de Cochrane para analizar el riesgo de sesgo en los estudios incluidos en la revisión.

Para la primera revisión orientada al objeto "cultura organizacional en periodismo" se desarrolló una estrategia de búsqueda exhaustiva mediante la combinación de palabras clave relacionadas con

cultura organizacional, periodismo y medios de comunicación, tanto en español como en inglés. Para la segunda, la búsqueda se orientó al objeto "intervención en periodismo", también a través de un rango de palabras clave afinado en español y en inglés para abarcar con precisión la mayor cantidad de estudios pertinentes. El trabajo de revisión, síntesis y selección de la literatura ha servido para identificar la herramienta de diagnóstico y análisis de la cultura organizacional y para elaborar un protocolo de intervención.

Por otro lado, se organizaron dos *focus groups*, uno de alcance nacional y otro local, con el objetivo de recopilar datos cualitativos sobre la cultura organizacional desde el prisma de los profesionales. Los participantes (n=8, 4 en cada uno) fueron seleccionados con criterios de representatividad (Gobo, 2003), considerando su rol y responsabilidad en el medio y se les garantizó el anonimato individual y organizativo. En ambos casos, se realizaron sesiones estructuradas que permitieron explorar experiencias, percepciones y prácticas relacionadas con la cultura organizacional y su impacto en la dinámica laboral.

Durante las sesiones grabadas, se empleó un cuestionario estándar relacionado con la cultura organizacional, su influencia en las redacciones, la gestión directiva y su relación con la innovación. Las respuestas se codificaron y analizaron temáticamente para identificar patrones comunes y divergencias entre los grupos a través del software MAXQDA, que permitió explorar de forma estructurada las transcripciones mediante la codificación de temas emergentes.

3.2. Diseño metodológico y selección de la muestra

El presente estudio adopta un diseño no experimental, transversal y correlacional, con un enfoque metodológico basado en la operacionalización de variables para investigar la relación entre la cultura organizacional y la capacidad innovadora de los medios periodísticos. La variable independiente se define como la cultura organizacional, medida a través del *Organizational Culture Assessment Instrument* (OCAI) basado en el *Competing Values Framework* (CVF) de Cameron y Quinn (2006).

Por su parte, la variable dependiente es la capacidad innovadora de los medios, evaluada mediante indicadores cuantitativos, como el índice de innovación medio de una entidad obtenida como suma de puntos de las diferentes innovaciones incrementales y disruptivas adoptadas por el medio (De Lara et al., 2015). Para garantizar la validez del estudio, se incorporan variables de control como el tamaño de la plantilla, el origen del medio (nativo digital o tradicional), el ámbito geográfico (local, regional o nacional), entre otros factores. Estas variables permiten aislar los efectos de la cultura organizacional y obtener resultados más robustos sobre su influencia en la innovación.

Los medios (sujetos de estudio) que van a participar en la investigación se elegirán controlando la variabilidad. A partir de una lista de las organizaciones más innovadoras ordenadas según el índice descrito, se elegirá nueve casos procedentes del primer, segundo y tercer nivel de innovación. Los casos elegidos presentarán parámetros estructurales similares para preservar los criterios de oportunidad intrínseca y las necesidades estadísticas de la comparativa.

3.3. Diagnóstico previo

Para realizar el diagnóstico sobre cultura organizacional e innovación en las organizaciones, se empleará el instrumento OCAI (*Organizational Culture Assessment Instrument*). Se trata de un

cuestionario que ayuda a evaluar la cultura actual y a identificar la dirección deseada para el cambio cultural. El OCAI cuenta con seis dimensiones clave con cuatro opciones cada una, que los participantes deben completar asignando 100 puntos para describir a su organización (n=24 indicadores).

El cuestionario es flexible y no presenta un requisito de tamaño en la muestra para ser indicativo de la organización. Sin embargo, para que genere una visión equilibrada de la cultura organizacional, conviene que sea representativa de los diferentes niveles, departamentos y roles dentro del medio. Pueden participar directivos, mandos intermedios y redactores que aportan distintas perspectivas jerárquicas y funcionales.

El cuestionario puede distribuirse de forma presencial u online, para facilitar su compleción. En la revisión sistemática, se evidencia que el OCAI es una herramienta válida y sólida para evaluar y comparar culturas organizacionales.

3.4. Evaluación e intervención a través de un experimento formativo

Tras el diagnóstico se analizarán y compararán los datos obtenidos con el fin de identificar los problemas o necesidades de las entidades analizadas. Se buscará corroborar si existen distintas culturas organizacionales, en primer lugar, y después correlacionar sus indicadores descriptivos con la variable innovadora. Este mecanismo permitirá orientar el diseño de una intervención útil y precisa para trabajar sobre aquellos aspectos de la cultura organizacional con más incidencia en la innovación.

El objetivo es calibrar la herramienta empleada en la intervención, que se realizará sobre 1 o 2 sujetos (medios) pertenecientes o no a la muestra anterior. Si no formó parte de la muestra, se le someterá a un análisis cualitativo y cuantitativo de su índice innovador.

La intervención se realizará en colaboración con profesionales de trayectoria consolidada que asesoran al equipo de investigación en el diseño y la ejecución del experimento. Esta actuación podría consistir en una capacitación dirigida a un grupo determinado de miembros de la redacción. El objetivo es proporcionar conocimientos que influyan en las prácticas y la cultura organizacional con el fin último de obtener soluciones innovadoras en el trabajo cotidiano.

Para otorgar validez a los resultados, en el experimento se contará también con los correspondientes grupos de control, lo más parecidos posible a aquellos en los que finalmente se intervenga. Esos grupos de control podrán ser internos o externos en los casos estudiados, como secciones distintas dentro de un mismo medio de comunicación o departamentos similares en organizaciones de noticias diferentes.

3.5. Diagnóstico post, evaluación y transferencia de resultados

En el último año del proyecto se volverá a someter a los casos intervenidos a un diagnóstico empleando la misma herramienta OCAI y el índice innovador. Después del análisis, se compara si ha habido cambios en la relación entre la cultura organizacional y la innovación. El objetivo es explicar el impacto de la experimentación y, con los datos obtenidos, interpretar qué variables han sido más relevantes en la modificación.

Con los datos y experiencias de la intervención, se diseñará un programa formativo para transferir al ecosistema mediático. Los resultados y la configuración de este plan se distribuirán en abierto para realizar una transferencia directa y de primer orden de las buenas prácticas para la construcción de la innovación a nivel organizacional. Por un lado, se publicará una guía de buenas prácticas para la construcción de la innovación a nivel organizacional y, por otro, se ofrecerá un curso online sobre factores clave en la transformación cultural. Ambos productos podrían sintetizar los hallazgos del proyecto para ayudar a la reflexión científica y profesional en un conocimiento práctico del que tanto entidades mediáticas, como periodistas y profesores universitarios puedan beneficiarse.

Para asegurar que estos documentos llegan a este público, los resultados se enviarán a las principales entidades, asociaciones y colegios profesionales, y se presentarán en eventos y congresos, revistas y monográficos del sector. Estas vías de transferencia pondrán a disposición de la comunidad periodística unos informes, que podrán convertirse en un estándar o sujeto de nuevas acciones de transferencia.

4. Resultados

El apartado presenta un avance de resultados de la primera fase del proyecto, que consiste en la fundamentación teórica para diseñar la investigación y en tomar el pulso a la industria para ajustar los objetivos de transferencia del proyecto.

4.1. Revisión sistemática sobre cultura organizacional en periodismo

El estudio se centró en la identificación de los artículos publicados sobre cultura organizacional en medios de comunicación. Únicamente se incluyeron trabajos empíricos, por lo que se excluyeron todos aquellos artículos que fueran revisiones de la literatura, conceptuales o teóricos; que no atendieran como variable principal la cultura organizacional o que la muestra no fuera del entorno mediático.

En total, se identificaron 595 registros. Tras eliminar duplicados, quedaron 392 estudios únicos, los cuales pasaron a las siguientes etapas del análisis. En la fase de cribado, se revisaron cuidadosamente los títulos y resúmenes de esos 392 estudios, aplicando criterios claros para determinar cuáles eran relevantes para la investigación. Se descartaron aquellos que no cumplían con los requisitos establecidos, como no abordar directamente el tema o carecer del rigor necesario. Al final de esta fase, son 21 estudios considerados adecuados para un análisis más detallado.

Entre los primeros hallazgos, puede mencionarse que la mayoría de estudios se emplea como referencia el modelo de valores en competencia de Cameron y Quinn (2006). Con respecto al concepto, predomina la visión de Schein (2003), que define la cultura como un conjunto de valores, normas y supuestos compartidos que influyen en el comportamiento organizacional. El tipo de temas abordados son innovación digital, interacción interdepartamental y adaptación al cambio en organizaciones periodísticas y mediáticas. Los estudios comparten la visión aplicada de cultura y coinciden en que afecta a los procesos internos como la capacidad de innovación y adaptación en entornos cambiantes.

Entre los resultados más destacables, puede mencionarse que, en la industria de la radiodifusión coreana, culturas jerárquicas y orientadas al mercado restringen la innovación y la calidad

del periodismo, según Lee y Baek (2005). En Europa, las radios estudiantiles exhiben culturas predominantemente de clan y adhocracia y son proclives a fomentar así más la colaboración y la creatividad (Hautaniemi, 2022). En medios estadounidenses, la colaboración editorial-comercial plantea desafíos éticos y organizacionales, al mismo tiempo que abre espacios para nuevas dinámicas de innovación (Drew & Thomas, 2018).

Müller et al. (2019) han identificado barreras culturales que limitan la efectividad de la innovación digital, mientras que Daymon (2000) indaga sobre la importancia de la cohesión y el manejo de subculturas en organizaciones emergentes. En este sentido, los medios con culturas orientadas a la innovación tienden a adaptarse mejor a contextos disruptivos. La revisión sistemática también refuerza la idea de tensión entre las ambiciones innovadoras de las organizaciones mediáticas con sus valores periodísticos tradicionales. También se evidencia la influencia de la cultura en la definición de roles, la percepción de los valores organizativos y la efectividad de las estrategias innovadoras.

4.2. Revisión sistemática sobre la intervención en el campo del periodismo

Se identificaron 65 registros con los términos de búsqueda pertinentes (experiment AND training AND journalism), restringido a revistas. También se revisaron los títulos y resúmenes y se descartaron aquellos que, aun mencionando la realización de un experimento, no abordaban la intervención. De esta manera quedaron 23 referencias. En la segunda fase de lectura en profundidad, también se han descartado aquellos que no incluían intervenciones orientadas a la formación, además de dos referencias a las que no se puedo acceder. La revisión se centró finalmente en 14 trabajos adecuados.

La revisión ha detectado escasas experiencias de intervención en el campo periodístico, con metodologías diversas (desde encuestas y entrevistas semiestructuradas para evaluar motivaciones y competencias profesionales hasta herramientas estadísticas para analizar resultados o grupos de discusión), con un patrón poco definido y casi siempre a partir de instrumentos o modelos provenientes del campo de la empresa o la psicología y aplicados principalmente en otros ámbitos como la salud o la educación universitaria.

Entre los contados estudios experimentales realizados con periodistas, destaca el llevado a cabo en España por Gutiérrez-Caneda et al. (2023) con doce periodistas usando ChatGPT para analizar cómo aplican la IA en sus rutinas diarias. Para este experimento los autores emplearon el *cognitive walkthrough* o recorrido cognitivo, un método de evaluación en el que uno o más expertos realizan una serie de tareas y se formula una serie de preguntas desde la perspectiva del usuario (Polson et al., 1992).

Otra intervención desarrollada en Australia probó la viabilidad de una capacitación para ocho periodistas con el fin de mejorar su cobertura sobre temas médicos mediante un taller en línea de noventa minutos, seguido de entrevistas grupales y entrevistas en profundidad con profesores y estudiantes (Copp et al., 2022).

Entretanto, un grupo de investigadores de la De Paul University en EE.UU. evaluaron el uso de un prototipo de *machine learning* y visualización de datos para hacer más eficiente el trabajo periodístico a la hora de extraer información relevante de archivos y bases de datos extensas. Para ello realizaron

entrevistas a cuatro periodistas y analizaron después el modelo a partir de los resultados obtenidos (Yarlagadda et al., 2021).

En los estudios experimentales analizados que incluyen la participación de periodistas no se observan unos patrones comunes en las metodologías empleadas ni tampoco unos criterios de selección de los participantes demasiado exigentes. En estos casos, existe en ocasiones una selección deliberada para representar diferentes niveles de experiencia y sectores, un reclutamiento solo a partir de los contactos existentes de los investigadores, lo que implica arbitrariedad, o incluso con la única condición de ser un profesional acreditado.

Esta disparidad y falta de rigor en los procedimientos señalan la necesidad de establecer unas estrategias claras de ejecución del programa intervención en este proyecto, tanto en lo que respecta al diseño de las acciones, como a la formación de equipos de trabajo y también al método de selección de los sujetos que componen la población diana del estudio.

4.3. Focus groups

En la primera fase de revisión de los resultados se han identificado diferencias marcadas entre medios nacionales y locales. Los participantes de ámbito local enmarcan la cultura de sus medios desde prismas emocionales y cotidianos, y apelan a valores como la implicación, la conciliación y la resiliencia. Por su parte, los miembros del evento nacional se han centrado en temas más estratégicos y estructurales asi como la formación, misión empresarial y la estrategia editorial.

Un problema recurrente que se ha identificado en ambos grupos es la importancia de la comunicación interna efectiva, porque su ausencia dificulta la cooperación entre secciones y departamentos. También se aprecia un consenso en que la falta de recursos materiales y humanos afecta la capacidad de los medios para adaptarse a cambios tecnológicos y organizativos.

Los miembros del grupo local destacaron la precariedad laboral y la carga de trabajo como temas dominantes en su análisis. Por su parte, los participantes de medios nacionales manifestaron que la introducción de tecnologías se asocia a una cultura de aprendizaje intergeneracional, donde los profesionales más jóvenes actúan como impulsores del cambio.

En sendos grupos la innovación se ve como un objetivo clave, pero también se enfrenta con obstáculos como la resistencia al cambio y la carencia de herramientas y formación adecuada. En general, se destaca la necesidad de estructuras organizativas más horizontales que promuevan la colaboración y la flexibilidad para adaptarse a nuevos desafíos.

5. Discusión y conclusiones

El presente estudio presenta los primeros hallazgos de un proyecto de investigación que pretende analizar el impacto de la cultura organizacional en la capacidad innovadora de los medios. Se trata de una iniciativa que viene a cubrir un ángulo muerto en el campo de la innovación en periodismo al orientarse hacia la organización como unidad de estudio. En particular, lo hace desde el prisma

de la cultura como un recurso valioso para la creación de valor en las empresas periodísticas, tan importante como la estructura o los procesos de producción o distribución informativa.

La cultura organizacional es el conjunto de valores, creencias y prácticas compartidas que configuran las dinámicas internas de los medios. Por eso, diagnosticarla es un paso previo a la transformación y el cambio (Cameron & Quinn, 2006). La existencia de distintos tipos de culturas organizacionales y de subculturas dentro de los medios puede iluminar ámbitos de estudio hasta ahora ocultos, como su relación con la capacidad innovadora. Este trabajo se suma a una corriente de investigaciones enfocadas en aspectos organizacionales de la innovación, como el papel de la creatividad, el aprendizaje o la mentalidad de ensayo-error.

La perspectiva práctica desde la sociología de las redacciones suele ser protectora de los valores normativos del periodismo institucional. Por ese emotivo, incorporar la visión de la cultura organizacional desde un prisma funcional en nuestro campo puede aportar conocimientos y prácticas valiosas que generen mayor flexibilidad y adaptabilidad en los medios.

Entre los primeros avances del proyecto, la revisión sistemática ha evidenciado que, si bien existe un cuerpo teórico consolidado en torno a la innovación periodística, los estudios sobre cultura organizacional continúan siendo escasos y fragmentados en el ámbito mediático. La mayoría de los trabajos existentes coinciden en que culturas jerárquicas y orientadas al mercado tienden a restringir la innovación, mientras que culturas colaborativas (clan) y flexibles (adhocracia) fomentan la creatividad y la adaptación al cambio.

La revisión refuerza la necesidad de un enfoque más estructurado y cuantitativo que permita correlacionar la cultura con la capacidad innovadora de los medios. En la mayoría de los trabajos enfocados en este objeto de estudio dentro del periodismo, se emplea el instrumento OCAI para evaluarla, dentro del marco del *Competing Values Framework* (CVF) de Cameron y Quinn (2006).

La segunda parte de resultados provienen de los focus groups realizados a nivel nacional y local en España. Se han revelado diferencias significativas según la procedencia en cuanto a la percepción y vivencia de la cultura organizacional. Mientras que los medios locales enfatizan aspectos emocionales y operativos como la implicación y la resiliencia, los medios nacionales priorizan los elementos estratégicos y estructurales, como la misión empresarial y la formación.

No obstante, los resultados de sendos grupos focales coinciden en que la comunicación interna deficiente y la falta de recursos son barreras recurrentes que limitan la capacidad innovadora. También en estos encuentros se ha subrayado la importancia de los factores culturales en los procesos de cambio e innovación en los medios. La literatura y los hallazgos preliminares coinciden en que es posible modificar la cultura organizacional mediante acciones dirigidas, como programas de formación o estrategias de liderazgo participativo, para fomentar una mayor colaboración, flexibilidad y orientación hacia el cambio.

El trabajo requiere de una visión aplicada y multidisciplinar, que combine enfoques teóricos y metodológicos. Por ese motivo, la presencia en el equipo de académicos de la psicología organizacional resulta oportuna. Además de estudiar la relación entre cultura organizacional e

innovación periodística, esta visión multidisciplinar será útil para intervenir de forma deliberada en el ecosistema y así identificar los factores culturales que promueven o inhiben la innovación.

La intervención puede convertirse en un recurso valioso para transformar la cultura de las redacciones y mejorar su capacidad innovadora. Frente a la mayoría de los estudios previos que han abordado la innovación en periodismo desde perspectivas descriptivas, este proyecto introduce una metodología activa que mide el impacto directo de la intervención en la cultura organizacional de los medios.

El trabajo presenta algunas limitaciones que es necesario considerar. En primer lugar, se trata de un primer avance de resultados y carece de un trabajo de campo que permita validar las premisas del proyecto. En futuras fases, la intervención dependerá del grado de colaboración y participación de las organizaciones seleccionadas, lo cual puede condicionar los resultados. Además, la duración limitada del estudio podría limitar la capacidad de observar cambios culturales a largo plazo, dado que la transformación organizativa es un proceso progresivo.

Pese a estas limitaciones, el trabajo pone sobre la mesa la importancia de la cultura organizacional en la capacidad de adaptación e innovación de los medios. Los resultados pueden servir como una referencia práctica y replicable, y contribuirán al conocimiento de las redacciones desde la perspectiva organizacional.

Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía

- Concepción y enfoque del trabajo: Autor 1 y 2.
- Curación de datos: No aplica.
- Análisis formal: Autor 1 y 2.
- Adquisición de fondos: No aplica.
- Investigación: Autor 1 y 2.
- Metodología: Autor 1 y 2.
- Administración del proyecto: Autor 1.
- Recursos: No aplica.
- Software: No aplica.
- Supervisión: Autor 1 y 2.
- Visualización: Autor 1.
- Redacción: Autor 1 y 2.

Financiación

Este artículo es parte del proyecto de I+D+i PID2022-138078OB-I00, financiado por MICIU/AEI/10.13039/501100011033 y por FEDER, UE.

Semblanza de los autores

Miguel Carvajal es Profesor Titular de Periodismo en la Universidad Miguel Hernández. Doctor en Empresa Informativa por la Universidad de Navarra (2006), dirige el Grupo de Investigación en Comunicación de la Universidad Miguel Hernández de Elche. Su campo de estudio se centra en la innovación en periodismo y la transformación de los modelos de negocio de los medios.

José Luis Rojas Torrijos es Profesor Titular de Periodismo en la Universidad de Sevilla. Miembro del grupo de investigación Communication & Social Sciences, sus principales líneas de investigación son la innovación en periodismo, las narrativas digitales y el periodismo deportivo. Participa como docente en varios másteres y posgrados en universidades españolas y latinoamericanas.

Referencias

Baek, Y. M., & Youn, S. M. (2005). A study on subcultures of network TV corporations: On the case of Munhwa Broadcasting Corporation. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, *49*(3), 129-152.

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, *17*(1), 99-120. https://doi.org/10.1177/014920639101700108

Belair-Gagnon, V., & Steinke, A. J. (2020). Capturing digital news innovation research in organizations, 1990–2018. *Journalism Studies*, *21*(7), 1-20. https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1789496

Bendak, S., Shikhli, A. M., & Abdel-Razek, R. H. (2020). How changing organizational culture can enhance innovation: Development of the innovative culture enhancement framework. *Cogent Business & Management*, *7*(1), 1712125. https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1712125

Benson, R. (1999). Field theory in comparative context: A new paradigm for media studies. *Theory and Society*, *28*(3), 463-498. https://doi.org/10.1023/A:1006982529917

Boyles, J. L. (2015). The isolation of innovation. *Digital Journalism*, *3*(0), 1-18. https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1022193

Broersma, M., & Singer, J. B. (2020). Caught between innovation and tradition: Young journalists as normative change agents in the journalistic field. *Journalism Practice*, *14*(8), 1-18. https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1824125

Buschow, C., & Suhr, M. (2023). Organizations as innovations: Examining changes in journalism through the lens of newly-emerging organizations. *Media and Communication*, *12*(0). https://doi.org/10.17645/mac.7399

Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2006). *Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework* (Rev. ed.). Jossey-Bass.

Carvajal, M., Arias, F., Negredo, S., & Amoedo, A. (2015). Aproximación metodológica al estudio de la innovación en periodismo. *Observatorio (OBS)*, *9*(3), 15-31.

Carvajal, M., Mondéjar, D., Valero-Pastor, J. M., De-Lara, A., García-Avilés, J. A., & Árias-Robles, F. (2022). Las innovaciones periodísticas más destacadas en España (2010-2020): Características e impacto organizacional, industrial y social. *El Profesional de la Información*, *31*(4), e310304. https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.04

Carvajal, M., & Barinagarrementeria, I. (2021). The creation of branded content teams in Spanish news organizations and their implications for structures, professional roles and ethics. *Digital Journalism*, *9*(0), 1-21. https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1919535

Chan-Olmsted, S. M., & Jung, J. (2023). Mapping the evolution of media management and industry studies in *Journalism & Mass Communication Quarterly*: 100-year retrospective and future directions. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *100*(4), 847-874. https://doi.org/10.1177/10776990231200196

Chatman, J. A., & O'Reilly, C. A. (2016). Paradigm lost: Reinvigorating the study of organizational culture. *Research in Organizational Behavior*, (36), 199-224. https://doi.org/10.1016/j.riob.2016.11.004

Copp, T., Dakin, T., Nickel, B., Albarqouni, L., Mannix, L., McCaffery, K. J., Barratt, A., & Moynihan, R. (2022). Interventions to improve media coverage of medical research: A co-designed feasibility and acceptability study with Australian journalists. *BMJ Open*, *12*(6), 1-9. https://doi.org/10.1136/bmjopen-2022-062706

De-Lara-González, A., Árias-Robles, F., Carvajal-Prieto, M., & García-Avilés, J. A. (2015). Ranking de innovación periodística 2014 en España. Selección y análisis de 25 iniciativas. *El Profesional de la Información*, *24*(3), 235-245. https://doi.org/10.3145/epi.2015.may.02

Deuze, M. (2017). Considerando el futuro del periodismo digital. *Revista Mediterránea de Comunicación*, *8*(1), 9-18. https://doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.1.1

Dogruel, L. (2015). Innovation research in media management and economics: An integrative framework. *Journal of Media Business Studies*, *12*(3), 153-167. https://doi.org/10.1080/16522354.2015.1069478

Drew, K. K., & Thomas, R. J. (2018). From separation to collaboration. *Digital Journalism*, *6*(2), 196-215. https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1317217

Ekdale, B., Singer, J. B., Tully, M., & Harmsen, S. (2015). Making change: Diffusion of technological, relational, and cultural innovation in the newsroom. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *92*(4), 938-958. https://doi.org/10.1177/1077699015596337

Ferrucci, P., & Perreault, G. (2021). The liability of newness: Journalism, innovation and the issue of core competencies. *Journalism Studies*, *22*(0), 1-14. https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1916777

Gade, P. J., & Perry, E. L. (2003). Changing the newsroom culture: A four-year case study of organizational development at the St. Louis Post-Dispatch. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *80*(2), 327-347. https://doi.org/10.1177/107769900308000207

García-Avilés, J.-A. (2018). Innovación en laboratorios de medios: el caso de *El confidencial.LAB*. *El Profesional de la Información, 27*(2), 359. https://doi.org/10.3145/epi.2018.mar.14

García-Avilés, J.-A. (2021). Review article: Journalism innovation research, a diverse and flourishing field (2000-2020). *El Profesional de la Información, 30*(1). https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.10

García-Avilés, J.-A., Carvajal-Prieto, M., & Arias-Robles, F. (2018). Implantación de la innovación en los cibermedios españoles: Análisis de las percepciones de los periodistas. *Revista Latina de Comunicación Social*, *73*, 369–384. https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1260

Gobo, G. (2003). Sampling, representativeness and generalizability. En Seale, C., Silverman, D., Gubrium, J. F., & Gobo, G. (Eds.) *Qualitative Research Practice* (pp. 435-456). Sage.

González Alba, J. A., Caro González, F. J., Rojas Torrijos, J. L., & Pérez Curiel, C. (2023). Innovación en el periodismo desde perfiles no periodísticos. Estudio comparado de cinco *media labs* iberoamericanos. *Doxa Comunicación*, (37), 431-452.

Gutiérrez-Caneda, B., Vázquez-Herrero, J., & López-García, X. (2023). AI application in journalism: ChatGPT and the uses and risks of an emergent technology. *El Profesional de la Información, 32*(5). https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.14

Hautaniemi, A. (2022). Balancing the turbulence: Organizational values in European student radio. *Journal of Radio & Audio Media*, 31(2), 294–313. https://doi.org/10.1080/19376529.2022.2150193

Hogh-Janovsky, I., & Meier, K. (2021). Journalism innovation labs 2.0 in media organisations: A motor for transformation and constant learning. *Journalism and Media,* 2(3), 361-378. https://doi.org/10.3390/journalmedia2030022

Park, In-Kyu (2010). The Organizational Culture and the Limping along of KBS PD Journalism. *The Korean Journal of Humanities and the Social Sciences*, *34*(3), 299-322.

Jung, J. (2009). Assessing the organizational culture of the newspaper companies based on the competing values model. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 53*(4), 72-93.

Koivula, M., Villi, M., & Sivunen, A. (2020). Creativity and innovation in technology-mediated journalistic work: Mapping out enablers and constraints. *Digital Journalism, 11*(6), 906–923. https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1788962

Kosterich, A. (2021). Reengineering journalism: Product manager as news industry institutional entrepreneur. *Digital Journalism, 12*(9), 1348–1376. https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1903959

Kosterich, A., & Royal, C. (2023). Institutional arbitrageurs: The role of product managers as a locus of change in journalism. *Media and Communication,* (12),1-18. https://doi.org/10.17645/mac.7374

Küng, L. (2015). *Innovators in digital news*. Oxford University Press.

Küng, L. (2013). Innovation, technology and organisational change: Legacy media's big challenges. An introduction. In T. Sorsul & A. H. Krumsvik (Eds.), *Media innovations: A multidisciplinary study of change* (pp. 9–12). Nordicom.

Latour, B. (2005). *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. Oxford University Press.

Lin, C.-P. (2007). To share or not to share: Modeling tacit knowledge sharing, its mediators and antecedents. *Journal of Business Ethics, 70*(4), 411-428. https://doi.org/10.1007/s10551-006-9119-0

Lowrey, W. (2011). Institutionalism, news organizations and innovation. *Journalism Studies, 12*(1), 64-79. https://doi.org/10.1080/1461670X.2010.511954

Máynez-Guaderrama, A. I. (2016). Cultura y compromiso afectivo: ¿Influyen sobre la transferencia interna del conocimiento? *Contaduría y Administración, 61*(4), 666-681. https://doi.org/10.1016/j.cya.2016.06.003

Meier, K., Schützeneder, J., García Avilés, J. A., Valero-Pastor, J. M., Kaltenbrunner, A., Lugschitz, R., Porlezza, C., Ferri, G., Wyss, V., & Saner, M. (2022). Examining the Most Relevant Journalism Innovations: A Comparative Analysis of Five European Countries from 2010 to 2020. *Journalism and Media* (3), 698–714. https://doi.org/10.3390/journalmedia4020036

Meier, K., Graßl, M., García-Avilés, J.-A., Mondéjar, D., Kaltenbrunner, A., Lugschitz, R., Porlezza, C., Mazzoni, P., Wyss, V., & Saner, M. (2024). Innovations in journalism as complex interplay: Supportive and obstructive factors in international comparison. *Media and Communication,* (12). https://doi.org/10.17645/mac.7443

Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., & The PRISMA Group. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *PLoS Medicine*, *6*(7), e1000097. https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097

Müller, S. D., Obwegeser, N., Glud, J. V., & Johildarson, G. (2019). Digital innovation and organizational culture: The case of a Danish media company.

Naranjo-Valencia, J. C., Jiménez-Jiménez, D., & Sanz-Valle, R. (2016). Studying the links between organizational culture, innovation, and performance in Spanish companies. *Revista Latinoamericana de Psicología, 48*(1), 30-41. https://doi.org/10.1016/j.rlp.2015.09.009

Pavlik, J. V. (2013). Innovation and the future of journalism. *Digital Journalism, 1*(2), 181-193. https://doi.org/10.1080/21670811.2012.756666

Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., McGuinness, L. A., Stewart, L. A., Thomas, J., Tricco, A. C., Welch, V. A., Whiting, P., & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, *372*(71). https://doi.org/10.1136/bmj.n71

Paulussen, Steve (2016). Innovation in the Newsroom. In Tamara Witschge, C.W. Anderson, David Domingo & Alfred Hermida (eds.), The SAGE Handbook of Digital Journalism (pp. 192-206). Sage.

Polson, P. G., Lewis, C., Rieman, J., & Wharton, C. (1992). Cognitive walkthroughs: A method for theory-based evaluation of user interfaces. *International Journal of Man-Machine Studies, 36*(5), 741-773. https://doi.org/10.1016/0020-7373(92)90039-N

Porcu, O., Hermans, L., & Broersma, M. (2020). Unlocking the newsroom: Measuring journalists' perceptions of innovative learning culture. *Journalism Studies*, *21*(10), 1420–1438. https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1758956

Raetzsch, C. (2015). Innovation through practice. *Journalism Practice, 9*(1), 65-77. https://doi.org/10.1080/17512786.2014.928466

Raviola, E., & Dubini, P. (2016). The logic of practice in the practice of logics: Practicing journalism and its relationship with business in times of technological changes. *Journal of Cultural Economy, 9*(2), 197-213. https://doi.org/10.1080/17530350.2015.1103773

Rojas-Torrijos, J.L., & Herrera-Damas, S. (2023). *Manual de nuevos perfiles profesionales para el periodismo y la no ficción*. Tirant lo Blanch.

Ryfe, D. M. (2018). A practice approach to the study of news production. *Journalism: Theory, Practice & Criticism, 19*(2), 217-233. https://doi.org/10.1177/1464884917699854

Schein, E. H. (2003). The culture of media as viewed from an organizational culture perspective. *International Journal on Media Management, 5*(3), 171-172. https://doi.org/10.1080/14241270309390031

Schmitz Weiss, A., & Domingo, D. (2010). Innovation processes in online newsrooms as actor-networks and communities of practice. *New Media & Society, 12*(7), 1156-1171. https://doi.org/10.1177/1461444809360400

Spyridou, L.-P., Matsiola, M., Veglis, A., Kalliris, G., & Dimoulas, C. (2013). Journalism in a state of flux: Journalists as agents of technology innovation and emerging news practices. *International Communication Gazette*, *75*(1), 76–98. https://doi.org/10.1177/1748048512461763

Storsul, T., & Krumsvik, A. H. (Eds.). (2013). *Media innovations: A multidisciplinary study of change*. Nordicom.

Valero-Pastor, J. M., De Lara-González, A., García-Avilés, J.-A., Carvajal, M., Arias Robles, F., & Mondéjar Aráez, D. (2024). Don't say failed innovation, say failed implementation! The unsuccessful implementation of early paywalls and chatbots in the Spanish news market. *Journal of Media Business Studies, 21(2), 175–190*. https://doi.org/10.1080/16522354.2024.2306038

Valero-Pastor, J.-M., & Carvajal, M. (2017). Organización de equipos multidisciplinares: El periodismo de datos en *El País*.

Valero-Pastor, J. M., Carvajal, M., & García-Avilés, J.-A. (2019). Flujos de trabajo para el periodismo postindustrial: métodos y programas para una comunicación organizacional más ágil y transversal. *El Profesional de la Información, 28*(5). https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.14.

Wolf, C., Planer, R., & Godulla, A. (2024). The ecosystem of editorial product innovation: A systematic literature analysis on internal factors and external actors in journalistic media organisations. *Studies in Communication and Media*, 13(3), 317-346. https://doi.org/10.5771/2192-4007-2024-3-317

Yarlagadda, S., Scroggins, D. J., Cao, F., Devabhaktuni, Y., Buitron, F., & Brown, E. T. (2021). DocTable: Table-oriented interactive machine learning for text corpora. *IEEE Workshop on Machine Learning from User Interactions (MLUI)*, 1-11. https://doi.org/10.1109/MLUI54255.2021.00006

Zaragoza-Fuster, M.-T., & García-Avilés, J.-A. (2020). The role of innovation labs in advancing the relevance of public service media: The cases of BBC News Labs and RTVE Lab. *Communication & Society, 33*(1), 45-61. https://doi.org/10.15581/003.33.1.45-61

ÁMBITOS
REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

Nº 67 | ABRIL 2025
ISSN: 1139-1979 | E-ISSN: 1988-5733
10.12795/Ambitos.2025.i67.02

Revisión bibliográfica sobre el uso actual de la Inteligencia Artificial (IA) en la gestión corporativa para el desarrollo sostenible

Literature Review on the Current Use of Artificial Intelligence (AI) in Corporate Management for Sustainable Development

Raquel Martín López

Universidad Europea de Valencia | Paseo de la Alameda, 7, 46010 Valencia | España
0000-0002-7801-7780 | raquel.martin3@universidadeuropea.es

Jesús Martín López

Universidad Europea de Madrid | Calle Tajo, s/n, 28670 Villaviciosa de Odón, Madrid | España
0009-0001-7464-375X | 22376853@live.uem.es

Recepción 00/00/2025 · Aceptación 00/00/2025 · Publicación 00/00/2025 (Lo rellena el equipo editorial)

Resumen

La crisis medioambiental global ha generado una creciente preocupación por la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos. En este contexto, la Inteligencia Artificial (IA) emerge como una herramienta potencialmente transformadora. De ahí que, este estudio tiene como objetivo analizar los aportes científicos de la IA en la gestión corporativa, evaluando su capacidad para contribuir al desarrollo sostenible. Se postula, como hipótesis de partida, que los avances en IA pueden automatizar y optimizar procesos, promoviendo un uso eficiente de los recursos y la adopción de estrategias social y medioambientalmente responsables en el corto plazo. Para llevar a cabo esta investigación, se realizó una revisión bibliográfica exhaustiva de las principales bases de datos científicas, utilizando palabras clave relacionadas con "Inteligencia Artificial en empresas sostenibles" en la última década. Esta estrategia permitió identificar y analizar las publicaciones más relevantes y actuales sobre el tema. La revisión de la literatura revela un creciente cuerpo de conocimiento que respalda la hipótesis planteada. Los estudios analizados muestran que la IA puede desempeñar un papel crucial en la optimización de procesos corporativos, reduciendo el consumo de recursos y minimizando el impacto ambiental. Además, se destaca la capacidad de la IA para facilitar la toma de decisiones informadas y la implementación de prácticas sostenibles. Los hallazgos de esta revisión bibliográfica sugieren que la integración de la IA en la gestión corporativa puede ser una estrategia efectiva para avanzar hacia el desarrollo sostenible. Se recomienda continuar investigando y desarrollando aplicaciones de IA que contribuyan a la sostenibilidad corporativa.

Palabras clave: inteligencia artificial, gestión corporativa, desarrollo sostenible, sostenibilidad.

Abstract

The global environmental crisis has generated increasing concern for sustainability and efficient resource management. In this context, Artificial Intelligence (AI) emerges as a potentially transformative tool. Therefore, this

CC BY NC SA

study aims to analyze the scientific contributions of AI in corporate management, evaluating its capacity to contribute to sustainable development. The initial hypothesis posits that advances in AI can automate and optimize processes, promoting efficient resource use and the adoption of socially and environmentally responsible strategies in the short term. To conduct this research, an exhaustive bibliographic review of the main scientific databases was carried out, using keywords related to "Artificial Intelligence in sustainable companies" over the past decade. This strategy allowed for the identification and analysis of the most relevant and current publications on the topic. The literature review reveals a growing body of knowledge supporting the proposed hypothesis. The analyzed studies show that AI can play a crucial role in optimizing corporate processes, reducing resource consumption, and minimizing environmental impact. Additionally, AI's capacity to facilitate informed decision-making and the implementation of sustainable practices is highlighted. The findings of this bibliographic review suggest that integrating AI into corporate management can be an effective strategy for advancing sustainable development. It is recommended to continue researching and developing AI applications that contribute to corporate sustainability.

Keywords: *artificial intelligence, corporate management, sustainable development, sustainability.*

1. Introducción

La empresa tal y como se concibe en la actualidad tiene sus raíces en las estructuras comerciales y manufactureras de la Edad Media (Mazumdar, 1965). El auge de las empresas y el desarrollo de innovaciones instrumentales significativas en los ámbitos científico y técnico se materializaron durante la Revolución Industrial (Uzunkaya, 2020), periodo en el cual surgió la necesidad de una nueva forma de energía derivada de los combustibles fósiles (Zangari & Fukunaka, 2014).

La Primera Revolución Industrial, iniciada con la utilización de la máquina de vapor a finales del siglo XVIII, provocó un aumento en la demanda energética, lo que llevó al uso intensivo del carbón y a la explotación desmedida de los combustibles fósiles. Optaron por el carbón debido a su bajo costo y amplia disponibilidad, aunque resultó el más contaminante (Zangari & Fukunaka, 2014).

La Segunda Revolución Industrial fue un periodo de transformación económica impulsado por la innovación tecnológica y la adopción de nuevas fuentes de energía como el petróleo y el gas natural, sin abandonar el uso del carbón. Dicho periodo supuso una descarbonización relativa en el uso de combustibles fósiles (Redko & Vovchenko, 2023). La Segunda Revolución Industrial fue crucial en la historia económica, destacándose por el papel fundamental de las grandes empresas industriales y el capital humano en el fomento de la investigación y el desarrollo, lo que condujo a un crecimiento económico sostenido y a mejoras significativas en los estándares de vida (Cinnirella & Streb, 2017).

La filantropía moderna, iniciada por figuras como Andrew Carnegie y John D. Rockefeller a finales del siglo XIX, representó un cambio significativo de la caridad tradicional a un enfoque más institucionalizado y estratégico. Estos industriales donaron millones de dólares a la educación, la ciencia y otras causas humanitarias. Aunque sus esfuerzos fueron en gran medida beneficiosos para la sociedad, también fueron criticados por su potencial para consolidar el poder y la influencia de los ricos (Zhulina, 2018). Esta evolución sentó las bases para la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), de la cual las empresas reconocen su deber hacia la sociedad y el medio ambiente (Dolan & Barrero, 2021).

Entre los primeros modelos de responsabilidad social enfocados hacia los trabajadores y sus familias, destacan dos: el capitalismo del bienestar y el paternalismo industrial. El primero, se caracterizó por mejorar las condiciones laborales y regular el trabajo infantil, logrando avances significativos durante las dos revoluciones industriales, así como horarios más equilibrados y beneficios médicos. El segundo, se refiere a las políticas sociales implementadas por las empresas para satisfacer algunas necesidades de los empleados: proporcionar viviendas, pero generó críticas por la dependencia que creaba en los trabajadores hacia la empresa (Dolan & Barrero, 2021).

Estos movimientos fueron la antesala de lo que hoy conocemos como Responsabilidad Social Corporativa (RSC), la cual cobró gran importancia en las últimas décadas del siglo XX y las primeras XXI (Carroll, 2015; Marens, 2013).

A partir de1960 la preocupación medioambiental y social fue creciendo paulatinamente, aunque también surgieron resistencias, como la de Friedman (1970), quien afirmó que "la responsabilidad social de las empresas es aumentar sus beneficios". En 1972, se publicó el informe *Los límites del crecimiento*, que abordaba las implicaciones ecológicas de mantener el crecimiento económico y demográfico (Meadows et al., 1972).

Este informe tuvo un impacto significativo, propiciando la aparición de Organizaciones No Gubernamentales (ONG), las cuales están enfocadas en diversas temáticas, muchas de ellas en defensa y protección del medio ambiente. Estas organizaciones comenzaron a exigir a las empresas que asumieran la responsabilidad de los impactos generados por sus actividades. Este movimiento enfrentó la resistencia del pensamiento de Friedman y la "mano invisible" de Adam Smith (Lerner et al., 2016).

En la década siguiente ocurrieron grandes desastres medioambientales y sociales, cuya responsabilidad recaía en entidades empresariales, lo que incrementó la preocupación por la sostenibilidad y la gestión eficiente de recursos entre los ciudadanos. Un ejemplo de ello fue el derrame del petrolero Exxon Valdez en 1989, que generó un conflicto entre la ciencia y la defensa del medio ambiente (Wiens, 1996).

Con el cambio de milenio las empresas comenzaron a ver la RSC como una oportunidad, considerándola un elemento crucial para el éxito empresarial. Actualmente, las empresas han avanzado y ejercen prácticas de sostenibilidad más complejas y refinadas (Silos et al., 2018).

En un entorno donde las empresas recurren cada vez más a las tecnologías digitales, muchas están perfeccionando sus actividades de RSC mediante el uso de estas tecnologías, enfocándose en mejorar la eficacia, la comunicación con las partes interesadas y la competitividad en el mercado (Atanasov et al., 2023). En este contexto, la IA emerge como una herramienta potencialmente que se considera un transformador significativo.

En este sentido, el propósito de esta contribución es delinear el estado actual de la investigación científica en el ámbito de la integración de la IA en la gestión corporativa, con el fin de alcanzar el desarrollo sostenible en la contemporaneidad. En particular, nos enfocamos en llevar a cabo una revisión bibliográfica sobre los avances actuales en IA que facilitan la automatización de procesos y la mejora en la eficiencia de recursos. Además, se examinan las mejoras en la gestión de la cadena

de suministro y de los recursos humanos, así como las estrategias para optimizar la innovación y el desarrollo de productos sostenibles mediante el uso de la IA.

La presente comunicación se vincula con la comunicación corporativa al vincular una transformación en la manera en que las empresas comunican sus estrategias y resultados, gracias a la implementación de la IA. Debido a que la IA puede mejorar la comunicación interna y externa, facilitando la toma de decisiones informadas y la transparencia en la gestión de recursos y sostenibilidad.

Para lograr este objetivo, se ha realizado una exhaustiva revisión bibliográfica utilizando las bases de datos más prestigiosas a nivel mundial, empleando palabras clave relacionadas con "Inteligencia Artificial en empresas sostenibles" en la última década, optando, por tanto, por palabras clave amplias para que no se omitan estudios interesantes. Se han seleccionado investigaciones basadas en revisiones sistemáticas de información sobre cada una de las temáticas vinculadas al objeto de estudio de esta investigación. Esta metodología ha permitido identificar y analizar las publicaciones más relevantes y actuales sobre el tema, lo que excluye estudios no publicados y los estudios que se han quedado desactualizados como consecuencia de la rápida evolución de la IA.

La relevancia de la bibliografía seleccionada en la investigación sobre el uso de la IA en la gestión corporativa para el desarrollo sostenible se fundamenta en varios aspectos clave. En primer lugar, la selección incluye estudios recientes y rigurosos que reflejan el estado de la IA y su aplicación en la gestión empresarial. Estos estudios, sometidos a procesos de revisión por pares, garantizan la calidad y validez de los hallazgos presentados. Además, la diversidad de fuentes abarcadas proporciona una visión integral y multifacética del tema, cubriendo aspectos cruciales como la automatización de procesos, la eficiencia de recursos, la gestión de la cadena de suministro, y la innovación en productos sostenibles. La inclusión de investigaciones ampliamente citadas y reconocidas en la comunidad científica refuerza aún más la pertinencia y el impacto de la bibliografía utilizada.

Asimismo, la interdisciplinariedad de las investigaciones, que incorporan perspectivas de la ingeniería, la economía, la gestión empresarial y las ciencias sociales, enriquece el análisis y asegura que las soluciones propuestas sean holísticas y aplicables en diversos contextos. En conjunto, estos argumentos destacan la calidad y la pertinencia de la bibliografía seleccionada, justificando su relevancia para avanzar en el conocimiento y la práctica de la gestión sostenible mediante el uso de la IA.

Nuestra hipótesis de partida postula que los avances en IA pueden automatizar procesos y mejorar la eficiencia de los recursos, haciendo viables a corto plazo las estrategias corporativas responsables desde el punto de vista social y medioambiental.

2. Avances en la IA que permiten automatizar procesos y mejorar la eficiencia de recursos

La investigación de Waltersmann et al. (2021) se centra en cómo las aplicaciones de IA pueden mejorar la eficiencia de los recursos en las empresas manufactureras. Este artículo revisa y analiza cómo dichas aplicaciones pueden aumentar la eficiencia de los recursos, tales como la energía, los materiales y el agua, en el contexto de la producción industrial.

De ahí que, se destacan en concreto varios usos como lo son el mantenimiento predictivo, con la prevención de fallos y optimización del mantenimiento de equipos; la planificación de la producción, con la mejora en la programación y gestión de la producción; y, el aumento de la eficiencia energética, con la reducción del consumo de energía en los procesos productivos. Esta primera revisión sistemática de información concluye en que se ha avanzado en la aplicación de la IA para mejorar la eficiencia de los recursos, pero se destaca la necesidad de más investigación que considere explícitamente la sostenibilidad en el desarrollo y uso de las soluciones de IA.

En este sentido, Moraes et al. (2022) realiza un análisis de las tecnologías enfocadas en la automatización de procesos empresariales con base en la IA (BPM), donde se propone un marco conceptual para integrar las herramientas de IA en los procesos organizativos y enfocándose en la mejora de la eficiencia operativa y la optimización de recursos.

Los principales hallazgos de esta segunda investigación son, en primer lugar, que la IA combinada con herramientas como la automatización de robótica de procesos (RPA), contribuye a automatizar tareas repetitivas y a mejorar la agilidad en la toma de decisiones. Lo que permite que las empresas utilicen sus recursos en actividades estratégicas y de mayor valor agregado. En segundo lugar, se destacan mejoras en la eficiencia operativa, reducción de costos y en la capacidad de dar respuesta a las demandas del mercado. En tercer lugar, se enuncia que existe existen desafíos éticos y sociales, como la ciberseguridad; por lo que se promueve una transformación digital responsable. En cuarto lugar, se identifican lagunas en la literatura, como la falta de estudios sobre la madurez tecnológica de las organizaciones y los factores culturales que afectan a la integración de la IA.

Por lo que, Moraes et al. (2022) consideran que la adopción de la IA puede ser una herramienta clave para la transformación digital de las empresas, siempre y cuando se gestione de una forma estratégica y responsable.

La investigación de Gomes et al. (2022) propone un análisis sistemático de métodos basados en la IA aplicados en los procesos empresariales, cuyo objetivo principal es la identificación de herramientas de IA para automatizar y optimizar procesos, buscando con ello la mejora de la eficiencia de los recursos y la toma de decisiones en diversas áreas empresariales. El estudio se centra en tecnologías como *Machine Learning* (ML), *Deep Learning*, Procesamiento del Lenguaje Natural (NLP) y la RPA.

Los principales hallazgos de esta última investigación se basan, en primer lugar, en que herramientas como RPA en combinación con algoritmos de ML, permiten automatizar procesos rutinarios, reduciendo costos y tiempos. En segundo lugar, que la IA facilita la gestión inteligente de recursos, disminuyendo la intervención humana y minimizando los errores operativos. En tercer lugar, mediante el análisis predictivo y la minería de datos, las empresas pueden tomar decisiones más informadas y estratégicas. En cuarto lugar, que la implementación de estas tecnologías impulsa la transformación digital en múltiples industrias, aumentando su competitividad y sostenibilidad.

Gomes et al. (2022) concluyen que la IA en los procesos comerciales puede automatizar tareas, pero, además, generar innovación, con la mejora del rendimiento organizacional y optimización del uso de recursos, lo que permite a las empresas adaptarse a los desafíos actuales y futuros.

En la Tabla 1, se puede observar la relación de las tres investigaciones citadas previamente, que tienen como punto de encuentro que la IA permite la automatización y mejora de los procesos.

Tabla 1

Revisiones sistemáticas sobre los avances en la IA que permiten automatizar procesos y mejorar la eficiencia de recursos

Artículo	Enfoque	Principales hallazgos
Waltersmann et al. (2021)	Eficiencia de los recursos en empresas manufactureras	La IA influye en: • El impacto de la eficiencia energética • En las emisiones de GEI al estar estrechamente vinculado con la energía • Eficiencia de los recursos, materiales y del agua • Análisis de tendencias • Gestión de instalaciones y logística
Moraes et al. (2022)	Automatización de procesos integrada con IA	• Análisis sobre procesos de Automatización Robótica de Procesos (RPA) y de Gestión de Procesos de Negocios (BPM) • Existe más investigaciones en lo referente a Automatización Robótica de Procesos (RPA)
Gomes et al. (2022)	Identificación de métodos de automatización de tareas y ayudas para analistas en la toma de decisiones en procesos comerciales	• Categorías de minerías de procesos • Métodos minorías de procesos: descubrimiento, conformidad, seguridad, soporte, de apoyo de toma de decisiones, de mejora de procesos

Fuente. Elaboración propia a partir de Waltersmann et al. (2021), Moraes et al. (2022) y Gomes et al. (2022).

3. Aplicación de la IA en la gestión de cadena de suministro

Baryannis et al. (2018) exponen que la IA puede aplicarse en la gestión de riesgos de la cadena de suministros (SCRM). Las técnicas de IA contribuyen a la identificación, evaluación y mitigación de riesgos en las cadenas de suministros, la cual se expone riesgos que conllevan incertidumbre y eventos inesperados que pueden afectar negativamente en su funcionamiento. Las diferentes técnicas identificadas de IA incluyen desde la programación matemática, el ML y hasta el análisis *big data*. Estas técnicas abordan tareas específicas como la identificación, evaluación y respuesta ante situaciones inesperadas.

Pournader et al. (2021) advierten cómo la IA se convierte en una fuente transformadora para la gestión de la cadena de suministro (SCM). Las aplicaciones actuales de la IA presentes en diferentes áreas del SCM consiguen optimizar los procesos y reducir los costes operativos. Además, mencionan cómo estas herramientas contribuyen al desarrollo sostenible y la resiliencia de las cadenas de suministro.

Estos autores concluyen que la IA permite la predicción de la demanda, la planificación de inventarios y la optimización de rutas logísticas. Asimismo, la IA ayuda a identificar y reducir los riesgos en la cadena de suministro realizando un análisis predictivo, lo que implica una respuesta rápida ante

desastres naturales, conflictos económicos o pandemias. Por último, el uso de RPA y sistemas de automatización, reducen los costos operativos y mejora los procesos de selección de proveedores y control de inventarios.

Por su parte, Toorajipour et al. (2021) analizan las aplicaciones actuales y potenciales de la IA en la SCM. También destacan que las **técnicas de la IA predominantes son el ML, el NLP** y algoritmos de automatización, que se utilizan en diversas etapas de la cadena de suministro; por ejemplo, en la logística, en la producción y en la gestión de inventarios, como se puede observar en la Tabla 2. Además, se cita que la IA mejora la eficiencia en el manejo de los datos, predicción de la demanda, optimización de rutas de transporte y procesos de toma de decisiones en tiempo real. Asimismo, dichos autores advierten que las áreas con mayor potencial de mejora incluyen una colaboración estrecha entre la IA y procesos humanos para la toma de decisiones estratégicas.

Tabla 2

Revisiones sistemáticas sobre la aplicación de la IA en la gestión de cadena de suministro

Artículo	Enfoque	Principales hallazgos
Baryannis et al. (2018)	Gestión de riesgos en la gestión de la cadena de suministros	• Las técnicas de IA son adecuadas para la gestión de riesgos de la cadena de suministro, abordando problemas como la identificación, la evaluación y la respuesta • Definiciones y clasificaciones del riesgo de la cadena de suministro utilizando la IA
Pournader et al. (2021)	Aplicaciones de la IA en la gestión de la cadena de suministro	• Clasificación de los estudios de la IA en categorías: detección e interacción, aprendizaje y toma de decisiones • Hoja de ruta hacia futuros estudios sobre la IA aplicada en la gestión de la cadena de suministro
Toorajipour et al. (2021)	Técnicas actuales y potenciales de la IA en la gestión de la cadena de suministro	• Las técnicas de IA pueden mejorar la gestión de la cadena de suministro al mejorar los subcampos de logística, marketing, cadena de suministro y producción • Categorización de las técnicas de IA según campos (marketing, logística, producción y cadena de suministro) • Técnicas de IA más estudiadas en la literatura de en la gestión de la cadena de suministro

Fuente. Elaboración propia a partir de Baryannis et al. (2018), Pournader et al. (2021) y Toorajipour et al. (2021).

La IA aplicada en la gestión de la cadena de suministros puede optimizar la logística y la comunicación entre diferentes actores involucrados. Además, de que incluye la coordinación y el intercambio de información en tiempo real, siendo crucial para la eficiencia y la resiliencia de la cadena de suministro.

4. Incorporación de la IA en la gestión de Recursos Humanos

Budhwar et al. (2022) exponen que la IA está transformando la gestión internacional de los Recursos Humanos (RR.HH.), lo cual supone un gran reto para la presente investigación. Estos autores

destacan que la IA se está integrando en funciones clave del área de Recursos Humanos (RR.HH.), como la contratación, retención de talento y toma de decisiones estratégicas, tanto a nivel local como internacional.

Dichos autores concluyen en que la IA permite automatizar tareas repetitivas, optimizar la toma de decisiones basada en datos y mejorar la eficiencia en la gestión del talento. Lo que va a influir directamente en cómo las empresas multinacionales gestionan a su personal, especialmente en un contexto global. Se debe tener en cuenta que, a pesar de los beneficios, también existen barreras importantes, asi como la falta de adopción generalizada, preocupaciones éticas y la necesidad de adaptación cultural.

Azfal et al. (2023) mencioanan, en la misma línea que los anteriores autores citados, que la IA tiene un impacto positivo en cuatro dimensiones de la gestión de recursos humanos (HRM); en concreto, en la fase de reclutamiento, formación y desarrollo de empleados, gestión del desempeño y evaluación de salarios. Por su parte, Jatobá et al. (2023), también establecen cuatro dimensiones, que ellos denominan clústeres, que son: Recursos Humanos Estratégico, reclutamiento, formación y futuro del trabajo. La aplicación de la IA en la gestión de los Recursos Humanos Estratégico se enfoca como medio para maximizar beneficios y el desarrollo general de la organización, como se puede ver en la Tabla 3.

Azfal et al. (2023) mencionan que, a pesar de esta aceptación de la IA en este ámbito, existen una serie de desafíos significativos como la identificación de datos, la creación de datos no sesgados y el trabajo en la felicidad de los empleados. Además, identifican lagunas en la literatura que abren nuevas oportunidades para futuras investigaciones, especialmente en las áreas de estrategias de recursos humanos y gestión de las relaciones con empleados, que aún está en fase experimental.

Tabla 3

Revisiones sistemáticas sobre la incorporación de la IA en la gestión de recursos humanos

Artículo	Enfoque	Principales hallazgos
Budhwar et al. (2022)	Aplicaciones basadas en IA en la gestión de los RR.HH.	• Las aplicaciones basadas en IA en la gestión de RR.HH. han cambiado la organización del trabajo, la utilización de recursos, la toma de decisiones y la resolución de problemas • Se destaca que la investigación sobre el tema es limitada y fragmentada
Afzal et al. (2023)	Repercusiones del uso de la IA en las dimensiones de los RR.HH.	La IA afecta positivamente a cuatro dimensiones de la teoría de gestión de RR.HH.: reclutamiento, capacitación, gestión del desempeño y evaluación salarial.
Jatobá et al. (2023)	Beneficios del uso de la IA en el departamento de RR.HH.	La adopción de la IA en la gestión de RR.HH. puede conducir a la maximización de las ganancias y al desarrollo general de la organización, siendo los RR.HH. estratégicos y la IA áreas clave para la mejora.

Fuente. Elaboración propia a partir de Budhwar et al. (2022), Afzal et al. (2023) y Jatobá et al. (2023).

La IA en la gestión de Recursos Humanos puede mejorar la comunicación y la gestión del talento. Esto incluye procesos de reclutamiento, formación y desarrollo, así como la retención de empleados. La IA

puede ayudar a identificar las necesidades de comunicación y formación, mejorando la satisfacción y el rendimiento de los empleados.

5. Innovación y desarrollo de productos sostenibles haciendo uso de la IA

Nishant et al. (2020) examinan cómo la IA puede contribuir a la sostenibilidad, abordando tanto los desafíos como las oportunidades que presenta. Entre los desafíos se encuentran: excesiva dependencia de datos históricos de modelos de aprendizaje automático, respuestas humanas inciertas a las intervenciones basada en IA, riesgos aumentados de ciberseguridad, impactos adversos de las aplicaciones de IA y dificultades para medir los efectos de las estrategias de intervención. En lo referente a las oportunidades, la IA tiene el potencial de transformar las prácticas empresariales y abordar problemas sociales importantes, como la crisis climática, al facilitar la gobernanza ambiental y reducir la intensidad del uso de recursos naturales y energía.

Estos autores, Nishant et al. (2020), sugieren que, para futuras líneas de investigación enfocadas en IA y sostenibilidad, se incorporen enfoques de sistemas dinámicos, consideraciones psicológicas y sociológicas y valoraciones económicas para mostrar cómo la IA puede ofrecer soluciones inmediatas sin introducir amenazas a largo plazo para la sostenibilidad ambiental, como se puede observar en la Tabla 4.

Di Vaio et al. (2020) analizan, en concreto, el papel de la IA en la construcción de Modelos de Negocios Sostenibles (SBMs) en el contexto de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), destacando la conexión existente entre el ODS 12 (producción y consumo responsables) para facilitar el cambio cultural necesario para que las empresas alcancen los ODS. Los principales hallazgos que exponen son que la IA puede influir en los patrones de producción y consumo para lograr una gestión sostenible de los recursos. Pero se deben tener en cuenta los desafíos éticos, sociales, económicos y legales asociados con la implementación de la IA en los SBMs. De hecho, estos autores subrayan la importancia de los Sistemas de Gestión del Conocimiento (KMS) en la difusión cultural hacia la adopción de la IA para los SBMs.

Chaudhuri et al. (2022) examinan el impacto del dinamismo de la IA en la sostenibilidad en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES). Las características organizacionales, situacionales, tecnológicas e individuales influyen en la implementación de tecnologías de IA en las pymes para lograr la sostenibilidad. Por otra parte, el soporte tecnológico y de liderazgo actúa como moderador en la relación entre la implementación de IA y sostenibilidad, facilitando la adopción de estas tecnologías en las empresas, y con ello, mejorando la eficiencia operativa y promoviendo la sostenibilidad.

La comunicación de las iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es fundamental para la reputación y la imagen de la empresa. La IA puede ayudar a monitorizar y reportar el impacto de las actividades sostenibles, mejorando la comunicación con los stakeholders y la sociedad en general.

Tabla 4

Revisiones sistemáticas sobre la innovación y desarrollo de productos sostenibles haciendo uso de la IA

Artículo	Enfoque	Principales hallazgos
Nishant et al. (2020)	Intensidad energética y recursos naturales	• La IA puede respaldar procesos organizacionales y prácticas individuales culturalmente apropiadas para reducir la intensidad energética y de los recursos naturales de las actividades humanas, fomentando así la gobernanza ambiental. • La IA puede ofrecer soluciones inmediatas sin introducir amenazas a largo plazo a la sostenibilidad ambiental.
Di Vaio et al. (2020)	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	• La IA puede influir en patrones de producción y consumo para lograr una gestión sostenible de los recursos de acuerdo con los ODS • Los resultados destacan la importancia de la IA para que en la construcción de modelos de negocios sostenibles se cumplan los ODS, en especial el ODS 12 • Todavía hay lagunas en los fundamentos que vinculan la IA y el desarrollo sostenible
Chaudhuri et al. (2022)	Pequeñas y Medianas Empresas (PYME)	La implementación de tecnologías de IA en una pyme se puede ver afectada por características organizacionales, situaciones, tecnológicas e individuales; y el apoyo tecnológico y de liderazgo actúa como moderadores.

Fuente. Elaboración propia a partir de Nishant et al. (2022), Vaio et al. (2023) y Chaudhuri et al. (2023).

6. Discusión y conclusiones

La revisión de las investigaciones sobre la aplicación de la IA en la mejora de la eficiencia de los recursos y la sostenibilidad en las empresas manufactureras y otros sectores industriales, ofrece una perspectiva fascinante y multifacética sobre el potencial transformador de estas tecnologías. La IA, con su capacidad de optimizar procesos, reducir costos y mejorar la toma de decisiones, se presenta como una herramienta poderosa para enfrentar los desafíos contemporáneos de la industria.

Uno de los aspectos más destacados es el uso de la IA en el mantenimiento predictivo. La capacidad de prever fallos y optimizar el mantenimiento de equipos no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también prolonga la vida útil de los activos, reduciendo así el desperdicio y el consumo de los recursos. Esta aplicación, específica de la IA, demuestra cómo la tecnología puede ser utilizada para crear sistemas más resilientes y sostenibles.

La planificación de la producción es otro campo donde la IA muestra un gran potencial. Al mejorar la programación y gestión de la producción, las empresas pueden responder de manera más ágil a las demandas del mercado, reduciendo tiempos de inactividad y optimizando el uso de materiales y energía. Esta capacidad de adaptación es crucial en un entorno empresarial cada vez más dinámico y competitivo.

La eficiencia energética es un tema central en la discusión sobre sostenibilidad. La IA puede desempeñar un papel crucial en la reducción del consumo de energía en los procesos productivos, lo que no solo tiene beneficios económicos, sino también ambientales. La capacidad de la IA para

analizar grandes volúmenes de datos y encontrar patrones que los humanos podrían pasar por alto es fundamental para identificar oportunidades de ahorro energético.

Sin embargo, a pesar de estos avances, las investigaciones de esta temática subrayan la necesidad de más estudios que consideren explícitamente la sostenibilidad en el desarrollo y uso de las soluciones de IA. La sostenibilidad no debe de ser una consideración secundaria, sino un componente integral del diseño y la implementación de tecnologías de IA. Esto requiere un enfoque interdisciplinario que combine conocimientos técnicos con una comprensión profunda de los impactos sociales y ambientales.

La automatización de procesos empresariales basada en IA, especialmente cuando se combina con la RPA, está ayudando a las empresas a automatizar tareas repetitivas y a mejorar la agilidad en la toma de decisiones. Esto permite a las empresas enfocarse en actividades estratégicas y de mayor valor agregado, lo que es esencial para mantener la competencia en un mercado globalizado. Sin embargo, esta transformación digital también plantea desafíos éticos y sociales, como la ciberseguridad y la posible pérdida de empleos. Es crucial que las empresas adopten un enfoque responsable y estratégico en la implementación de estas tecnologías.

La gestión inteligente de recursos mediante IA, incluyendo tecnologías como ML, *Deep Learning* y NLP, facilita la toma de decisiones más informadas y estratégicas. La capacidad de la IA para analizar datos y proporcionar *insights* valiosos puede impulsar la innovación y mejorar el rendimiento organizacional. No obstante, es necesario abordar las lagunas en la literatura sobre la madurez tecnológica y los factores culturales que afectan a la integración de la IA.

En concreto, en lo referente a la madurez tecnológica, la literatura actual carece de estudios que evalúen el nivel de madurez tecnológica de las organizaciones en adopción de IA. Esto incluye la capacidad de las empresas para implementar y mantener tecnologías de IA de manera efectiva. Además, no existen suficientes investigaciones que analicen cómo las empresas se preparan para integrar la IA, incluyendo la infraestructura tecnológica, la capacidad del personal y la adaptación de procesos.

Por otro lado, en lo referente a los factores culturales, se requiere de investigaciones que analicen cómo la cultura organizacional puede ser resistente a la adopción de nuevas tecnologías, incluyendo la falta de aceptación por parte de empleados y de la dirección. Además, de cómo las diferencias culturales entre regiones y países, y las diferentes percepciones éticas y valores culturales, pueden influir en la adopción de la IA. Estos factores culturales limitan el uso de la IA, y con ello, generar diversos problemas, asi como puede ser el retraso en la adopción de tecnologías innovadoras, que a su vez puede afectar a la competitividad de la empresa.

La revisión de las investigaciones sobre la aplicación de la IA en la gestión de riesgos y la optimización de la cadena de suministro ofrece una visión de cómo la IA, se presenta como una herramienta indispensable para enfrentar los desafíos contemporáneos en la gestión de la cadena de suministro. Uno de los aspectos más destacados es la capacidad de la IA para identificar, evaluar y mitigar riesgos en la cadena de suministro. En un entorno empresarial caracterizado por la incertidumbre y la volatilidad, la capacidad de prever y responder a eventos inesperados es crucial. Las técnicas de IA, como el ML y el análisis de *big data*, permiten a las empresas anticipar problemas potenciales y tomar medidas preventivas, lo que mejora la resiliencia y la continuidad del negocio.

La optimización de procesos es otro campo de la IA muestra un gran potencial. La predicción de la demanda, la planificación de inventarios y la optimización de rutas logísticas son áreas clave donde la IA pueden generar mejoras significativas. Estas aplicaciones no solo reducen los costos operativos, sino que también mejoran la eficiencia y la capacidad de respuesta de las empresas. En un mercado globalizado y altamente competitivo, la capacidad de adaptarse rápidamente a las demandas cambiantes del mercado es una ventaja estratégica.

La IA también está revolucionando la gestión internacional de recursos humanos, al integrarse en funciones clave como son la contratación, la retención del talento y la toma de decisiones estratégicas. Esta integración permite optimizar la toma de decisiones basada en datos y mejorar la eficiencia de la gestión del talento. Esto tiene un impacto directo en la forma en que las empresas multinacionales gestionan a su personal en un contexto global. La aplicación de la IA en la gestión de recursos humanos estratégicos se enfoca en maximizar beneficios y el desarrollo general de la organización. Es crucial abordar los desafíos relacionados con la identificación y creación de datos no sesgados, así como el trabajo en la felicidad de los empleados. La implementación ética y responsable de la IA es fundamental para garantizar que los beneficios de la tecnología se maximicen mientras se minimizan los riesgos.

La implementación de la IA en la innovación y desarrollo de productos sostenibles requiere una comprensión profunda de las dinámicas sociales y psicológicas para asegurar que las soluciones tecnológicas sean aceptadas y efectivas. Los riesgos aumentados de ciberseguridad también son una preocupación crítica. A medida en que las empresas dependen más de la IA, la protección de datos y la seguridad de los sistemas se vuelven esenciales para evitar vulnerabilidades que pueden ser explotadas.

Los impactos adversos de las aplicaciones de la IA y las dificultades para medir los efectos de las estrategias de intervención son desafíos adicionales que deben ser abordados. La IA puede tener consecuencias no deseadas, como la exacerbación de desigualdades sociales o la creación de nuevos problemas ambientales. Por lo tanto, es crucial desarrollar marcos de regulación robustos que puedan medir de manera precisa y holística los efectos de las intervenciones basadas en IA.

Por otro lado, las oportunidades que presenta la IA son igualmente notables. La IA puede facilitar la gobernanza ambiental al proporcionar herramientas para el monitoreo y la gestión de recursos naturales. Al reducir la intensidad del uso de recursos y energía, la IA puede ayudar a mitigar la crisis climática y promover prácticas empresariales más sostenibles. La construcción de modelos de negocios sostenibles en el contexto de los ODS es un área prometedora donde la IA puede desempeñar un papel crucial. La IA no solo optimiza procesos y recursos, sino que también transforma la manera en la que las empresas comunican sus actividades, estrategias y resultados, y por tanto, se facilita la toma de decisiones informadas.

En referencia a todo lo expuesto, se quieren citar cuatro conclusiones:

- Conclusión 1. La revisión de la literatura revela un creciente cuerpo de conocimiento que respalda la hipótesis de partida planteada en la investigación. Es decir, que los avances en IA pueden automatizar procesos y mejorar la eficiencia de los recursos, haciendo viables a corto plazo las estrategias corporativas responsables desde el punto de vista social y medioambiental.

- Conclusión 2. Los estudios analizados muestran que la IA puede desempeñar un papel crucial en la optimización de procesos corporativos, reduciendo el consumo de recursos y minimizando el impacto ambiental. Sin embargo, para aprovechar plenamente estos beneficios, es esencial que las empresas adopten un enfoque holístico y responsable, considerando tanto los aspectos técnicos como los impactos sociales y ambientales de estas tecnologías. La investigación futura debe centrarse en cerrar las brechas existentes y desarrollar marcos que integren la sostenibilidad en el núcleo de las soluciones de IA.
- Conclusión 3. La IA tiene un impacto significativo en la gestión de riesgos y la optimización de la cadena de suministro. En la gestión de la cadena de suministro no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también contribuye al desarrollo sostenible y resiliencia de las cadenas de suministro.
- Conclusión 4. La adopción estratégica y responsable de la IA en recursos humanos no solo facilita la transformación digital, sino que también potencia la competitividad empresarial al optimizar la gestión del talento y la toma de decisiones. Lo que puede ser un factor decisivo para que las empresas se mantengan competitivas y eficientes en un entorno empresarial cada vez más digitalizado.
- Conclusión 5. La IA tienen el poder de transformar la sostenibilidad empresarial. La investigación futura debe focalizarse en desarrollar enfoques integrales que consideren las dinámicas sociales, psicológicas y económicas, asegurando que las soluciones de IA contribuyan a la sostenibilidad a largo plazo sin introducir nuevas amenazas.

6. Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía CrediT

- Concepción y enfoque del trabajo: Autor 1.
- Curación de datos: Autor 2.
- Análisis formal: Autor 1 y 2.
- Adquisición de fondos: No aplica.
- Investigación: Autor 1.
- Metodología: Autor 2.
- Administración del proyecto: Autor 1 y 2.
- Recursos: No aplica.
- Software: No aplica.
- Supervisión: Autor 1.
- Visualización: Autor 2.
- Redacción: Autor 1 y 2.

Semblanza de los/as autores/as

Raquel Martín López es Doctora Internacional Cum Laude en Comunicación, profesora de la Facultad de Ciencias Sociales y directora de la Clínica de Sostenibilidad en la Universidad Europea de Valencia. Consultora en comunicación de moda y sostenibilidad. En su experiencia laboral cuenta con años de experiencia en diferentes empresas valencianas de marketing digital con mercados internacionales y ha sido emprendedora en el sector de la joyería con la creación de su propia marca.

Jesús Martín López es Graduado en Dirección de Empresas, Máster Universitario en Marketing, y posee diplomas en Dirección y Motivación de Equipos, Liderazgo en Valores, Mediador Seguros Nivel Dos, Responsabilidad Civil y Seguro, y especialista en Sostenibilidad Empresarial. Cuenta con más de 15 años de experiencia en la gestión de equipos y estrategia empresarial en empresas nacionales españolas. Sus principales áreas de investigación incluyen el marketing sostenible, marketing estratégico y la aplicación de la Inteligencia Artificial en el entorno empresarial.

Referencias

Afzal, M.N., Shohan, A. H., Siddiqui, S., & Tasnim, N. (2023). Application of AI on Human Resource Management: A Review. *Journal of Human Resource Management – HR Advances and Developments, 26*(1), 1–11. https://doi.org/10.46287/FHEV4889

Atanasov, A., Chipriyanova, G., & Krasteva-Hristova, R. (2023). Integration of Digital Technologies in Corporate Social Responsibility (CSR) Activities: A Systematic Literature Review and Bibliometric Analysis. *Journal of Risk and Financial Management, 16*(8), 1-14. https://doi.org/10.3390/jrfm16080373

Baryannis, G., Validi, S., Dani, S., & Antoniou, G. (2018). Supply chain risk management and artificial intelligence: state of the art and future research directions. *International Journal of Production Research, 57*(7), 2179-2202. https://doi.org/10.1080/00207543.2018.1530476

Budhwar, A., Malik, A., Thedushika De Silva, M.T., & Thevisuthan, P. (2022). Artificial intelligence – challenges and opportunities for international HRM: a review and research agenda. *The International Journal of Human Resource Management, 33*(6), pp. 1065-1097. https://doi.org/10.1080/09585192.2022.2035161

Carroll, A. (2015). Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complementary frameworks. *Organizational Dynamics*, *44*(2), 87-96. https://doi.org/10.1016/J.ORGDYN.2015.02.002

Chaudhuri, R., Chatterjee, S., Vrontis, D., & Chaudhuri, S. (2022). Innovation in SMEs, AI Dynamism, and Sustainability: The Current Situation and Way Forward. *Sustainability, 14*(19), 12760. https://doi.org/10.3390/su141912760

Cinnirella, F., & Streb, J. (2017). The role of human capital and innovation in economic development: evidence from post-Malthusian Prussia. *Journal of Economic Growth*, (22), 193-227. https://doi.org/10.1007/S10887-017-9141-3

Di Vaio, A., Palladino, R., Hassan, R., & Escobar, O. (2020). Artificial intelligence and business models in the sustainable development goals perspective: A systematic literature review. *Journal of Business Research,* (121), pp. 283-314. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.019

Dolan, C., & Barrero, D. (2021). *Transparency in ESG and Circular Economy: Capturing Opportunities Through Data.* Business Expert Press.

Friedman, M. (13 de diciembre de1970). The Social Reponsibility of Business is to increase its profits. *New York Times*. https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html

Gomes, P., Verçosa, L., Melo, F., Silva, V., Bastos Filho, C., & Bezerra, B. (2022). Artificial Intelligence-Based Methods for Business Processes: A Systematic Literature Review. *Applied Sciences, 12*(2), 2314. https://doi.org/10.3390/app12052314

Jatobá, M.N., Ferreira, J.J., Odete Fernandes. P., & Teixeira, J.P. (2023). Intelligent human resources for the adoption of artificial intelligence: a systematic literature review. *Journal of Organizational Change Management, 36*(7), pp. 1099-1124. https://doi.org/10.1108/JOCM-03-2022-0075

Lerner, M., Fujikura, R., Nakayama, M., & Fujikura, M. (2016). The Influence of Limits to Growth and Global 2000 on U.S. Environmental Governance. *International journal of social science studies*, *4*(8), 52-63. https://doi.org/10.11114/IJSSS.V4I8.1674

Marens, R. (2013). What comes around: the early 20th century American roots of legitimating corporate social responsibility. *Organization*, *20*(3), 454 - 476. https://doi.org/10.1177/1350508413478309

Mazumdar, D. L. (1965). The Modern Corporation and the Rule of Law. *University of Pennsylvania Law Review*, *114*(2), 187–208. https://doi.org/10.2307/3310892

Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., & Behrens III, W. W. (1972). *The Limits to Growth; A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind.* Universe Books.

Moraes, C.H.V., Scolimoski, J., Lambert Torres, G., Santini, M., Alves Dias, A.L., Guerra, F.A., Pedretti, A., & Pires Ramos, M. (2022). Robotic Process Automation and Machine Learning: a Systematic Review. *Engineering, Technology and Techniques,* (65), *e22220096.* https://doi.org/10.1590/1678-4324-2022220096

Nishant, R., Kennedy, M. & Cobertt, J. (2020). Artificial intelligence for sustainability: Challenges, opportunities, and a research agenda. *International Journal of Management,* (53), 102104. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102104

Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., & Mulrow, C. D. (2021). The PRISMA 2020 statemement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *The bmj, 372*(71). https://doi.org/10.1136/bmj.n71

Pournader, M., Ghaderi, H., Hassanzadegan, A., & Fahimnia, B. (2021). Artificial intelligence applications in supply chain management. *International Journal of Production Economics,* (214), 108250. https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2021.108250

Redko, K., & Vovchenko, O. (2023). The main aspects of the transition period between the industrial revolutions (on the example of electricity). *Problems of systemic approach in the economy 2*(91),14-27. https://doi.org/10.32782/2520-2200/2023-2-2

Silos, J., Ruiz, P., Canales, R., Herrero, A., & Granda, G. (2018). Informe Forética 2018 sobre la evolución de la RSE y sostenibilidad. La recompensa del optimista. https://acortar.link/Xqvk8R

Toorajipour, R., Sohrabpour, V., Nazarpour, A., Oghazi, P., & Fischl, M. (2021). Artificial intelligence in supply chain management: A systematic literature review. *Journal of Business Research,* (122), 502-517. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.009

Uzunkaya, S. (2020). From the First Industrial Revolution to Industry 4.0: Changes in Innovative Work Behaviours and Effects on the Global Economies. In H. Dincer & S. Yüksel (Eds.), *Strategic Outlook for Innovative Work Behaviours. Contributions to Management Science* (pp. 207-219). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-50131-0_12

Watersmann, L., Kimel, S., Stuhlsatz, J., Sauer, A., & Miehe, R. (2021). Artificial Intelligence Applications for Increasing Resource Efficiency in Manufacturing Companies—A Comprehensive Review. *Sustainability, 13*(12), 6689. https://doi.org/10.3390/su13126689

Wiens, J. (1996). Oil, seabirds, and science: the effects of the exxon valdez oil spill. *BioScience*, *46*(8), 587-597. https://doi.org/10.2307/1312988

Zangari, G., & Fukunaka, Y. (2014). Electrochemical Processing and Materials Tailoring for Advanced Energy Technology. *Journal of The Electrochemical Society*, *161*(7), Y5-Y7. https://doi.org/10.1149/2.020407JES

Zhulina, A. (2018). Performing Philanthropy from Andrew Carnegie to Bill Gates. *Performance Research*, *23*(6), 50–57. https://doi.org/10.1080/13528165.2018.1533762

ÁMBITOS
REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

Nº 67 | ABRIL 2025
ISSN: 1139-1979 | E-ISSN: 1988-5733
10.12795/Ambitos.2025.i67.03

La viñeta de prensa en el circuito expositivo canario: cómo concienciar sobre el cambio climático por medio de un género periodístico único

Political cartoon in the Canarian circuit of exhibition: How to raise awarness about climate change throught an unique journalistic genre

Lucas Morales Domínguez

Universidad de La Laguna | Calle Padre Herrera, s/n, 38200, La Laguna, Santa Cruz de Tenerife | España
0000-0001-8094-5706 | lmoraldo@ull.edu.es

Váleri Codesido-Linares

Universidad Rey Juan Carlos | Avenida del Alcalde de Móstoles, 28933, Móstoles, Madrid | España
0000-0002-9581-2815 | vcodesid@ull.edu.es

Recepción 16/01/2025 · Aceptación 08/02/2025· Publicación 15/04/2025

Resumen

La programación del XXI Salón Internacional del Cómic y la Ilustración de Tenerife, organizado por la Fundación Cine+Cómics y la Cátedra Cultural Moebius de la Universidad de La Laguna, incluyó la exposición *El cambio climático en viñetas*, instalada en el Parlamento de Canarias entre los días 10 de octubre y 2 de noviembre de 2024. La muestra encuentra su origen en este estudio exploratorio, que analiza 70 caricaturas de prensa de 36 cabeceras occidentales donde diferentes autores abordan la problemática del calentamiento global a lo largo de la última década. La metodología utilizada es la propuesta por Marín-Arrese (2019), donde se tienen en cuenta tres pasos: interpretación y conocimiento contextual; estructura y comprensión del subtexto; y reacción, crítica y persuasión. Como resultado de esta primera aproximación, se observa algo poco común en el periodismo: la vertebración de una narrativa que ha permanecido inmutable desde 2014 hasta el día hoy. Es reseñable que, durante los últimos diez años, los diferentes artistas han predicho que la acción del hombre sobre el clima traerá las mismas consecuencias y, además, han señalado a los mismos agentes —empresarios codiciosos, los negacionistas y a Donald Trump— como responsables de la situación actual. Esta acción de transferencia del conocimiento, en la que los resultados de una investigación han alcanzado a 1.290 personas que han visitado el espacio cultural anteriormente mencionado, se ha visto reforzada con la inclusión de la exposición en la página web del evento, convirtiéndola en un recurso atemporal y universalmente accesible.

Palabras clave: *political cartoon*; caricatura política; narración gráfica; viñeta periodística; cambio climático.

Abstract

The activities of the 21st Tenerife International Comic and Illustration Fair, organized by the Cine+Cómics Foundation and the Moebius Cultural Chair of the University of La Laguna, included the exhibition El cambio climático en viñetas, *which had been on display in the Parliament of the Canary Islands from October 10th to November 2nd, 2024. The*

CC BY NC SA

exhibition was inspired by this exploratory study, which analyses more than 70 press cartoons from 36 Western newspapers, in which different authors address the problem of global warming over the last decade. The methodology applied is the one proposed by Marín-Arrese (2019), where these three steps are followed: interpretation and contextual knowledge; structure and understanding of subtext; and reaction, criticism and persuasion. As a result of this first approach, something unusual in journalism can be seen: the structuring of a narrative that has remained unchanged from 2014 to the present day. It is noteworthy that, over the last ten years, different artists have predicted that humanity's action on the environment will bring the same consequences and, in addition, they have pointed to the same agents— greedy businessmen, climate change deniers and Donald Trump —as responsible for the current situation. This knowledge transfer action, where the results of a research project have reached the 1,290 visitors of the cultural space, has been reinforced with the inclusion of the exhibition on the Tenerife International Comic and Illustration Fair's website, making it a timeless and universally accessible resource.

Keywords: *political cartoon; journalism; climate change; global warming.*

1. Introducción

Numerosas personas procedentes de la academia han reconocido de manera tajante el papel integral de los medios en la dinámica holística que contribuye al aumento de la conciencia sobre el cambio climático y el calentamiento global. No son pocos los estudios que indican que, actualmente, existe una narrativa visual dominante que se asocia con esta situación en los medios de comunicación, especialmente en las naciones occidentales examinadas en artículos como el firmado por Saffron O'Neill (2020). Partiendo de que el humor gráfico aplicado a este fenómeno no está ampliamente estudiado (Motswaledi, 2022) y aludiendo a lo descrito por Thabang Richard Motswaledi (2022), las caricaturas políticas tienen la capacidad de funcionar como un altavoz de la agenda que persigue concienciar a la población sobre este fenómeno. En añadido, ha sido apuntado que las temáticas más recurrentes son configuradas de forma convencional en la representaciones de imágenes simbólicas, representaciones alegóricas, personificaciones, híbridos entre humanos y animales, monstruos o adversarios sobrenaturales, entre otros, junto con géneros narrativos familiares como dispositivos de encuadre y reencuadre —mitología, leyendas y otras construcciones de la cultura popular—, así como la intertextualidad en el uso de alusiones, parodias y citas y recitas de fuentes históricas y literarias (Marín-Arrese, 2019).

Las caricaturas políticas constituyen un género periodístico que sirve para que los medios den importancia a esa agenda, lo que otorga relevancia a temas y eventos mediante una cobertura recurrente que busca moldear la comprensión del lector y, al mismo tiempo, generar un cambio que se presupone positivo para el conjunto de la sociedad (Sani et al., 2012). Por tanto, es adecuado indicar que la viñeta de prensa llena este vacío al informar a los lectores, prescindiendo de la necesidad de interpretar el mensaje subyacente para las masas. La contribución de estas unidades comunicativas a los medios y, en extensión, a toda la población es innegablemente significativa, ya que acercan a los lectores al mundo de la política, cuestionando, mostrando y, en ocasiones, denunciando el estado de las élites de diferentes sectores de la esfera pública, a menudo de manera humorística y satírica, pero sin perder su capacidad de informar (Motswaledi, 2022).

En el caso concreto del cambio climático, este elemento se posiciona como un vehículo de comunicación eficaz y accesible que permite transmitir mensajes complejos de forma comprensible.

Un rasgo distintivo de la narrativa de la viñeta política es su naturaleza multimodal, ya que combina aspectos verbo-pictóricos (Movchan et al., 2023). Esto hace que, en parte, su detección sea "inmediata y no exige ningún esfuerzo" (Domenach, 1955, p. 50). A nivel visual, la sátira se construye mediante la iconicidad, expresada por medio de imágenes aparentemente sencillas que, sin embargo, tienen una predominancia del efecto simbólico. Por tanto, puede decirse que el *political cartoon* recurre a la semiótica como unidad informativa. Ello incluye el uso de animales que representan cualidades o un empleo inteligente de la metonimia; además, se incorporan escenarios reconocibles que evocan eventos históricos, movimientos sociales o instituciones. La parodia también es clave, puesto que ayuda a tipificar a personajes icónicos, como políticos o banqueros.

En otras ocasiones, los protagonistas se representan mediante símbolos concretos —edificios o lugares— que, aunque reconocibles por el contexto (Suárez, 2015), encapsulan ideas complejas. Por eso, no es de extrañar que, por ejemplo, "los principales referentes de la crisis económica en el humor gráfico aparecen seleccionados estrictamente por un criterio de proximidad" (Segado, 2008, p. 165). Esto nos hace reflexionar sobre que el juego de significados convierte la interpretación en un ejercicio intelectual para el lector, quien a menudo necesita recurrir a conocimientos previos de índole histórica, cultural, social o política para entender plenamente el mensaje (Fernández & Villaplana, 2019).

De aquí en adelante, se examinará cómo se conceptualizan y plasman a los actores sociales en relación con el cambio climático durante la última década (2014-2024) y se utilizará para ello unidades muestrales rescatadas de diarios de todo el mundo. Se pretende con ello analizar la forma en la que estas caricaturas son utilizadas para evaluar, denunciar y hacer pedagogía sobre las consecuencias de esta problemática de extensión universal desde un prisma internacional. Motswaledi (2022) concluye que "es de suma importancia que estos instrumentos se utilicen como los principales intérpretes de la concienciación sobre el cambio climático" (p. 83). Por último, el recorrido de esta investigación ha culminado con la elaboración de una exposición que se ha instalado en el Parlamento de Canarias, Tenerife, una sala cultural con gran afluencia de público debido a su situación espacial. Para llevar a cabo un correcto desarrollo de transferencia del conocimiento en el campo de la comunicación, se han tenido en cuenta los textos de Loiti-Rodríguez & Suárez-Villegas (2022) y Genaut-Arratibel et al. (2022), puesto que ofrecen metodologías adaptables a la dimensión del proyecto abordado.

2. Marco teórico

El punto de partida de este texto es que la caricatura política ha sido un medio clave para difundir ideologías de alcance universal, especialmente en el contexto de la globalización histórica, donde la tradición angloamericana y la europea se han consolidado como el paradigma dominante. Un análisis a lo largo del tiempo ha demostrado que, a pesar de situarse en el campo del humor, también se alinea perfectamente en el género opinativo, hecho que es avalado por otras publicaciones, como las de Armentia & Caminos (2003), Bond (1974), Carabias (1973), Cebrián (1992), León & Travesedo (2005), Morán (1988), Muñoz (1994), Santamaría (1990), Suárez (2015), Tamayo (1988) o Tejeiro & León (2009), por citar solo algunos ejemplos.

Su importancia en la esfera sociopolítica actual se refleja en premios como el Pulitzer o el Caricaturista del Año, este último concedido en Reino Unido. Esta unidad periodística sigue siendo relevante y ha

ampliado su presencia, ahora también en Internet y en varios idiomas —una de las consecuencias inevitables de la democratización de los contenidos por medio de la red—, lo cual plantea retos de traducción adecuados. Hoy, el *editorial cartoon* aborda temáticas como las decisiones de los líderes políticos, las reformas, los conflictos internacionales o la reputación nacional, requiriendo conocimientos previos que van de lo lingüístico a lo extralingüístico y que son indispensables para decodificar correctamente la intención del autor en cada caso particular.

Entre sus características, encontramos que la viñeta de prensa moderna se distingue por combinar elementos verbales, visuales y paralingüísticos, lo que constituye a un crisol de lenguajes (Dugalich, 2018) que crea una visión verbo-pictórica inédita en la acción de informar. Además, los artistas se perciben como personas que ostentan la privilegiada posición de desmitificar las narrativas políticas —ocurre especialmente en Occidente— y revelar verdades ocultas o incómodas. La existencia de una prensa satírica próspera se considera un indicador de libertad, considerándose la crítica hacia nuestros dirigentes como un "pilar de la democracia", lo cual explica su expansión global a medida que estas formas de gobierno han avanzado desde mediados de la década de 2010 (Scully, 2014).

Como destaca Motswaledi (2022), estas viñetas son capaces de retener y difundir información, lo que les atribuye un papel protagónico en la concienciación pública sobre cuestiones que afectan a la sociedad. Este valor comunicativo radica, en gran medida, en los mecanismos cognitivos que emplean. Entre todos ellos destaca la metáfora, que puede ser verbal, visual o multimodal. Por medio de estas fórmulas, cada opción tiene la capacidad de evocar, de forma independiente o en combinación, tanto el dominio fuente como el dominio de este recurso estilístico (Marín-Arrese, 2019).

La naturaleza interpretativa de las caricaturas políticas se convierte en un juego cognitivo complejo para el espectador, por lo que, en ocasiones, el mensaje implícito requiere que se realice una reinterpretación de la lectura inicial de este elemento. Esto es precisamente lo que Giora (2003) describe cuando explica cómo el receptor puede acceder primero a un significado más prominente, solo para descubrir más tarde que necesita replantearse su comprensión inicial en favor de un sentido nuevo y oculto, pero contextual y apropiado. Así, las caricaturas pueden funcionar tanto para legitimar —parece ocurrir en el caso que nos ocupa— como para cuestionar actitudes y creencias predominantes, utilizando el humor no solo como entretenimiento, sino como una herramienta de crítica y de resistencia social (Marín-Arrese, 2019).

2.1. Representación y concienciación sobre cambio climático

En estudio de la relación entre la comunicación y el mensaje periodístico sobre el cambio climático, presenta una limitación a la hora de ser abordado desde una perspectiva científica: la poca bibliografía que existe al respecto (Fernández-Muerza & Rodrigo-Cano, 2025). No obstante, valdría subrayar que la ausencia de referencias apuntala la importancia de integrar diferentes enfoques teóricos y metodológicos para ayudar a desarrollar medidas efectivas contra redes ocultas de influencia y a mitigar sus efectos disruptivos (Gertrudix et al., 2024). Un ejemplo de ello lo encontramos en un artículo de Olli Hellmann (2024), donde se demuestra que aplicando técnicas como el enfoque del debate crítico a *Rick y Morty* (2013-2023), serie de animación que comparte características con la caricatura política, se pueden idear alternativas más radicales que las socialmente consensuadas para combatir la crisis ecológica que afrontamos.

Las caricaturas políticas pueden hacer que la educación sobre el medio ambiente sea más atractiva y mostrar lecciones clave en el proceso de enseñanza sobre temas de alcance global (Gough & Horacek, 2023). Por medio de la educación basada en *political cartoons*, se puede llegar a desarrollar habilidades que permitan analizar y abordar con mentalidad crítica estos problemas ambientales, especialmente si se aplican conocimientos en la investigación de estas cuestiones. Esto posibilita que haya una toma de decisiones que se materialice como acciones concretas en cada una de las posibles implicaciones ecológicas (Toledo et al., 2014).

En las viñetas cómicas sobre el calentamiento global, la experiencia visual genera rápidamente una respuesta emocional. Tal es el caso de la imagen de un oso polar en un témpano en derretimiento, que evoca narrativas de especies animales que podrían extinguirse si continúa la degradación de su hábitat. En casos como el de la representación de China en diarios extranjeros, el gigante asiático es retratado como un dragón disfrazado de oveja que emite gases contaminantes (Wu, 2023), responsabilizando así al país de la contaminación del aire por medio de una metáfora visual. Sin embargo, estos constructos no siempre tienen el mismo significado, porque en un contexto como el de la Guerra de Ucrania, el oso representaría a Rusia (Morales et al., 2024). Volvemos a valorar así la importancia del contexto. Por sí mismas y también en conjunto, estas obras ayudan a identificar conceptos ecológicos importantes relacionados con la crisis energética, la vulneración de la tierra, el desarrollo sostenible, la contaminación o los peligros que entraña el crecimiento poblacional, por lo general todos tratados desde la sátira, pero con cierta oscuridad, seriedad y urgencia (Nemickienė & Vengalienė, 2024). Además, fomentan la identificación de problemas ambientales locales y mundiales, así como la comunicación sobre el impacto humano en el medio que nos rodea y la búsqueda de soluciones alternativas viables.

Las caricaturas actúan como un atajo hacia nuestros sentimientos, siendo efectivas en la crítica del cambio climático. Sin embargo, a medida que las representaciones icónicas se vuelven reiterativas —oso polar, tornado, inundaciones o globo terráqueo sufriendo un sofoco, por ejemplo— su impacto emocional puede disminuir y ser reemplazado por la ironía o la fatiga, lo que podría terminar reduciendo su eficacia (Eide, 2012). Este último aspecto no es analizado en este texto, pero es importante que se conozca porque influye en la creación de este tipo de obras.

3. Objetivos y metodología

El objetivo principal de esta investigación exploratoria es analizar la representación visual del cambio climático en la caricatura política a lo largo de la última década (2014-2024). Se busca identificar si las imágenes simbólicas asociadas a este fenómeno han mostrado continuidad o transformación en este periodo, así como las tendencias predominantes en la producción de estas viñetas. Además, se examinará el impacto de los eventos sociopolíticos y ambientales en la manera en que los artistas representan el calentamiento global.

Como objetivo secundario, se pretende conformar una muestra amplia y representativa que pueda dar lugar a una exposición dentro de un evento de cómic de gran afluencia en Canarias. Esta iniciativa busca acercar la problemática del cambio climático a un público que, atraído por los aspectos lúdicos y festivos de la narrativa en imágenes, podría no estar familiarizado o interesado en el tema, utilizando la viñeta de prensa como herramienta de pedagogía y sensibilización.

3.1. Selección y procedimiento

La selección comprende una muestra de setenta viñetas de prensa (N=70) sobre el cambio climático que fueron publicadas en algunos de los diarios más destacados de diferentes países occidentales, mayoritariamente entre los años 2014 y 2024. La búsqueda se ha realizado replicando el modelo propuesto por Fernández-Muerza & Rodrigo-Cano (2025) en su artículo *El uso del humor gráfico en español e inglés para comunicar los relatos del cambio climático y cómo aparece en Google Imágenes*, donde se han obtenido los *political cartoons* por medio del motor de búsqueda anteriormente mencionado. Tal y como señalan los investigadores, la elección de este sistema de recuperación de caricaturas políticas tiene sentido si se considera que "los motores de búsqueda son el principal punto de acceso para encontrar y consultar información disponible en Internet de los que dispone la ciudadanía, y si bien existen varios, Google es el que mayor cuota de mercado presenta" (p. 212). El número de viñetas según el diario puede consultarse en la *tabla 1*.

Las viñetas de *The Week* ascienden a veintiuna (n=21), *The Boston Globe* cinco (n=5), *NZZ am Sonntag* y *West Central Tribune* tres (n=3), *The Economist, Cleveland, Der Spiegel, Duluth News Tribune, The Charlotte Observer, The International New York Times* y *The Seattle Times* dos (n=2); y *Le Canard Enchaîne, Le Temps, Cagle Cartoons, Caller Times, Central Maine, CGTN, Kennebec Journal, Las Vegas Sun, Light Wave Reports, Los Angeles Times, Metode Science Studies Journal, Público, Savannah Morning News, Statesman Journal, Sun Journal, The Advocate, The Colorado Sun, The Minnesota Star Tribune, The Philadelphia Inquirer, The Star Ledger, The Washington Post, Toronto Star, Washington Examiner* y *Truthdig,* una por cada medio (n=1).

Se aplica la metodología propuesta por Marín-Arrese (2019), que se divide en múltiples pasos que se han sintetizados en las siguientes tres fases:

1. Interpretación y conocimiento contextual. Este primer bloque comprende la "suspensión de incredulidad" en la interpretación de la narrativa ficcional (ya mencionada por Aristóteles y Coleridge), así como la necesidad de un conocimiento contextual, cultural y sociopolítico para comprender estas unidades comunicativas. Aquí también se incluye la capacidad de recepción de los códigos del lenguaje escrito y de la representación icónica, junto con los diversos elementos expresivos.
2. Estructura y comprensión del subtexto. En este segmento se destaca la organización de los elementos narrativos en términos de relevancia (concepto de "prominencia" según Giora, 2003), lo cual revela el mensaje subyacente en el subtexto del *political cartoon*. Este bloque incluye la identificación de incongruencias que surgen tras el reconocimiento del subtexto, así como las señales verbales o visuales que sugieren dicho significado, a menudo transmitido por medio de acciones o verbos.
3. Reacción, crítica y persuasión. Finalmente, este apartado se enfoca en la recepción y respuesta ante el mensaje, que puede incluir una crítica social o política, así como una reacción emocional basada en la complicidad creada entre el emisor (el artista) con el receptor (el lector). Este vínculo señalado por (Lausberg, 1984) puede formarse a partir de la cotidianidad, opiniones compartidas o el uso de hipérboles, por ejemplo. La intencionalidad de la narrativa busca generar un efecto persuasivo o, al menos, fomentar una postura específica en el receptor en un tema que podría estar polarizado.

3.2. Categorías

Para completar la metodología de este análisis, se definieron diversas categorías visuales con base en el esquema de codificación de O'Neill (2020), el cual se centra en temas recurrentes en la representación del cambio climático en viñetas y caricaturas. Estas categorías mayores incluyen los siguientes aspectos: personas, que abarca representaciones de figuras como políticos, científicos, empresarios y celebridades; causas, que identifica fuentes específicas de emisiones de gases de efecto invernadero; impactos climáticos, que incluye efectos visibles del cambio climático; soluciones, refiriéndose a opciones de adaptación o mitigación; y ciencia y tecnología, que considera desde diagramas científicos hasta avances tecnológicos relacionados con el cambio climático. Adicionalmente, se integra el tema de protesta y ayuda para representar la acción ciudadana y la conciencia social frente a esta crisis.

Cada una de estas categorías ha sido desglosada en subcategorías específicas que reflejan diferentes iconos y situaciones recurrentes en las viñetas seleccionadas. Entre estas, destacan la cotidianidad de la ciudadanía, representada en el dibujo como escenario base e identificable en 11 casos; y los animales como sujetos protagonistas (8), así como la figura del globo terráqueo antropomórfico que aparece también en 8 viñetas. Además, se registraron temas visuales como inundaciones (7), desiertos (5), empresarios en traje ejecutivo (5) e iconografía del polo terrestre (5). Otras representaciones menos frecuentes, pero igualmente significativas, incluyen elementos como vendavales (3), figuras políticas —concretamente Donald Trump (3)— y caracterizaciones prehistóricas como cavernícolas o dinosaurios (2), entre otros. Estos elementos, aunque diversos, estructuran un discurso visual que contribuye a la construcción de una narrativa donde el cambio climático es presentado como una crisis global de responsabilidad humana, en la cual se cuestionan desde los líderes mundiales hasta el papel que desempeña el ciudadano común.

3.3. Exposición de la muestra

La muestra seleccionada fue ofrecida como una exposición al equipo organizativo de diferentes festivales centrados en el cómic y la narrativa en imágenes, teniendo como preferencia dos eventos consolidados en el archipiélago canario: el XIII Festival del Manga de Las Palmas & Comic Can Gran Canaria, que se celebró los días 31 de octubre y 1, 2 y 3 de noviembre de 2024 en Las Palmas de Gran Canaria, y el XXI Salón Internacional del Cómic y la Ilustración de Tenerife, que tuvo lugar durante todo el mes de octubre del año pasado en todas las islas. El objetivo de esta acción es que sirviese para divulgar los resultados de la investigación y, al mismo tiempo, concienciase a los visitantes sobre el cambio climático y reforzar el papel de la viñeta periodística como herramienta didáctica. Los autores de este artículo colaboraron con el evento escogido, ayudando en tareas de producción como la reserva del espacio, el diseño y el montaje de la exposición. Por supuesto, también intervinieron en el acto inaugural de la actividad.

4. Resultados

La revisión de los setenta *political cartoon* ha hecho que se hayan detectado cinco líneas temáticas en la representación del cambio climático en este género periodístico: la crítica al sector negacionista (21 %), la alusión a instituciones políticas (20 %), la responsabilidad del sector empresarial (19 %), el papel de la ciudadanía (14 %) y otras representaciones (26 %).

4.1. Líneas temáticas

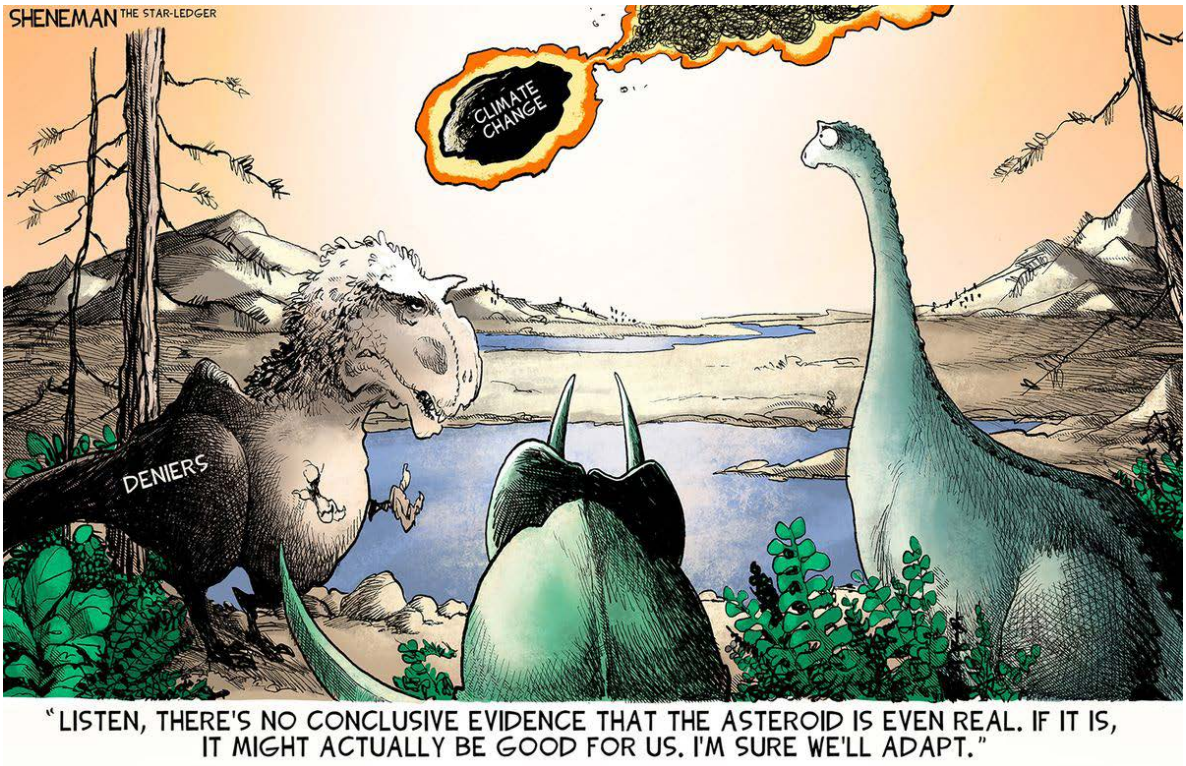
4.1.1. Crítica al sector negacionista

En el análisis de las viñetas seleccionadas, se observa que la crítica a los negacionistas del cambio climático es el planteamiento discursivo más frecuente (n=15). En esta línea, las caricaturas abordan temas variados, desde fenómenos naturales hasta escenas cotidianas que destacan la ironía de esta postura. Algunos ejemplos incluyen las ilustraciones de Patrick Chapatte en *Der Spiegel* (31 de octubre de 2021), que plasma una grave inundación, y de David Horsey en el *Los Angeles Times* (11 de septiembre de 2017), que representa un temporal arrasador en clave de humor. Viñetas como las de KAL en *The Economist* (4 de agosto y 4 de septiembre, ambas de 2021), protagonizadas por animales afectados, o de Rick McKee en *Statesman Journal* (29 de septiembre de 2014), con cavernícolas, y Drew Sheneman en *The Week* (11 de enero de 2024), con dinosaurios, utilizan símbolos irónicos para enfatizar el desconocimiento de los negacionistas (Figura 1) sobre eventos que ya han tenido lugar en la historia de la tierra con resultados catastróficos.

Las escenas de la vida cotidiana también son recurrentes en las viñetas de John Darkow en *West Central Tribune* (6 de abril de 2024), así como en las de Walt Handelsman en *The Advocate* (24 de junio de 2024) y Sheneman en *The Star-Ledger* (15 de agosto de 2024), que muestran la indiferencia frente a la crisis climática en situaciones comunes. En otros contextos, se presentan imágenes de desiertos —Tom Toles en *The Week* (13 de abril de 2015) y Eneko en *Público* (10 de julio de 2023)— y situaciones de calentamiento extremo —Adam Zyglis en *The Week* (6 de agosto de 2023)—, que refuerzan el mensaje.

Figura 1

Viñeta de Drew Sheneman sobre negacionismo y cambio climático, publicada el 11 de enero de 2024



Fuente. www.theweek.com.

La crítica se amplía con la utilización de protestas —Joe Heller en *The Week* (23 de septiembre de 2019)—, la ironía de un escenario navideño —Dave Granlund en *Sun Journal* (9 de diciembre de 2023)— y la devastación en los polos del planeta —Paresh Nath en *The Week* (21 de junio de 2018)—, lo que conforma una crítica contundente contra el negacionismo y la inacción de las instituciones políticas y del sector ejecutivo.

4.1.2. Alusión a instituciones políticas

La crítica hacia la negación, avaricia y obstinación de las instituciones políticas en relación con el cambio climático (n=14) es otro tema recurrente en las viñetas seleccionadas. En este grupo, muchos caricaturistas utilizan figuras representativas de poder y símbolos de autoridad para enfatizar cómo la inacción y la codicia de estas instituciones afectan al mundo. La humanización del globo terráqueo como víctima del poder es un recurso frecuente, como se observa en las viñetas de Joel Pett en *The Week* (10 de octubre de 2023), Michael De Adder en el *Toronto Star* (5 de julio de 2021) y Christopher Weyant en *Truthdig* (13 de junio, 2024), donde se dibuja con expresiones de sufrimiento y frustración. Otras obras, como las de Bob Englehart en *The Week* (26 de marzo de 2023) y Rick McKee en el *Washington Examiner* (11 de junio de 2017), recurren a la figura del empresario como alegoría de codicia desmedida y la indiferencia hacia la crisis climática, representando a una clase económica insensible (Figura 2).

Figura 2

Viñeta creada por Rick McKee donde se critica a la izquierda estadounidense. Publicada el 11 de junio de 2017

Fuente. www.washingtonexaminer.com.

Algunos caricaturistas, como Paresh Nath en *The Week* (21 de mayo de 2019) y Monte Wolverton en el mismo medio (20 de noviembre, 2018), señalan directamente a algunas figuras políticas, recurriendo a ellas para reflejar la postura negacionista y su incompetencia. Por ejemplo, la imagen de Donald Trump aparece reiteradamente en las ilustraciones de Nate Beeler (5 de junio de 2017), Rick McKee (29 de septiembre de 2014) y Bruce Plante (11 de julio de 2019), algo que simboliza la falta de interés en hacer frente al cambio climático y el rechazo de los compromisos ambientales. Asimismo, en una crítica más reciente, Patrick Chapatte ilustra a Joe Biden junto a un ventilador en *NZZ am Sonntag* (25 de abril de 2021), lo que insinúa una respuesta insuficiente ante la magnitud de la problemática. Por medio de estos iconos, los artistas mantienen una potente posición adversa hacia las instituciones, responsabilizándoles de las consecuencias de su falta de respuesta.

4.1.3. Responsabilidad del sector empresarial

La crítica hacia el sector ejecutivo y empresarial (n=13), focalizada en su negación, codicia e insistencia en políticas que desestiman la gravedad del cambio climático, aparece en varias viñetas clave de la selección. Algunos autores, como Patrick Chapatte en *Der Spiegel* (14 de mayo de 2014) o Steve Sack en *The Week* (5 de octubre de 2015), recurren a la figura de animales para señalar la destructiva indiferencia empresarial. Otros, como Kevin Siers en *The Charlotte Observer* (21 de julio y 12 de noviembre de 2021) o Dave Whamond en *Cagle Cartoons* (2 de noviembre de 2021), emplean al empresario como símbolo de la obstinación y la avaricia que permiten la degradación sistemática y progresiva del medio ambiente (Figura 3). La personificación del planeta como víctima, que aparece en las viñetas de Dan Wasserman (1 de marzo de 2016) y Joe Heller en *The Week* (23 de enero de 2017), así como en la de David Horsey en *Cleveland* (13 de octubre de 2019), refuerza esta denuncia de un sistema que antepone intereses económicos a la preservación del entorno.

Figura 3

Caricatura política que enfrenta a empresarios y clases populares. Dibujada por Dave Whamond y publicada el 2 de noviembre de 2023

Fuente. www.caglecartoons.com.

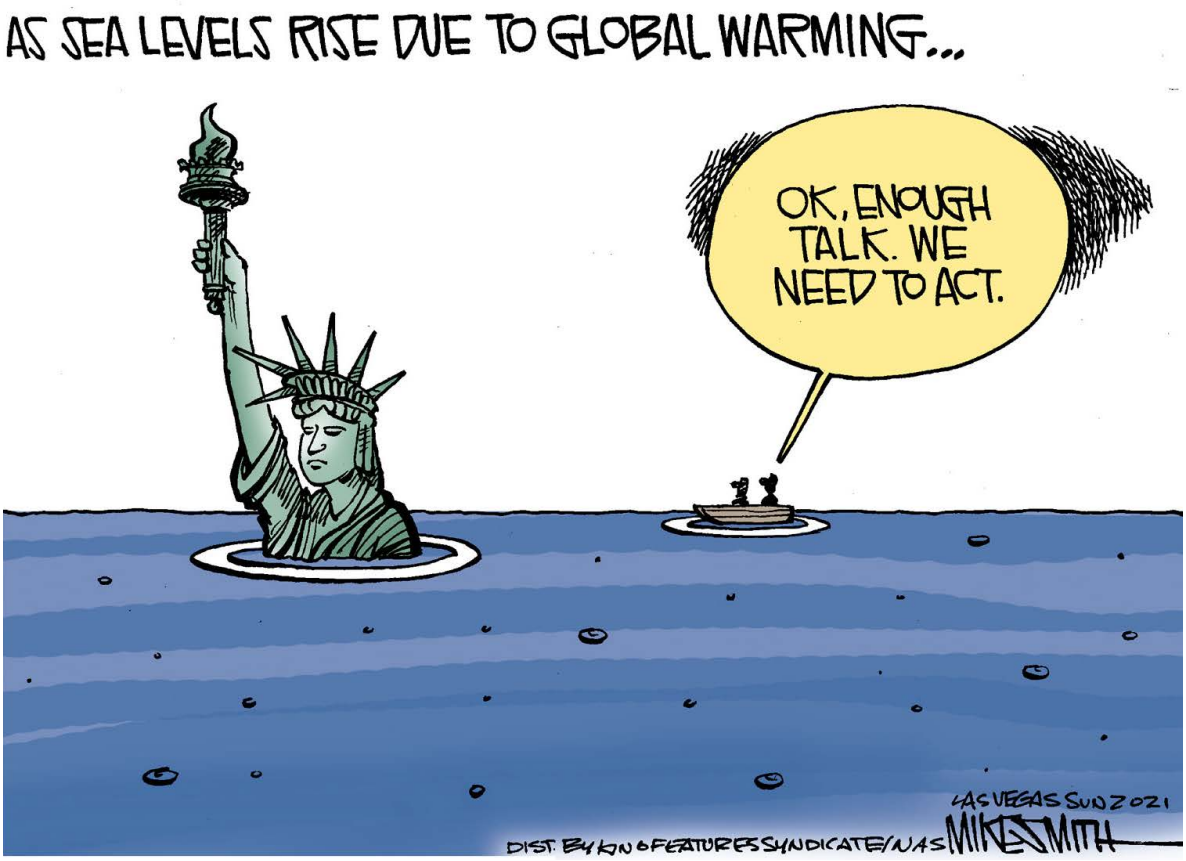
4.1.4. Papel de la ciudadanía

Las viñetas que representan a la ciudadanía afectada por temperaturas extremas (n=10) ofrecen una perspectiva de concienciación de los efectos del calentamiento global en la vida cotidiana. Artistas como Bruce Plante en *The Week* (21 de agosto de 2019), Patrick Chapatte en *Der Spiegel* (7 de agosto de 2021) y Drew Litton en *The Colorado Sun* (17 de septiembre de 2021) muestran a personajes comunes enfrentándose al calor extremo en sus actividades diarias, retratando así la repercusión directa y las terribles implicaciones que conlleva este fenómeno. Patrick Chapatte en *The International New York Times* (23 de diciembre de 2015) y Walt Handelsman en *The Washington Post* (1 de agosto de 2023) se enfocan en cómo los fenómenos climáticos extremos son ya parte de la vida cotidiana y producen un impacto real sobre las personas.

Las viñetas que muestran a una ciudadanía que decide actuar en el último momento (n=7) apuntalan la necesidad de conciencia y acción tempranas. Artistas como Tom Toles en *The Week* (13 de abril de 2015) y Mike Smith en *Las Vegas Sun* (2 de noviembre de 2021) abordan esta urgencia de última hora como una reacción tardía ante catástrofes climáticas (Figura 4). Por medio de viñetas como las de Paresh Nath en *Duluth News Tribune* (21 de junio de 2018), que plasma un temporal, y Bruce Plante en *Kennebec Journal* (1 de agosto de 2020), con una oscura representación de la desesperación del reino animal, se muestra una postura autocrítica ante la toma de acción solo cuando las consecuencias son insostenibles.

Figura 4

Viñeta de Mike Smith, publicada el 2 de noviembre de 2021



Fuente. www.lasvegassun.com.

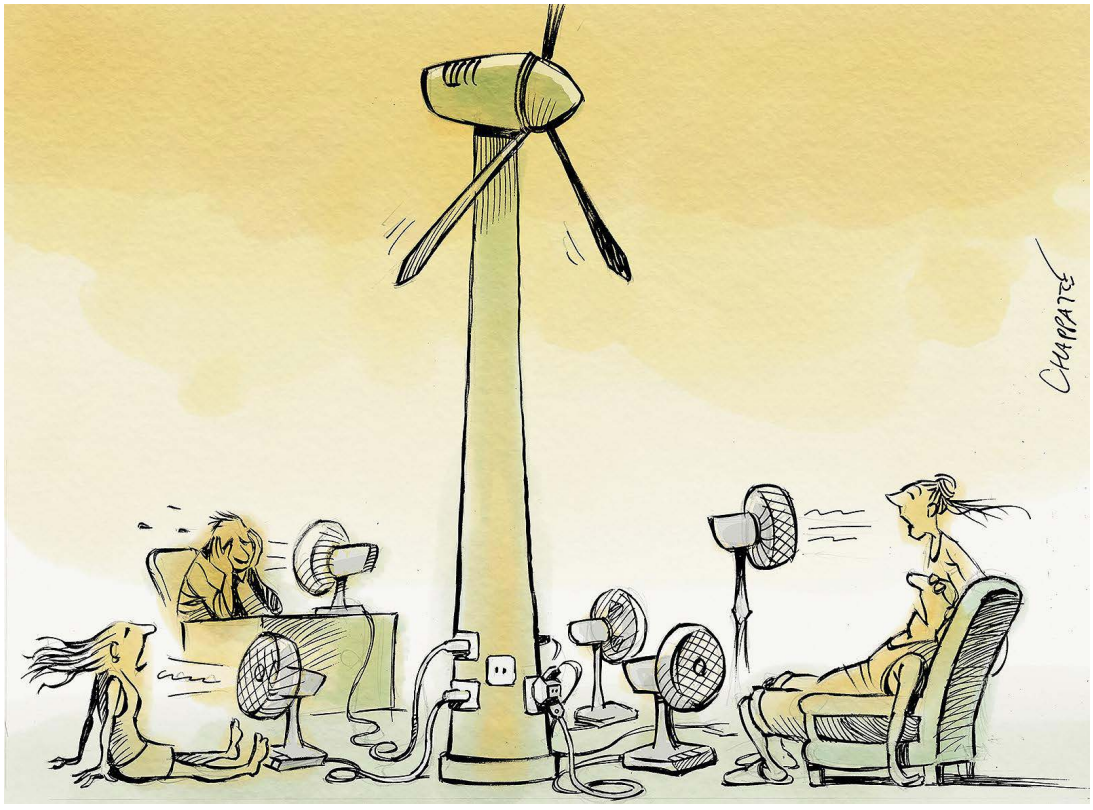
4.1.5. Otras representaciones

La colección de viñetas sobre el cambio climático analizada incluye representaciones visuales directas y sin subtexto que retratan la crisis climática sin interpretaciones adicionales (n=4). Ejemplos de esta estrategia incluyen obras como las de Christopher Weyant en *The Boston Globe* (23 de febrero de 2023) y Jeff Koterba en *West Central Tribune* (17 de enero de 2024), ambas con el polo como icono central. En esta misma línea, Patrick Chapatte, en su viñeta *This year a quit smoking* en *Le Canard Enchainé* (1 de enero de 2022), prescinde de un subtexto elaborado y, en cambio, plantea la situación de manera simple y directa. Mientras, *editorial cartoons* como los de Patrick Chapatte en *NZZ am Sonntag* (25 de junio y 10 de septiembre de 2017) hacen gala de una incongruencia visual (Figura 5) y emplean elementos inesperados, como un ventilador en medio de una situación climática extrema, para añadir un toque de ironía sutil.

Otras obras de la selección retratan como los científicos alertan tardíamente sobre las consecuencias del cambio climático (n=2). KAL en *The Economist* y Kevin Siers en *The Charlotte Observer* (21 de julio y 12 de noviembre de 2021) ilustran esta demora por medio de figuras de especialistas o empresarios que finalmente reaccionan frente a la evidencia, lo que constituye una forma distinta de crítica implícita sobre la acción tardía ante la crisis. Además, las viñetas que hacen referencia a una minoría que intenta salvar el planeta por medio de metáfora, como el arquetipo del Arca de Noé vista en los dibujos de Bruce Plante en *The Week* (21 de mayo de 2019) y Arend van Dam en *West Central Tribune* (30 de junio, 2023), simbolizan la urgencia de las acciones de conservación frente a la indiferencia general.

Figura 5

Viñeta satírica creado por Chapatte y publicada el 25 de junio de 2017



Fuente. www.nzz.ch.

Finalmente, algunas viñetas resaltan la confusión por temperaturas extremas (n=1) y los efectos desesperados del cambio climático en los animales (n=1). Jeff Darcy en *Cleveland* utiliza viñetas de animales para representar el desconcierto ante los cambios de temperatura drásticos, mientras que David Horsey en *The Seattle Times* (29 de noviembre de 2020; 28 de septiembre 2022) los sitúa en situaciones desesperadas. Esto pone el foco en el impacto directo de la crisis climática en la fauna y la biodiversidad, recurso que subraya la urgencia de una respuesta ambiental.

4.2. La exposición

Esta investigación ha cumplido con su objetivo de transferencia del conocimiento mediante la instalación de una exposición que incluyó las setenta viñetas en la sala de arte del Parlamento de Canarias —la cesión del espacio ha sido gratuita debido al interés que la institución pública manifestó desde las primeras reuniones—, sita en Santa Cruz de Tenerife. La muestra, que tuvo por nombre *El cambio climático en viñetas*, pudo visitarse del 10 de octubre al 2 de noviembre de 2024, en el marco del XXI Salón Internacional del Cómic y la Ilustración de Tenerife. Al acto inaugural acudieron varios diputados canarios y la presidenta de la Cámara legislativa, Dña. Astrid Pérez Batista (Figura 6 y Figura 7), y tuvo una cobertura mediática donde participaron medios públicos como Radio Televisión Canaria y Televisión Española en Canarias, así como periódicos locales como *El Día* o *El Diario de Avisos*. Según los datos entregados por la Fundación Cine+Cómics y la Cátedra Cultural Moebius de la ULL, esta exposición ha sido una de las más visitadas de cuantas han ocupado esta sala en 2024, acaparando la atención de 1.290 personas. Otras fotografías y videos del evento asociado a esta actividad se encuentran alojados en esta web: https://santacruzcomic.es/expo-el-cambio-climatico-en-vinetas/

Figura 6

Dña. Astrid Pérez, presidenta del Parlamento de Canarias, presenta la exposición "El cambio climático en viñetas"

Fuente. www.santacruzcomic.es.

Figura 7

Un instante de la inauguración de "El cambio climático en viñetas", donde puede observarse con más detalle la instalación y la gran afluencia de autoridades y de público al acto

Fuente. www.santacruzcomic.es.

5. Discusión y conclusiones

El trabajo de carácter exploratorio que se ha hecho con esta muestra conformada por setenta *political cartoons* permite hacer una aproximación a la evolución en la representación visual del cambio climático a lo largo de una década seleccionada. En primer lugar, es reseñable que existe una forma casi idéntica de abordar esta problemática en los medios occidentales, produciéndose una crítica continuada en el tiempo a las corrientes negacionistas —son representadas como un peligro para la humanidad— o la humanización y personalización de animales e, incluso, del planeta Tierra, a los que se sitúa en un papel pasivo frente a la acción e inacción del ser humano en el devenir de los designios del clima.

La representación en las viñetas de referentes universales como Donald Trump, quien en el momento de la publicación de este artículo ha vuelto a la Casa Blanca como presidente de los Estados Unidos, no es baladí. Aunque este polémico personaje inició una carrera política en junio de 2015 —antes hizo pequeños intentos infructuosos sin alcanzar el apoyo suficiente—, su salto a la escena pública se remonta y le debe mucho a su rol de empresario, siendo este uno de los más internacionalmente conocidos de cuantos proceden de ese país. Es evidente que hay una intención por parte de los artistas de señalar como responsables del cambio climático al *establishment* económico norteamericano y al partido republicano —de corte conservador— y a su presidente. El carácter usurero que se le presupone a estos colectivos —hablamos aquí de un ejercicio de estereotipación hecho por los artistas— es una de las causas del desastre natural que asola a nuestro planeta.

El uso de elementos pictóricos recurrentes como los ya mencionados osos polares, el hielo que se derrite o las chimeneas que expulsan enormes toneladas de CO2 (O'Neill, 2020) no viene sino a confirmar que, en la última década, se ha confeccionado un discurso social, político y periodístico sólido sobre el cambio climático. Esta construcción intelectual uniforme, apoyada en este caso por la dimensión verbo-pictórica de la viñeta de prensa, no es algo común en los medios de comunicación de masas, que normalmente plantean posturas dispares entre ellos o rehacen su narrativa en un período tan amplio como el escogido en este trabajo. Esto invita a que, más adelante, se evalúe la opción de llevar a cabo una investigación más profunda y segmentada por países, cabeceras y años, donde se identifiquen también cuáles son los diferentes marcos cognitivos que han condicionado la producción particular de cada uno de los artistas.

No deja de ser interesante observar que la exposición ha tenido un impacto público en la ciudad de Santa Cruz de Tenerife, lo que se traduce en un amplio interés de medios de comunicación del primer y del segundo sector y un notable registro de asistencia, con más de un millar de personas que se han desplazado hasta el Parlamento de Canarias para acceder a estos *political cartoons*. Esta expectación ha hecho que una sección de la exposición se haya volcado en la web oficial de Santa Cruz Cómic, lo que la dotó de un alcance universal. De hecho, la muestra ha sido solicitada por otros eventos del archipiélago, lo que hará que en 2025 comience un proceso de itinerancia que la lleve hasta, al menos, alguna isla de la provincia de Las Palmas. Como futura línea de investigación se plantea acompañar estas nuevas exhibiciones con encuestas que permitan medir el verdadero impacto —¿existe realmente una acción concienciadora efectiva?— entre los visitantes, lo que también podría dar continuidad a lo propuesto por Olli Hellmann (2024) y encontrar otras respuestas menos convencionales a la resolución de este problema por parte de la ciudadanía.

6. Financiación y apoyos

La realización de este artículo ha contado con el apoyo de la Fundación Canaria Cine+Cómics, que ha financiado la exposición que se deriva de este estudio y que formó parte del XXI Salón Internacional del Cómic y la Ilustración de Tenerife. A su vez, ha contado con la colaboración de la Cátedra Cultural Moebius de la Universidad de La Laguna, coorganizadora de este festival, y del Parlamento de Canarias, que ha cedido el espacio expositivo. A su vez, esta publicación ha sido posible gracias a la ayuda JDC2022-049248-I financiada por MCIN/AEI/ 10.13039/501100011033 y por la "Unión Europea NextGenerationEU/PRTR".

7. Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía CrediT

- Concepción y enfoque del trabajo: Autor 1 y 2.
- Curación de datos: Autor 2.
- Análisis formal: Autor 1 y 2
- Adquisición de fondos: Autor 1 y 2.
- Investigación: Autor 1 y 2.
- Metodología: Autor 2.
- Administración del proyecto: Autor 1 y 2.

- Recursos: No aplica.
- Software: No aplica.
- Supervisión: No aplica.
- Visualización: Autor 1 y 2.
- Redacción: Autor 1 y 2.

Semblanza de los autores

Lucas Morales Domínguez es Doctor *Cum Laude* en Arte y Humanidades por la Universidad de La Laguna (2023). Máster en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de La Laguna (2015). Graduado en Periodismo por la Universidad de La Laguna (2013). Técnico Superior en Ilustración, Diseño y Artes Plásticas (2006). Actualmente, profesor sustituto de la Universidad de La Laguna en el departamento de Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social. Profesor universitario en la Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife (2014-2018). Director de la Fundación Canaria para el Estudio y la Promoción de la Narrativa en Imágenes (2018-actualidad). Asimismo, es autor en revistas indexadas como *Estudios del Mensaje Periodístico*, *Visual Review* o *Trípodos*, entre otras. Además, ha participado en proyectos de innovación docente que involucran el desarrollo radiofónico en el aula en el portal Periodismo ULL, asociado a la Universidad de La Laguna. Entre sus líneas de investigación está la comunicación audiovisual, el orientalismo, el *political cartoon* y la narrativa en imágenes.

Váleri Codesido-Linares es investigadora posdoctoral en la Universidad Rey Juan Carlos y doctora internacional en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid. Su tesis doctoral, financiada por el contrato de excelencia MECD FPU2018, fue calificada con sobresaliente *Cum Laude* por unanimidad y ha recibido el Primer Premio Extraordinario de Doctorado. Actualmente, disfruta del prestigioso contrato posdoctoral Juan de la Cierva en la Universidad Rey Juan Carlos, donde forma parte del Grupo de Investigación de alto rendimiento Ciberimaginario y de la cátedra de cine español FlixOlé-URJC. Autora de artículos en revistas indexadas como *Doxa*, *Visual Review* y *Trasvases entre la Literatura y el Cine*, además de varios capítulos de libros en editoriales como McGraw Hill y Fragua. Su trayectoria investigadora y docente incluye estancias internacionales en Western Sydney University (Australia) y Universidade Católica Portuguesa (Oporto, Portugal), y ha impartido seminarios sobre historia del cine y estéticas cinematográficas en la Universidad de New South Wales (Australia) y en la Escola das Artes de Oporto (Portugal).

Referencias

Armentia, J. I., & Caminos, J. M. (2003). *Fundamentos de periodismo impreso*. Ariel.

Bond, F. (1974). *Introducción al periodismo*. Limusa.

Carabias, J. (1973). *El humor en la prensa española*. Autor.

Cebrián Herreros, M. (1992). *Géneros informativos audiovisuales.* Editorial Ciencia 3.

Domenach, J. M. (1955). *La propaganda política (segunda edición)*. Eudeba.

Dugalich, N. M. (2018). Political cartoon as a genre of political discourse. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics, 9*(1), 158-172.

Eide, E. (2012). Visualizing a global crisis. Constructing climate, future and present. *Conflict & Communication, 11*(2), 1-16.

Fernández, P., & Villaplana, V. (2019) An analysis of El Roto's newspaper cartoons discourse as social indictment against Spanish austerity policies, en Kate Power, Tanweer Ali, Eva Lebdušková (eds.), *Discourse Analysis and Austerity: Critical studies from Economics and Linguistics*. Routledge.

Fernández-Muerza, Á., & Rodrigo-Cano, D. (2025). El uso del humor gráfico en español e inglés para comunicar los relatos del cambio climático y cómo aparece en Google Imágenes. *MHJournal*, *16*(1), 207-233. https://doi.org/10.21134/9n84p259

Genaut-Arratibel, A., Suárez-Villegas, J. C., & Cantalapiedra, M. J (2022). Universities and knowledge transfer in the communication field. Letter. *Profesional de la información*, *31*(6), 1699-2407. https://doi.org/10.3145/epi.2022.nov.08

Gertrudix, M., Carbonell-Alcocer, A., Arcos, R., Arribas, C. M., Codesido-Linares, V., & Benítez-Aranda, N. (2024). Disinformation as an obstructionist strategy in climate change mitigation: a review of the scientific literature for a systemic understanding of the phenomenon. *Open Research Europe, 4*(169), 1-35. https://doi.org/10.12688/openreseurope.18180.2

Giora, R. (2003). *On Our Mind: Salience, Context and Figurative Language*. Oxford.

Gough, A., & Horacek, J. (2023). The generativity of feminist and environmental cartoons for environmental education research and teaching. *Environmental Education Research*, *29*(4), 500-519. https://doi.org/10.1080/13504622.2022.2073332

Hellmann, O. (2024). Can Rick and Morty Save the Planet? Re-Politicizing Climate Change Through Humor and Animation. *Television & New Media*, 1-19. https://doi.org/10.1177/15274764241271200

Lausberg, H. (1984). *Manual de retórica literaria: fundamentos de una ciencia de la literatura*. Gredos.

León, T., & Travesedo de Castilla, C. (2005). El 'discurso eficaz' de la viñeta gráfica. En T. León (dir.), *11M. Las viñetas en la prensa* (59-72). Diputación de **Málaga.**

Loiti-Rodríguez, S. & Suárez-Villegas, J. C. (2022). Networks for research and knowledge-transfer in communication: the case of INTRACOM. ***Ámbitos,*** (57), 11-30. http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i57.01

Marín-Arrese, J. I. (2019). Political Cartoon Discourse: Creativity, Critique and Persuasion. *Cultura, Lenguaje Y Representación,* (22), 117-134. https://www.e-revistes.uji.es/index.php/clr/article/view/3958

Morales, L., Zurita, J. L., & Arrufat, S. (2024). The Ukraine war in Western political cartoons during the first year and a half of the conflicto. *Visual Review*, *16*(7), 103-115. https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5306

Morán, E. (1988). *Géneros del periodismo de opinión. Crítica, comentario, columna, editorial*. Eunsa.

Motswaledi, T. R. (2022). Political Cartoons: Agenda-Setters of Climate Change. *Journal for Creativity, Innovation and Social Entrepreneurship (JCISE), 6*(2), 74-84.

Movchan, D., Ushchapovska, I., & Savchuk, A. (2023). Cartoons in the genre spectrum of political discourse. *Philological Treatises, 15*(2), 101-108.

Muñoz, J. J. (1994). *Redacción periodística. Teoría y práctica*. Cervantes, Salamanca.

Nemickienė, Ž., & Vengalienė, V. (2024). Humour in Joel Pett's Environmental Cartoons on Climate Change. *Technium Education and Humanities*, (8), 142-152. https://doi.org/10.47577/teh.v8i.10836

O'Neill, S. (2020). More than meets the eye: A longitudinal analysis of climate change imagery in the print media. *Climatic Change, 163*(1), 9-26.

Sani, I., Abdullah, M. H., Abdullah, F. S., & Ali, A. M. (2012). Political cartoons as a vehicle of setting social agenda: The newspaper example. *Asian Social Science, 8*(6), 156. http://dx.doi.org/10.5539/ass.v8n6p156

Santamaría, L. (1990). *El comentario periodístico. Los géneros persuasivos*. Paraninfo.

Scully, R. (2014). Towards a global history of the political cartoon: Challenges and opportunities. *International Journal of Comic Art, 16*(1), 29-47.

Segado Boj, F. (2008). Una pesadilla obsesiva: la crisis económica y la transición española a la democracia a través del humor gráfico (1974-1977). *Comunicación y Sociedad*, 2(21), 141-169. 10.15581/003.21.36286

Suárez, M. (2015). El humor gráfico como herramienta de crítica: los líderes políticos internacionales en las viñetas de *El País*. *IC - Revista Científica de Información y Comunicación*, (12), 227-255.

Tamayo, E. (1988). *La caricatura editorial*. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana.

Tejeiro, R., & León Cross, T. (2009). Las viñetas de prensa como expresión del periodismo de opinión. *Diálogos de la Comunicación. Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*, (78), 1-11.

Toledo, M., Yangco, R., & Espınosa, A. (2014). Media cartoons: Effects on issue resolution in environmental education. *International Electronic Journal of Environmental Education, 4*(1), 19-51.

Wu, A. (2023). The Images of China in Political Cartoon of Foreign Media. *Open Journal of Modern Linguistic*, (13), 523-558. https://doi.org/10.4236/ojml.2023.134033

ÁMBITOS
REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

Nº 67 | ABRIL 2025
ISSN: 1139-1979 | E-ISSN: 1988-5733
10.12795/Ambitos.2025.i67.04

Investigación, transferencia y alfabetización sobre series de televisión: el caso de LIGAINCOM

Research, knowledge transfer, and media literacy on television series: The case of LIGAINCOM

Víctor Hernández-Santaolalla

Universidad de Sevilla | Calle Américo Vespucio, 27, 41092 Sevilla | España
0000-0002-2207-4014 | vhsantaolalla@us.es

Javier Lozano Delmar

Universidad Loyola Andalucía| | Av. de las Universidades, 2, 41704 Dos Hermanas, Sevilla | España
0000-0002-0974-1118 | jlozano@uloyola.es

María del Mar Rubio-Hernández

Universidad de Sevilla | Calle Américo Vespucio, 27, 41092 Sevilla | España
0000-0001-8402-8067 | mrubio8@us.es

Recepción 20/12/2024 · Aceptación 10/02/2025 · Publicación 15/04/2025

Resumen

Fundada en 2012 como asociación y transformada posteriormente en grupo de investigación, uno de los objetivos fundamentales de la Liga de Investigación en Comunicación y Cultura. Género(s), Narrativa, Ideología y Estudios Visuales (SEJ694) ha sido desde sus inicios el de la divulgación de la investigación en el campo de la cultura de masas, especialmente sobre la ficción televisiva, teniendo en cuenta el impacto social y académico de las series en la llamada tercera edad de oro de la televisión. Así, la actividad que se desarrolla desde el grupo enlaza con el concepto de alfabetización mediática y entronca con el espíritu de los estudios culturales, aportando herramientas desde el pensamiento crítico para que los miembros de la sociedad aprendan a decodificar los mensajes que reciben a través de las pantallas. A partir de la metodología Investigación-Acción, se realiza un repaso por las actividades desarrolladas por la asociación tanto dentro como fuera de las aulas, llevando a cabo charlas y talleres en centros cívicos, festivales o bares. Igualmente, se valora el impacto de las publicaciones divulgativas sobre series y su alcance en medios de comunicación. Dadas las fases del enfoque metodológico implementado (diagnóstico, planificación, acción, observación y reflexión) y la importancia de la evaluación de la actividad desarrollada, se puede concluir que las aportaciones de la Liga de Investigación en Comunicación y Cultura (a partir de ahora LIGAINCOM) en la investigación y divulgación sobre ficción televisiva contribuyen al progreso de la visión crítica de la ciudadanía.

Palabras clave: alfabetización, divulgación, educomunicación, ficción televisiva, Investigación-Acción.

Abstract

Founded in 2012 as an association and later transformed into a research group, one of the primary objectives of the Research League in Communication and Culture: Genre(s), Narrative, Ideology, and Visual Studies (SEJ694) has been,

CC BY NC SA

since its inception, the dissemination of research in the field of mass culture, particularly regarding television fiction, with a focus on the social and academic impact of television series during the so-called "third golden age" of television. Thus, the activities developed by the group are linked to the concept of media literacy and align with the spirit of cultural studies, providing tools through critical thinking to help members of society learn to decode the messages they receive through screens. Using the Action Research methodology, a review of the activities carried out by the association both inside and outside the classroom is presented, including lectures and workshops in civic centers, festivals, and bars. Additionally, the impact of popular publications on television series and their reach in the media is assessed. Given the stages of the implemented methodological approach (diagnosis, planning, action, observation, and reflection) and the importance of evaluating the developed activity, it can be concluded that the Research League in Communication and Culture (LIGAINCOM henceforth)'s contributions to research and dissemination on television fiction help advance a critical perspective within society.

Keywords: *literacy, knowledge dissemination, educommunication, television fiction, Action Research.*

1. Introducción. LIGAINCOM y la era global de las series de televisión

La tercera edad de oro de la televisión estadounidense y la *quality TV* han transformado la percepción de las series de televisión. Estas producciones (caracterizadas por el uso del género dramático, la complejidad de los personajes y la evolución temporal de las tramas) han posicionado a las series en la cúspide del entretenimiento contemporáneo. Así pues, las series de televisión se han convertido en el objeto cultural global por excelencia: "las teleseries norteamericanas han ocupado, durante las dos primeras décadas del siglo XXI, el espacio de representación que durante la segunda mitad del siglo XX fue monopolizada por el cine de Hollywood" (Carrión, 2022, p. 21). Como indican Cascajosa y Mateos-Pérez (2023): "Se trata de un producto narrativo clave en el entretenimiento, que ha concitado la confianza de públicos, crítica e industria" (p. 17). Por su parte, las autoras Aguado y Martínez (2021) se preguntan "hasta qué punto la cultura *pop* estadounidense [...] forma ya parte de la realidad cotidiana de gran parte de las personas que habitamos este mundo. Porque hablar del *pop* es hablar, en definitiva, de globalización, de imperialismo cultural, de nuestros gustos" (p. 11). En una columna de opinión de *El País* publicada en 2018 se hablaba de "entretenimiento global", haciendo referencia al lenguaje universal de las series en la sociedad contemporánea. Carrión (2022) coincide con esto y habla de la edad global de las series, no solo ya norteamericanas sino también europeas, coreanas, israelíes y, por supuesto, españolas.

Así pues, el contexto español no ha sido ajeno a esta transformación. Javier Olivares (2022), *showrunner* español cocreador, entre otras, de *El Ministerio del Tiempo* (RTVE, 2015-2020), se plantea si España está viviendo una nueva edad de oro con su producción televisiva. Olivares señala como factores clave la internacionalización de las producciones de ficción serial nacionales, su relevancia en el mercado global –haciendo referencia a *La casa de papel* (Antena 3, 2017; Netflix, 2018-2021)– y el papel de las plataformas de *streaming* para la distribución (2022, p. 11). Como explican Mateos-Pérez y Sirera-Blanco (2021), "Las series y miniseries de televisión han aumentado en número, importancia y peso dentro de la industria audiovisual en los últimos años" (p. 2). Para estos, que realizan la difícil y necesaria labor de crear una taxonomía de series españoles entre los años 2000 y 2020, los motivos del auge están relacionados, en un primer momento, con la aparición de la TDT y los canales temáticos, y más adelante, con el auge de las tecnologías digitales y las plataformas OTT. Según el último informe del Observatorio Iberoamericano de ficción televisiva (a partir de

ahora OBITEL): "La ficción propia de estreno ha alcanzado su máximo histórico en 2023 con 98 producciones; un aumento sobresaliente tanto en la oferta en *streaming* como en la televisión lineal" (Lacalle et al., 2024, p. 163).

Esta edad de oro de las series españolas también ha tenido su repercusión en el ámbito universitario, en una especie de efecto de ida y vuelta: de un lado, las series comenzaron, cada vez más, a tratarse de forma académica, siendo objeto de tesis doctorales, artículos científicos, libros y grupos y proyectos de investigación, en línea con otros campos como el de la alfabetización mediática (Segarra-Saavedra et al., 2023). En palabras de Cascajosa y Mateos-Pérez (2023), "la investigación académica sobre series de ficción ha ido aumentando de manera progresiva y se ha consolidado hasta constituirse como una de las líneas de trabajo que han incrementado su presencia e importancia en el último tiempo" (p. 17). De otro lado, este trabajo académico servía también para legitimar el medio y contribuir a la divulgación sobre ficción televisiva en entornos fuera de la universidad. Así, en los últimos años, se han incrementado los foros y sitios webs especializados, los libros de divulgación y otras publicaciones específicas, así como eventos de diferente índole (Mateos-Pérez & Sirera-Blanco, 2021, p. 2). De este modo, podemos encontrar en España festivales bien establecidos como Serializados, el emergente South International Series Festival de Cádiz o la inclusión y presentación de series de televisión en los festivales más importantes a nivel nacional como San Sebastián. En cuanto a las editoriales, desde las más académicas, como Fragua, Síntesis o Laertes a otras más divulgativas como Errata Naturae o Dolmen, pasando por otras más emergentes como Readuck, estas han mostrado una preocupación creciente por el campo de estudio, tratando temas tan variados como los aspectos éticos (Catela & Agejas, 2022), los estéticos (Huerta & Sangro, 2018), las series internacionales (Hergar & Mejino, 2020) o la producción nacional (Cascajosa & Mateos-Pérez, 2023; Huerta & Albero, 2020; Ruiz Muñoz & Raya Bravo, 2022), por citar solo algunos ejemplos.

En conclusión, la tercera edad de oro y la internacionalización de la ficción televisiva han redefinido no solo el papel de las series en el mercado cultural, sino también su impacto social y académico. La televisión, como espacio de narración y representación, continúa evolucionando, generando debates y renovando constantemente su relevancia en el ámbito global. Como explican Aguado y Martínez, a través de las series y sus narrativas,

> asistimos a temas y a esas partes de la realidad en las que ponen el foco [...]. Es decir, influyen en la forma que tenemos de percibir nuestros entornos. Y, a su vez, nos permiten crear imaginarios compartidos. En definitiva, la televisión es, a la par, reflejo y espejo de lo que la rodea (2021, p. 15).

Según los datos de OBITEL, las series españolas estrenadas en 2023 se caracterizan por una "resignificación de las relaciones de clase social y de género, y la paulatina incorporación de la diversidad en todas sus manifestaciones (sexual, cultural, de origen, etc.)" (Lacalle et al. 2024: 183). En esta línea, más relacionada con la educación mediática, es donde se ubica el trabajo de la Liga de Investigadores en Comunicación (LIGAINCOM), con el objetivo de traer la reflexión crítica sobre series de televisión al público general.

Fundada como asociación en 2012, LIGAINCOM surgió como iniciativa de jóvenes docentes e investigadores-as de la ciudad de Sevilla agrupados en torno a dos universidades: la Universidad de Sevilla (US) y la Universidad Loyola Andalucía. La tradición en la investigación sobre narrativa

y televisión en la US con referentes como Virginia Guarinos o Inmaculada Gordillo, la actividad de nuevas tesis doctorales en el programa "Procesos de la Comunicación" (del que parten el resto de integrantes fundadores de LIGAINCOM) y, como se ha explicado antes, la fuerza con la que los estudios sobre series comenzaban a poblar el ámbito nacional fueron el contexto de aparición de esta asociación. Los objetivos que se marcó LIGAINCOM en un primer momento estaban vinculados, de un lado, al desarrollo de la investigación de sus integrantes y, de otro, a la transferencia de conocimiento, fomentando la participación de la comunidad universitaria y de las sociedades en actividades científicas en el ámbito de la comunicación; contribuyendo a la oferta formativa y cultural de Andalucía en materias de comunicación, y propiciando el intercambio de conocimiento entre la universidad, otras instituciones y las sociedades.

La asociación desarrolló su actividad con dicha identidad hasta 2018 –aunque sus integrantes han seguido colaborando conjuntamente desde entonces–, constituyéndose como grupo de investigación PAIDI en 2023 bajo el nombre de Liga de Investigación en Comunicación y Cultura. Género(S), Narrativa, Ideología y Estudios Visuales (SEJ694). El presente trabajo quiere aprovechar el monográfico de esta revista para exponer el caso de LIGAINCOM y de las acciones realizadas a lo largo de los diferentes años de vida en torno a la alfabetización mediática y la divulgación y transferencia de conocimiento a la sociedad.

2. Metodología: Investigación-Acción

La perspectiva desarrollada por LIGAINCOM para cumplir con los objetivos establecidos se puede enmarcar dentro de la metodología Investigación-Acción, desarrollada por Lewin (1946) en búsqueda de una forma de investigación que fuera más allá de las publicaciones académicas, aunando la experimentación con la acción social (Contreras, 1994). En la actualidad esta metodología se aplica a diversos ámbitos, siendo el educativo uno de ellos. En este sentido, este enfoque se considera adecuado para analizar el proceso de alfabetización mediática que experimenta un determinado colectivo (de la Fuente Prieto et al., 2019; Martins-de-Oliveira & Pereira-Pereira, 2017; Zorrilla Luque et al., 2021). Concretamente, en este caso, se adopta un enfoque sociocrítico, puesto que el rol de docente y el de investigador/a confluye en los integrantes del grupo (Melero, 2011).

Igualmente, se sigue un proceso en cuatro fases, según lo señalado por Kemmis y McTaggart (1988) a la hora de aplicar la metodología: (a) diagnóstico y reconocimiento de la situación inicial, (b) planificación y desarrollo de un plan de acción, para mejorar la situación de partida, (c) actuación para poner el plan en práctica y observación de sus efectos, y (d) reflexión en torno a los efectos como base para una nueva planificación. A este respecto, la fase de diagnóstico parte de la identificación de necesidades, que en este caso sería la carencia, por parte del público general, de herramientas para interpretar de forma crítica los mensajes mediáticos y, en concreto, las series de televisión.

3. Diagnóstico. Alfabetización mediática y efectos de los medios

Harold D. Lasswell (1948) determinó tres funciones principales de los medios de comunicación: 1) la vigilancia del entorno, 2) la correlación de las partes de la sociedad en respuesta a dicho entorno, y 3) la transmisión de la herencia social entre generaciones, a las que Wright (1960) incorporaría la

función de entretenimiento. Posteriormente, Blumler (1979), en el contexto de la teoría de usos y gratificaciones, propondría tres usos principales de los mismos, a saber, 1) el cognitivo, que conduciría a la búsqueda de información, y que se correspondería con la vigilancia del entorno de Lasswell; 2) el de entretenimiento, y 3) el de identidad personal, que se correspondería con la segunda y tercera funciones *lasswellianas* y que se podría resumir en términos de educación.

En esta línea, los medios de comunicación, tal y como reconoce David Buckingham (2005), son educativos por naturaleza – "we learn about the world through the media", sentenciará Allison T. Butler (2021)–, por lo que resulta necesario saber no solo qué enseñan, sino cómo lo hacen y qué efectos tienen en las sociedades. Los medios conformarían una especie de "escolaridad informal" (Buckingham, 2005, p. 295), una "escuela paralela a la convencional con sus propios códigos, lenguajes, normas y valores" (Aparici Marino, 2005, p. 87), que proponen valores y modelos en ocasiones divergentes con los ofrecidos en la escuela (Aguaded, 2010, p. 120). Cobran así importancia los conceptos de educación y alfabetización mediáticas, es decir, el proceso de enseñanza-aprendizaje sobre los medios de comunicación y el conocimiento adquirido para la interpretación de dichos medios, respectivamente (Buckingham, 2005). En esta línea, resulta fundamental también la necesaria "mirada crítica" que se presupone a la alfabetización mediática (Aguaded-Gómez, 2013, p. 7), pues no solo se debe enseñar a leer y escribir los medios, sino a reflexionar sobre este proceso en sí mismo (Buckingham, 2005, 2012; Butler, 2021). En este marco, la UNESCO (2023) entiende que la alfabetización mediática (e informacional) es "un bien público" (p. 4), que "abarca las competencias que permiten a las personas interactuar de manera crítica y efectiva con el contenido de las comunicaciones" (p. v).

La educación acerca de los medios de comunicación tiene su razón primordial en el hecho de que estos no reflejan la realidad tal cual, sino que hacen una representación de la misma; una idea que quedó bien resumida en el concepto de espejo deformado que Pollay (1986) atribuía a la publicidad. La publicidad, pero también las películas y las series de televisión, los videojuegos e incluso los informativos –véase al respecto la teoría de la *agenda-setting* y sus distintas fases (McCombs, 2006)– dan una visión de la realidad sesgada y alterada, que puede, en última instancia, influir en cómo percibimos el mundo. En relación con estas consecuencias cobra especial sentido la teoría del cultivo propuesta por George Gerbner, que propone que, a largo plazo, los medios de comunicación (con especial incidencia de la televisión) llevarían a que la audiencia identificara la realidad mediada con la verdadera realidad (Gerbner et al., 1996), afectando no solo al sistema de creencias, sino enseñando también las respuestas actitudinales y emocionales que debemos tener ante esas realidades (Boni, 2008).

Las imágenes difundidas por los medios de comunicación de masas tradicionales, pero también a través de las redes sociales, fomentarían en el público visiones del mundo hegemónicas, estandarizadas y preservadoras de *statu quo*, lo cual nos permitiría establecer un vínculo con los preceptos de la Escuela de Frankfurt (Adorno, 2008; Habermas, 2006; Pasquali, 1980) y con la corriente de los estudios culturales. Ambas se basan en la idea de que los medios de comunicación siguen una finalidad mercantilista, lo que explicaría por qué de las tres funciones que señalábamos anteriormente se han centrado especialmente en la del entretenimiento, en un intento de adecuarse a los gustos del público. Este propósito conectaría, además, con la recopilación de datos actual y el uso algorítmico para personalizar la oferta de ocio y consumo actuales, dentro del marco del capitalismo de vigilancia (Zuboff, 2020). No obstante, aunque la Escuela de Frankfurt y los estudios culturales

cuenten con puntos de partida comunes, tienen una diferencia fundamental en relación con la solución a esta problemática. Así, frente a la concepción elitista de la primera y su rechazo a la cultura como herramienta de manipulación, los estudios culturales sí proponen el estudio de esta bajo el paraguas del criticismo (Hernández-Santaolalla, 2018). Desde la idea gramsciana de que la cultura debe entenderse como un espacio de conflicto, Raymond Williams (1978) propone la educación como la solución a las imposiciones mercantilistas culturales, algo que ya habían planteado Leavis y Thompson en 1933, quienes hablaban de la educación como un antídoto o vacuna contra la "cultura" de los medios (Masterman, 1996, p. 58). En este proceso educativo resulta importante tener en cuenta la idea de que la audiencia no es un ente pasivo que simplemente consume el contenido mediático y mediatizado, sino que las/os receptoras/es son personas activas que intervienen de manera creativa en el proceso de decodificación según los postulados de Stuart Hall (1981), quien busca explicar a través de su modelo cómo se produce el efecto ideológico de los medios de comunicación.

Con respecto a las series de televisión, el proceso de alfabetización mediática a partir de las mismas es un campo relativamente novedoso, si bien cuenta con algunos estudios que demuestran su aplicación. Al respecto, si bien González Gaitano et al. (2021) apuntan que la calidad formativa de las series de televisión es inferior que el valor de la literatura o el cine, desde nuestro punto de vista esto no debe entenderse como que carezcan de un rol en el aprendizaje de la realidad (Jiménez-Varea y Hermida, 2025), tanto desde un punto de vista cognitivo como emocional o incluso conductual. En esta línea, no habría duda de que las series de televisión favorecen la construcción de modelos identitarios que afectarían principalmente al público adolescente y juvenil, como apuntan Aran et al., (2011), quienes se centran específicamente en la interpretación que hace este público de la representación de las relaciones amorosas en la ficción televisiva. En otro orden, las series de televisión han sido vistas como herramientas idóneas para formar en historia (Marfil-Carmona, 2018; Sáiz-Serrano y Parra Monserrat, 2017), en salud (Garrido Pérez et al., 2021), así como para reflexionar sobre los roles de género (Gilligan, 2023) o sobre diversidad funcional, propiciando "la construcción de una sociedad más empática, igualitaria y equitativa" (Zaptsi et al., 2024, p. 44). Por su parte, Marta Narberhaus y Rebeca Pardo (2022) indican que estas pueden resultar importantes para visibilizar referentes femeninos de los ámbitos STEM (Science, Technology, Engineering, Mathematics), como una forma de que la audiencia reflexione sobre estos y puedan servir de vocación a niñas y adolescentes.

En este sentido, y con independencia del tema específico que se aborde, queda demostrado que las series, dentro del marco más amplio de la televisión y de los medios de comunicación de masas, influyen en la realidad y forman a las sociedades; una suerte de educación informal que debería integrarse en las escuelas con el objetivo de concienciar a los públicos desde temprana edad y dotarles de habilidades críticas que les permitan comprender qué están viendo en dichas series de televisión y por qué (Berland, 2023). Más aún, cuando, como sugieren algunos estudios, los jóvenes invierten cada vez más tiempo en los relatos digitales audiovisuales. Al respecto, de acuerdo con la Fundación Telefónica, el consumo de contenidos multimedia en *streaming* "es mucho más frecuente entre los más jóvenes (el 89,6 % de los usuarios de internet de entre 14 y 19 años y el 88,1 % de los de 25 a 34 años)" (2023, p. 114). Por su parte, un informe del Instituto de la Juventud (INJUVE) señala que alrededor del 75 % de las/os jóvenes está como mínimo entre dos y tres horas diarias en la red para llevar a cabo actividades de "ocio digital", tales como conectarse a redes sociales, u otras como escuchar música o ver series (Simón, 2021, p. 164).

En esta línea, mientras se alcanza el paso lógico de incorporar la alfabetización mediática a la educación reglada, desde la academia se pueden propiciar iniciativas de divulgación y transferencia, como la que aquí se aborda, para enseñar a los diferentes segmentos poblacionales a leer los medios, en general, y la ficción televisiva, en particular, con el convencimiento de que esta formación deberá ir mutando hacia nuevos objetos de consumo más emergentes y menos tradicionales. Como indican Urcola-Eceiza et al., "es la ficción de películas y series la que prácticamente monopoliza el interés de los estudiantes, tras la que irrumpen con fuerza los vídeos de internet y los de los Youtubers" (2022, p. 719). Los trabajos de Eguzkitza Mestraitua et al. (2023a, 2023b) reflexionan sobre la "mudanza" de esta audiencia joven hacia canales diferentes a los tradicionales y el esfuerzo, a su vez, de estos canales, por recuperar a este público, en muchos casos a través de series como *SKAM* o los productos de Playz en RTVE.

Realizado el diagnóstico general de la situación, el objetivo principal de la intervención propuesta dentro de la metodología de Investigación-Acción se traduce en dotar al público general de herramientas que les permitan leer y reflexionar acerca de los mensajes difundidos por los medios de comunicación de masas y, en concreto, a través de la ficción televisiva.

4. Planificación y actuación

En este punto es necesario planificar las actividades que luego serían puestas en marcha por la asociación. A este respecto, y teniendo en cuenta el objetivo establecido, resulta clave la definición de los públicos a las que dirigir las acciones para su correcto diseño. Se determinan, de esta forma, dos grupos: por un lado, alumnado de educación secundaria y/o universitaria, para los que se crean algunas actividades de carácter académico que tienen lugar en las aulas o espacios educativos; por otro lado, la sociedad en general, lo que se traduce en un grupo más heterogéneo en edad e intereses para el que se diseñan otras actividades divulgativas que se celebran en lugares como bares, librerías, centros cívicos y culturales, etc.

En la Tabla 1 se recogen, a modo de síntesis, las actividades organizadas y llevadas a cabo por el grupo, según la naturaleza de las mismas, el tipo de público al que se dirigen y el medio o formato utilizado.

Tabla 1

Actividades organizadas por LIGAINCOM

Tipo de actividad	Público	Medio/formato
Talleres y seminarios complementarios a la formación reglada.	Alumnado	Encuentros personales, con interacción directa.
Encuentros y charlas en eventos de carácter cultural, divulgativo, de ocio, etc.	Público general y alumnado.	
Publicaciones de carácter divulgativo.	Público general.	Publicaciones editoriales.
Difusión a través del blog y perfiles de redes sociales.	Público general.	Medio digital, con interacción *online*.

Fuente. Elaboración propia.

En la etapa de actuación se interviene sobre la necesidad identificada, lo cual implica la puesta en marcha de las acciones planificadas para cambiar la situación de inicio. Durante y después del desarrollo de las acciones se realiza una labor de observación a partir de la cual se valora el funcionamiento de la actividad, teniendo en cuenta la respuesta de los públicos. Este seguimiento es posible a partir de técnicas como la observación participante y la recogida de datos en instrumentos como diarios del equipo docente. Esta etapa lleva a la última fase de reflexión en cuanto a los resultados obtenidos, lo que determina la planificación de próximas actividades, en un continuo proceso de aprendizaje y mejora. De hecho, la metodología "se desarrolla siguiendo un modelo en espiral en ciclos sucesivos que incluyen diagnóstico, planificación, acción, observación y reflexión – evaluación" (Bausela, 2004, p. 5). A continuación, se detallan más pormenorizadamente cada una de las actividades señaladas en la Tabla 1.

1. Talleres y seminarios complementarios a la formación reglada. En cuanto a las actividades organizadas en centros educativos, estas suponen una forma más dinámica de completar la formación del estudiantado, más allá de lo estrictamente curricular, a la vez que permiten un trato más cercano y dirigido a sus intereses. Así, se organizaron diversos talleres para el alumnado universitario, concretamente de los grados impartidos en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, como "Crear es compartir. Introducción al universo *fandom*" (2013), el debate sobre el final de la serie *Breaking Bad* (2013) o "El consumidor de universos ficcionales. Contemos historias transmediáticas", enmarcado en la XIII Semana de la Ciencia en Andalucía (2013). Con el objetivo de llegar a un público juvenil, se han llevado a cabo una serie de actividades con centros de educación secundaria, como el taller "Alfabetización mediática y cultura participativa". Proyecto perteneciente a la convocatoria de "Actividades de Difusión de la Investigación entre Estudiantes Preuniversitarios" (2014), que trajo al alumnado a las aulas universitarias para participar en la dinámica, así como para visitar las instalaciones del centro. Algo similar fue lo experimentado en el "Desayuno científico en la FCom", como parte de la XXIII Semana de la Ciencia (2024) en el que el alumnado pudo charlar distendidamente con las/os docentes mientras disfrutaron de un desayuno en la Facultad de Comunicación. Más allá del contexto universitario, se han organizado diversos talleres en varios centros de Educación Secundaria, como parte del proyecto "Lecturas en torno a la cultura de masas", sobre temáticas como los videojuegos, la publicidad, la perspectiva de género, etc.
2. Encuentros y charlas en eventos de carácter cultural, divulgativo, de ocio, etc. Este tipo de acciones representa una de las principales actividades del grupo en su objetivo por acercar el ámbito académico a la sociedad y comporta una serie de ventajas. En primer lugar, permite una interacción directa con el público, obteniendo así una retroalimentación por parte de las personas asistentes al acto, que posteriormente se recoge en los diarios de los/as investigadores/as. En segundo lugar, facilita una segmentación del público y una adaptación de la charla, taller o encuentro, según si este se organiza en un ambiente distendido como un bar, o en otros lugares, como espacios culturales, o centros cívicos. Así, el ciclo de conferencias "RESET. Reseteando la pequeña pantalla. El seriadicto en la nueva televisión", que se organizó como foro de debate sectorial abierto al público de manera presencial y telemática, se celebró en el Centro de las Artes de Sevilla (2014), llegando así a una mayor audiencia. Este ciclo contó, además, con la participación de figuras del sector cultural y profesional como principales ponentes, por lo que tuvo alcance nacional. De la misma forma, las presentaciones de libros o el ciclo de charlas divulgativas "Entender la cultura popular audiovisual" (2024) se han llevado a cabo en cafeterías

o bares, lo cual favorece un ambiente más distendido, que permite una interacción más cercana con las personas asistentes y una mayor participación por parte de estas.

Igualmente, el taller o charla se puede incluir como actividad dentro de un evento de mayor calado, como jornadas culturales o eventos de carácter nacional e internacional, como La Noche Europea de l@s Investigador@s. En este caso, se organizó el taller "Seriefilia. Creación y consumo de series de ficción en la era de la *Quality Television*" en la edición de 2013 y el taller "La publicidad como entretenimiento. Hibridación y convergencia entre formatos audiovisuales" en la de 2014. En ambos casos se prepararon diversas dinámicas, como un juego de Trivial, para involucrar a un público muy diverso que participó de forma entusiasta mientras adquiría nuevos conocimientos sobre la cultura de masas. En cuanto a la presencia en otro tipo de jornadas se pueden mencionar ejemplos como la presentación de: "El fenómeno televisivo de *Juego de Tronos*" en las IX Jornadas de Rol y Estrategia de Sevilla (2013), o la ponencia: "Las series como objeto cultural", en la primera edición de Sevilla Ficción: Salón del cine, las series y el cómic (2017), que contaron con una audiencia especialmente interesada en la ficción televisiva. En la misma línea, destaca la participación en la mesa redonda: "Salud mental y series de televisión" en las X Jornadas de puertas abiertas de ASAENES, organizadas por ASAENES (Asociación de Familiares, Allegados y Personas con Trastorno Mental Grave) en 2015. A este respecto, es importante señalar que la presencia en muchos de estos eventos vino propiciada por la trayectoria creciente de la asociación, a la que los organizadores de dichos encuentros acudieron para contar con su aportación en la materia desde una perspectiva divulgativa. En definitiva, este breve repaso sirve para ilustrar la organización de actividades muy diversas, que se han ajustado a las características de cada acto para la consecución de los objetivos establecidos por la asociación.

3. Publicaciones de carácter divulgativo. Se trata de otra de las vías principales por las que la asociación se da a conocer en sus inicios y comienza su trayectoria en la investigación, aunando la perspectiva académica con la divulgativa. En este sentido, se determina como público objetivo un perfil de lector/a general, que suele consumir series de televisión, para quien se define el estilo y enfoque de las diversas publicaciones. Estos libros han alcanzado cierto seguimiento e impacto, no solo en términos exclusivos de investigación (según métricas e índices editoriales), sino por su aparición en medios de comunicación o su posición en listas de ventas, lo que se entiende como un resultado medible de su impacto. Igualmente, el lanzamiento de cada publicación se asocia con una presentación en librerías o salas de ocio, en las que participan varias/os autores/as, pudiendo así organizar un encuentro más cercano con el público y dando a conocer de manera directa parte de sus contenidos. Así, tras la publicación de *Satoshi Kon: superando los límites de la realidad* (López, 2012), que fue presentado en la Embajada de España en Tokio, en el marco del año dual España-Japón, la asociación se da a conocer plenamente con la monografía *Reyes, espadas, cuervos y dragones. Estudio del fenómeno televisivo* Juego de Tronos (Lozano Delmar et al., 2013), que posteriormente sería revisada y actualizada en *(Re)analizando el fenómeno televisivo* Juego de Tronos*. Winter is over* (López Rodríguez et al., 2020). Estas obras se relacionan a su vez con charlas, como la impartida las IX Jornadas de Rol y Estrategia de Sevilla, ya mencionada, o un curso de verano a través de la Fundación de la Universidad de Málaga dedicado a la serie, buscando transferir el conocimiento adquirido con la realización de la monografía a diferentes foros de debate y divulgación. Asimismo, a nivel de medios de comunicación, las monografías fueron la antesala de participaciones en programas radiofónicos como "Adiós al espectáculo" de *Todo Radio FM*, o la publicación de varios artículos en prensa. Ejemplo de estos serían el reportaje en *ABC* "¿Se anticipó Sevilla al boom desatado por el rodaje de '*Juego de Tronos*'?" (González-Barba, 2014), la aparición en el medio autonómico *Canarias 7* (2017), la tribuna "¿Por qué es importante

Juego de Tronos?" (Lozano Delmar, 2019) en *Diario de Sevilla*, o los artículos de Labastida (2019) en *Las Provincias* Labastida (2019) y de Surcouf (2017) en *Le Monde*.

Posteriormente vinieron otras monografías centradas en otras producciones audiovisuales concretas como *Breaking Bad* (Cobo & Hernández-Santaolalla, 2013) o *Sons of Anarchy* (Hernández-Santaolalla y Cobo, 2017). El primero, editado por Errata Naturae, se situó entre los diez libros más vendidos de no ficción y sirvió de base para reportajes en periódicos y revistas (Fernández, 2013; Gómez, 2015; Lombardo, 2013), blogs especializados (Martín, 2013; Reviriego, 2014) o programas de radio, como el "Radioscopio" de Canal Sur, al tiempo que propició charlas en centros culturales, como el Centro Gallego de Arte Contemporáneo. Por otro lado, se publicaron otras obras en las que se analizaban determinados fenómenos televisivos, como la obra de Joss Whedon (García & Raya, 2015) o la representación de los asesinos en serie en la ficción televisiva (Hermida & Hernández-Santaolalla, 2015), que se recuperó años más tarde para el reportaje "'La serpiente' (Netflix) reabre el debate: la atracción por los asesinos en serie, a examen" (González, 2021).

4. Difusión a través del blog y perfiles de redes sociales. La asociación realiza igualmente una tarea constante de difusión de toda la actividad llevada a cabo por sus miembros. Para ello se utiliza, por un lado, la web de la asociación con información sobre el grupo, noticias, etc. En la primera versión de la web, se incluyó un blog con *posts* breves sobre diversas temáticas de la cultura audiovisual, en el que publicaron tanto las/os integrantes del grupo, como otras/os colaboradoras/es. La publicación de uno de los *posts* propició la entrevista en "Series y nostalgia: no todo vale", de La Script, programa de radio sobre cine y series en la *Cadena Ser* (2016). Por otro lado, se desarrolla una actividad continua en los perfiles de redes sociales del grupo; en una primera fase se contó con Facebook y Twitter como principales vías, mientras que en la actualidad se utilizan Instagram y X para generar contenido audiovisual, buscando una mayor interactividad con las/os seguidores.

4. Discusión y conclusiones

Tras esta investigación, queda demostrado que las series de televisión, como la ficción en general, a pesar de que puedan parecer inocuas, comprenden un marco de referencia y aprendizaje para el público que se expone a las mismas. No obstante, se trata de un espacio de formación no reglada (Buckingham, 2005), ante el que la audiencia se enfrenta sin disponer, muchas veces, de las herramientas adecuadas para su comprensión. En este sentido, resulta relevante realizar actividades de alfabetización mediática que puedan instruir al público no especializado; unas iniciativas que, si bien pueden partir de la academia, se llevan a cabo utilizando un lenguaje sencillo que permita la verdadera transferencia de conocimiento. En este sentido, se busca fomentar una perspectiva crítica (Aguaded-Gómez, 2013), que permita educar la mirada para aprender a leer los medios y, en concreto, las series de ficción, en consonancia con el modelo *encoding-decoding* de Hall (1981).

Tras la trayectoria llevada a cabo por la asociación en términos de alfabetización mediática y partiendo del enfoque metodológico de la Investigación-Acción se pueden extraer una serie de ideas clave. Una de ellas es la posibilidad de utilizar diversidad de fórmulas para cumplir el objetivo establecido: talleres, encuentros, charlas divulgativas, publicaciones en el blog, redes sociales... En este sentido, el propio grupo puede organizar la actividad en sí, enmarcándola en un evento o jornada, o bien puede contar con la invitación por parte de otras entidades u organizaciones para participar en su evento. A este respecto, resulta de gran utilidad disponer de ayudas públicas dedicadas a las actividades de divulgación, lo cual significa una mayor financiación e implicación por parte de las instituciones

que apuesten por la transferencia del conocimiento a la sociedad, en línea con la labor realizada por grupos como LIGAINCOM.

La pluralidad de fórmulas hace necesario dedicar especial atención a la adecuación, tanto del contenido como de la forma, de la actividad en sí, en función de quiénes conforman y dónde se encuentra el auditorio. Esta tarea resulta indispensable en la fase de planificación, puesto que permite igualmente delimitar el objetivo del taller o charla con el fin de comprobar su funcionamiento y éxito posterior. Es precisamente en la etapa de actuación cuando la asociación ha podido recibir *feedback* por parte de los públicos participantes, quienes han respondido de forma muy positiva a lo largo de los años. Igualmente, en un entorno educativo, se ha constatado el aprendizaje por parte del estudiantado, que participa en este tipo de actividades con mayor motivación y entusiasmo. En definitiva, se ha podido comprobar, a partir del enfoque metodológico aplicado, que estas actividades contribuyen al progreso de la visión crítica de la ciudadanía.

Como consecuencia de la actividad desarrollada por el grupo, su trabajo ha tenido cierto reconocimiento e impacto en los medios de comunicación. Dichas apariciones suponen una forma complementaria de dar a conocer el trabajo de la asociación y llegar a un público más amplio, que traspasa las aulas universitarias. También es interesante destacar cómo cada una de las actividades desarrolladas generaba un impacto que, a su vez, repercutía sobre otras acciones. Por ejemplo, las publicaciones de carácter divulgativo en formato de libro permitían la creación de otras actividades relacionadas como encuentros, charlas, talleres y seminarios y, a su vez, influían en la visibilidad y reconocimiento de LIGAINCOM y de sus otras vías de comunicación con la sociedad, como el blog o los perfiles sociales.

Muy relacionado con esto, la actividad desarrollada manifiesta la importancia indiscutible del libro colectivo como principal medio de conocimiento, apertura del campo de estudio y, sobre todo, transferencia y difusión al público general. Palacio (2022) también defiende la relevancia del libro:

> Intuitivamente, creo que solo los libros crean ese poso común que da lugar al campo científico [...] La primacía de las transferencias por medio de artículos en revistas conlleva que [estos] se fijen en aspectos puntuales y no contextuales [...] Estoy seguro de que una revista no ayuda a la legitimación social, mientras que un libro sí lo puede hacer (pp. 199-200).

En el caso de LIGAINCOM, los libros, de un lado, contribuyeron a posicionar los estudios de series entre el público general, en librerías populares como FNAC, La Central o La Casa del Libro. De otro, permitieron el encuentro con medios de comunicación y divulgadores sobre series de televisión. En un contexto, como se ha mencionado antes (Cascajosa & Mateos-Pérez, 2023; Mateos-Pérez & Sirera Blanco, 2021), donde las series eran el principal capital cultural y se asistía a un interés renovado sobre el medio, LIGAINCOM se posicionaba como un grupo que podía hablar de series desde el ámbito académico.

Como se ha anticipado, las actividades e iniciativas llevadas a cabo por el grupo desde su formación como asociación continúan en la actualidad –ahora como equipo PAIDI–, compaginando los trabajos y proyectos de investigación con las tareas de divulgación y transferencia, siendo estas últimas fruto de los primeros. Al respecto, al igual que el conocimiento académico-científico avanza, también evolucionan las acciones de difusión del conocimiento, tanto en temática como en dinámicas de

actuación. De esta forma, aunque el interés por las series de ficción prevalece, este se amplía a otras formas de narrativa digital, acorde con los intereses del público, especialmente juvenil e infantil, conscientes de que la apuesta por la alfabetización mediática lleva a estudiar aquellos productos culturales que la audiencia objetivo consume. E igualmente, dado que el objetivo es poder llegar e impactar en ese público, el modo en el que se comunica debe adaptarse, utilizando fórmulas cercanas a la ludificación que permitan transmitir un contenido sustancial, riguroso y fundamentado en un entorno menos estructurado que el de la educación reglada convencional.

En lo que respecta a las limitaciones de este trabajo, la falta de una medición formal clara sobre los resultados obtenidos, así como la dilatación en el tiempo del trabajo explorado, hacen muy complicado establecer conclusiones representativas. Igualmente, se detecta una mayor actividad de transferencia en los primeros años de actividad, probablemente relacionado con ese interés por las series en torno a la primera parte del siglo XXI. Actualmente, Olivares (2022) se plantea si no estamos viviendo una burbuja de las series, donde producimos por encima de nuestras capacidades de visionado. La conclusión del autor es tajante: "Sin duda [...] Pero, ojo: no se trata de producir mucho sino de hacerlo bien [...] Si hemos llegado a esta época [es porque] las series eran las que mejor definían los tiempos en los que vivimos" (2022, pp. 16-17). Aunque se haya generalizado (y fragmentado en diferentes plataformas y modos de consumo) el visionado de las series y se haya perdido el fervor de los primeros años para pasar a una normalización del hábito de consumo (todos vemos series a todas horas y el entretenimiento es global, como indicaba la editorial de *El País* en 2018), el análisis crítico, la educación mediática y la alfabetización son más necesarios que nunca en una televisión global (Carrión, 2022) que se ve constantemente amenazada (o alimentada, de ahí la alarma) por los sensacionalismos, el reciclaje sobremedido, la desinformación, la falsa autoría o la inteligencia artificial.

Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía

- Concepción y enfoque del trabajo: Autor 1, 2 y 3.
- Curación de datos: No aplica.
- Análisis formal: Autor 1, 2 y 3.
- Adquisición de fondos: No aplica.
- Investigación: Autor 1, 2 y 3.
- Metodología: Autor 3.
- Administración del proyecto: Autor 1, 2 y 3.
- Recursos: No aplica.
- Software: No aplica.
- Supervisión: Autor 1.
- Visualización: Autor 1, 2 y 3.
- Redacción: Autor 1, 2 y 3.

Agradecimientos

A las socias y socios de la extinta Liga de Investigadores en Comunicación y, en especial, al resto de personas que la fundaron (Alberto Hermida Congosto, Francisco Javier López Rodríguez, Irene Raya Bravo y Sergio Cobo Durán) por todos los años de trabajo y amistad. Asimismo, queremos agradecer a los nuevos integrantes del grupo de investigación LIGAINCOM, que continúan el espíritu con el que comenzó esta iniciativa.

Semblanza de los/as autores/as

Víctor Hernández-Santaolalla es Profesor Titular de Universidad en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Sevilla (España). Es Doctor (Premio Extraordinario de Doctorado) en Comunicación. Sus líneas de investigación se centran en los efectos de la comunicación de masas, la ideología y la cultura popular, la comunicación política, la propaganda, y la vigilancia a través de las redes sociales. Es investigador responsable del grupo de investigación LIGAINCOM. Liga de Investigación en Comunicación y Cultura. Género(s), Narrativa, Ideología y Estudios Visuales (SEJ694). Ha publicado artículos en editoriales como Emerald, Routledge o Peter Lang, y en revistas internacionales como Information, Communication and Society, Journal of Popular Culture, Sexuality & Culture, Surveillance & Society o European Journal of Communication, entre otras. Ha publicado un libro sobre los efectos de los medios de comunicación de masas y ha coordinado diversos volúmenes sobre ficción televisiva.

Javier Lozano Delmar es Profesor Titular en la Universidad Loyola Andalucía, en sus campus de Sevilla y Córdoba, donde imparte las asignaturas de Narrativa y estética audiovisual y Tecnología de la Comunicación. Es miembro del grupo de investigación LIGAINCOM. Liga de Investigación en Comunicación y Cultura. Género(S), Narrativa, Ideología y Estudios Visuales (SEJ694) y su actividad investigadora se encuentra enmarcada en el campo de las series de TV, las audiencias activas, el fandom y la narración transmedia en cine y televisión. En los últimos años, sus intereses investigadores se han expandido hacia nuevas áreas de interés: la preocupación por las fake news, la desinformación y la educación mediática.

María del Mar Rubio-Hernández es Doctora en Comunicación por la Universidad de Sevilla (Premio extraordinario de Doctorado) y Licenciada en Publicidad y RR.PP. por la misma institución. Es Profesora Titular en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Sevilla y pertenece al grupo de investigación LIGAINCOM. Liga de Investigación en Comunicación y Cultura. Género(S), Narrativa, Ideología y Estudios Visuales (SEJ694). Sus principales líneas de investigación se centran en el análisis del discurso publicitario, semiótica de la comunicación, mito y publicidad, ficción televisiva e ideología. Es coautora del libro Branding cultural. Una teoría aplicada a las marcas y a la publicidad (2019), coordinadora de Géneros narrativos audiovisuales en publicidad (2019) y ha publicado en revistas como European Journal of communication, Visual communication o Essachess, así como en editoriales como Peter Lang o Bloomsbury.

Referencias

Adorno, T. W. (2008). *Crítica de la cultura y sociedad I. Obra competa, 10/1, Primas, Sin Imagen Directriz.* Akal.

Aguaded-Gómez, J. I. (2013). El programa "Media" de la Comisión Europea, apoyo internacional a la educación en medios. *Comunicar*, (40), 7-8. https://doi.org/10.3916/C40-2013-01-01

Aguaded, J. I. (2010). Infancia y pantallas. La alfabetización mediática para una nueva cuidadanía. En C. Naval, S. Lara, C. Ugarte y C. Sádaba (eds.), *Educar para la comunicación social y la cooperación social* (pp. 117-138). Consejo Audiovisual de Navarra.

Aguado Peláez, D., & Martínez García, P. (2021). *Series de la resistencia: Diversidad en la televisión estadounidense frente al trumpismo*. ReaDuck.

Aparici Marino, R. (2005). Medios de comunicación y educación. *Revista de Educación*, (338), 85-99.

Aran, S., Medina, P., Munté, R.A., & Rodrigo, M. (2011). Jóvenes, amor y series de televisión. Incidencia de la alfabetización audiovisual en la (re)interpretación de los relatos amorosos televisivos. *Quaderns del CAC*, *14*(36), 119-128.

Bausela Herreras, E. (2004). La docencia a través de la investigación-acción. *Revista Iberoamericana de Educación*, *35*(1), 1-10.

Berland, N. (2023). *Watching the watchers: Contemporary television, complex seriality, and media literacy* [Tesis doctoral, University of North Carolina at Chapel Hill]. ProQuest Dissertations & Theses.

Blumler, J. G. (1979). The role of theory in uses and gratifications studies. *Communication Research*, *6*(1), 9-36.

Boni, F. (2008). *Teorías de los medios de comunicación*. Universidad Autónoma de Barcelona.

Buckingham, D. (2005). *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Paidós.

Buckingham, D. (2012). *Más allá de la tecnología: aprendizaje infantil en la era de la cultura digital*. Manantial.

Butler, A. (2021). *Key Scholarship in Media Literacy: David Buckingham*. Brill.

Canarias 7 (17 de julio de 2017). 7 claves del éxito de *Juego de Tronos*. https://bit.ly/3ErKTwm

Carrión, J. 1. (2022). *Teleshakespeare: Edición remasterizada*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.

Cascajosa Virino, C., & Mateos-Pérez, J. (2023). *Análisis de la ficción televisiva española: Propuestas, metodologías y enfoques de investigación*. Síntesis.

Catela, I., & Agejas, J.A. (2020). *Series en serio: claves éticas en la ficción audiovisual*. Digital Reasons.

Cobo, S., & Hernández-Santaolalla, V. (coords.) (2013). Breaking Bad. *530 gramos (de papel) para serieadictos no rehabilitados.* Errata Naturae.

Contreras Domingo, J. (1994). La investigación en la acción. ¿Qué es? *Cuadernos de Pedagogía*, (224), 8-14.

Cortés, Helena (21 de abril de 2019). «*Juego de tronos*»: del papel a conquistar la realidad. *ABC*. https://bit.ly/4aTF07a

de la Fuente Prieto, J., Lacasa Díaz, P., & Martínez-Borda, R. (2019). Adolescentes, redes sociales y universos transmedia: la alfabetización mediática en contextos participativos. *Revista Latina De Comunicación Social*, (74), 172-196. https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1326

Eguzkitza-Mestraitua, G., Casado-del-Río, M.-Á. & Guimerá-i-Orts, J.-Á. (2023a). La estrategia transmedia orientada al público joven en RTVE: el caso de Playz (2017-2020). *Communication & Society*, *36*(3), 1-17. https://doi.org/10.15581/003.36.3.1-17

Eguzkitza Mestraitua G., Casado del Río, M. A. y Guimerá i Orts, J. À. (2023b). Percepción del público joven sobre las plataformas online de la televisión pública española: RTVE Play y Playz. *Revista Latina de Comunicación Social*, (81), 40-62. https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1970

El País (21 de septiembre de 2018). Entretenimiento global. *El País.* https://bit.ly/40R1Sjd

Fernández, E. (25 de septiembre de 2013). Por qué 'Breaking Bad' gana a 'Mad Men', 'Los Soprano' y 'The Wire'. *El Mundo*. https://bit.ly/40PZadx

Fundación Telefónica (2023). *Sociedad Digital en España 2023*. Taurus.

García, P. J., & Raya, I. (2015). *De la estaca al martillo. Un viaje por los universos de Joss Whedon de* Buffy *a* Los Vengadores. Diábolo Ediciones.

Garrido Pérez, C., Cambra Badii, I., & Carrió Llach, M. (2021). Interés y utilización de películas y series televisivas para la educación para la salud en la escuela secundaria. *Revista de Comunicación y Salud,* (11), 1-27. https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e266

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1996). Crecer con la televisión: perspectiva de aculturación. En J. Bryant y D. Zillmann (Comps). *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías* (pp.35-66). Paidós.

Gilligan, K. (2023). Are stay-at-home dads real men? The potential of critical media literacy to enhance teacher training. En D. Dalton y A. Smith (eds.), *Gender, Sexuality and the UN's SDGs* (pp. 257-278). Palgrave Macmillan.

Gómez, I. (22 de junio de 2015). Tras los pasos de 'Breaking Bad'. *Serializados*. https://bit.ly/40Q43Du

González Galiano, N., Bellido, G., & Fuentes, J.L. (2021). Literatura, cine, series y gusto narrativo de los jóvenes: perspectiva internacional y análisis del caso español. En F. Huerta Vilchis & I. Fernández Fernández (eds.), *Alfabetización mediática y la familia en la era digital* (pp. 108-127). McGraw-Hill.

González-Barba, A. (4 de agosto de 2014). ¿Se anticipó Sevilla al boom desatado por el rodaje de «*Juego de tronos*»? *ABC*. https://bit.ly/4jN9DPD

González, V. M. (2021). 'La serpiente' (Netflix) reabre el debate: la atracción por los asesinos en serie, a examen. *El Confidencial*. https://bit.ly/3QbU9Hu

Habermas, J. (2006). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Gustavo Gili.

Hall, S. (1981). La cultura, los medios de comunicación y el "efecto ideológico". En J. Curran, M. Gurevitch y J. Wollacot (Comps). *Sociedad y comunicación de masas* (pp. 357-392). Fondo de Cultura Económica.

Hergar, P., & Mejino, L. (2020). *La vuelta al mundo en 80 series*. Los libros del lince.

Hermida, A., & Hernández-Santaolalla, V. (coords.) (2015). *Representación persuasiva del* serial killer en la ficción televisiva contemporánea. Síntesis.

Hernández-Santaolalla, V. (2018). *Los efectos de los medios de comunicación de masas*. UOC.

Hernández-Santaolalla, V., & Cobo, S. (coords.) (2017). Sons of Anarchy. *Estudio ideológico, narrativo y mitológico de la serie de televisión*. Laertes.

Huerta Floriano, M. A., & Albero, E. (2020). *Revolución seriada: El gran cambio de la ficción televisiva en España*. Valencia: Tirant humanidades.

Huerta Floriano, M. A., & Sangro Colón, P. (2018). *La estética televisiva en las series contemporáneas*. Valencia: Tirant humanidades.

Jiménez-Varea, J., & Hermida, A. (eds.) (2025). *The Cognitive Impact of Contemporary Television Series*. Peter Lang.

Kemmis, S., & Mctaggart, R. (1988). *Cómo planificar la investigación-acción*. Laertes.

Labastida, Mikel (14 de abril de 2019). Fuera de *Juego de Tronos*: lo que se pierden los que no ven la serie. *Las Provincias*. https://goo.su/JAXAKm

Lacalle, C., Gómez, B., Sánchez, M., Narvaiza, S., & Mateos-Pérez, J. (2024). España. El año más prolífico de la ficción televisiva. En M. I. Vassallo de Lopes, C. Duff Burnay & R. Sánchez Vilela (coords.), *Observatorio Iberoamericano de ficción televisiva (OBITEL), ¿Qué está pasando con las narrativas en la ficción Iberoamericana?* (pp. 163-192). Ediciones Universidad Católica de Chile.

Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. L. Bryson (Ed)., *The Communication of Ideas* (pp. 37-51). Harper.

Lewin, K. (1946). Action Research and Minority Problems. *Journal of Social Issues*, (2), 34-46.

Lombardo, M. J. (1 de septiembre de 2013). Lecciones de economía y ambigüedad moral. *Diario de Sevilla*. https://bit.ly/3CWbvVA

López Rodríguez, F. J., Raya Bravo, I., & Lozano Delmar, J. (2020). *(Re)analizando el fenómeno televisivo* Juego de Tronos*. Winter is over*. Fragua.

López, F. J. (2012). *Satoshi Kon: Superando los límites de la realidad*. Asociación Cultural del Cómic Japonés.

Lozano Delmar, J., Raya Bravo, I., & López Rodríguez, F.J. (2013). *Reyes, espadas, cuervos y dragones. Estudio del fenómeno televisivo* Juego De Tronos. Fragua.

Lozano Delmar, Javier (10 de abril de 2019). ¿Por qué es importante *Juego de Tronos*? *Diario de Sevilla*. https://bit.ly/3QbUbPC

Marfil-Carmona, R. (2018). Historia de España y series de televisión. Posibilidades didácticas de "Isabel", "Carlos, Rey Emperador" y "El Ministerio del Tiempo". En R. Marfil-Carmona, S. Osuna-Acedo & P. González-Aldea (eds.), *Innovación y esfuerzo investigador en la Educación Mediática contemporánea* (pp. 275-292). Egregius.

Martín, P. J. (7 de octubre de 2013). Breaking Bad. Oda a la venganza de Walter White. *Domingo de Cine*. https://goo.su/9cCNuPs

Martins-de-Oliveira, F. C. R., & Pereira-Pereira, R. T. (2017). "Legere et interpretari": alfabetización mediática como metodología de aprendizaje. *Razón y Palabra*, *20*(3_94), 868-884.

Masterman, L. (1996). *La enseñanza de los medios*. Ediciones de La Torre.

Mateos-Pérez, J., & Sirera-Blanco, R. (2021). Taxonomía de las series de televisión españolas en la era digital (2000-2020). *Profesional de la información*, *30* (6), 1-15. https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.08

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*. Paidós.

Melero, N. (2011). El paradigma crítico y los aportes de la investigación acción-participativa en la transformación de la realidad social: un análisis desde las ciencias sociales. *Cuestiones Pedagógicas*, (21), 339-355.

Narberhaus, M., & Pardo, R. (2022). Alfabetización mediática para el fomento de las vocaciones STEM de niñas y adolescentes a través de la ficción seriada. En C. Sábada Chalezquer, P. Núñez Gómez & M. Pérez Tornero (eds.). *La alfabetización mediática e informacional en las Facultades de Comunicación en España*. Observatorio ATIC, nº 5. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. https://doi.org/10.52495/c10.emcs.9.p95

Olivares, J. (2022). Prólogo. La cultura de las series. En R. Gago Gelado, M. Saavedra Llamas, & N. Grijalba de la Calle (coord.), *La nueva edad de oro de las series de ficción en España: Mercado, narrativas y público* (pp. 11-20). Tirant Humanidades.

Palacio, M. (2022). Yo veo. Los estudios televisivos españoles en el siglo XXI. En Cascajosa Virino, C., & Mateos-Pérez, J. (Eds.). *Análisis de la ficción televisiva española: Propuestas, metodologías y enfoques de investigación*, pp. 195-203. Síntesis.

Pasquali, A. (1980). *Comunicación y cultura de masas*. Monte Ávila.

Pollay, R. W. (1986). The distorted mirror. Reflections of the unintented consequences of advertising. *Journal of Marketing*, *50*(2), 18-36. https://doi.org/10.2307/1251597

Reviriego, C. (17 de junio de 2014). Antes y después de Heisenberg. *Carlos Reviriego*. https://goo.su/98f0DB7

Ruiz Muñoz, M. J., & Raya Bravo, I. (2022). *Cómo se escriben las series en España: Conversaciones sobre guion con sus creadores*. ReaDuck.

Sáiz-Serrano, J., & Parra Monserrat, D. (2017). Formación del profesorado de historia y ficción televisiva: el aprovechamiento didáctico de las series históricas en educación secundaria. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, *20*(2), 95-109. https://doi.org/10.6018/reifop/20.2.284931

Segarra-Saavedra, J., Hidalgo-Marí, T., & Smith, P.J. (2023). Las series de televisión como objeto de estudio multidisciplinar: de la ficción televisiva a la ficción multiplataforma [Editorial]. *Revista Mediterránea de Comunicación*, *14*(1), 101-102. https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23956

Simón, P. (2021). Ocio y pautas de vida en la juventud. En M. T. Pérez Díaz (dir.) (2021). *Informe de la Juventud en España 2020* (pp. 155-177). Instituto de la Juventud.

Surcouf, O. (16 de julio de 2017). *Game of Thrones*, un univers en perpétuelle expansión. *Le Monde*. https://goo.su/0Z5mlY

UNESCO (2023). Ciudadanía alfabetizada en medios en información: pensar críticamente, hacer clic sabiamente. https://goo.su/XkFOMJ

Urcola-Eceiza, E., Azkunaga-García, L., & Fernández-de-Arroyabe-Olaortua, A. (2022). Una brecha generacional: nuevas tendencias del consumo audiovisual entre los jóvenes universitarios. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 28*(3), 713-722. https://dx.doi.org/10.5209/esmp.79005

Williams, R. (1878). *Los medios de comunicación social*. Península.

Wright, C. R. (1960). Functional analysis and mass communication. *The Public Opinion Quarterly*, 24(4), 605-620.

Zaptsi, A., Vera Moreno, B., & Garrido, R. (2024). Análisis psicosocial de la representación televisiva de la diversidad funcional como estrategia de alfabetización mediática. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (65), 32-52. https://doi.org/10.12795/Ambitos.2024.i65.02

Zorrilla Luque, J. L., García Ruiz, C. R., & Hernando Gómez, Ángel. (2021). Discurso de odio en la prensa digital: alfabetización mediática en alumnado de Secundaria. *Didácticas Específicas*, (25), 128-149. https://doi.org/10.15366/didacticas2021.25.007

Zuboff, S. (2020). *La era del capitalismo de vigilancia: la lucha por el futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder*. Paidós.

ÁMBITOS
REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

Nº 67 | ABRIL 2025
ISSN: 1139-1979 | E-ISSN: 1988-5733
10.12795/Ambitos.2025.i67.05

«La Lupa de Género»: usando la tecnología para la lectura crítica desde la perspectiva de género

«La Lupa de Género»: using technology for critical reading from a gender perspective

Rosalí León-Ciliotta

Universidad del Atlántico Medio | Ctra. de Quilmes, 37, 35017, Las Palmas de Gran Canaria | España
0000-0001-9240-3146 | rosali.leon@pdi.atlanticomedio.es

Ana María González Martín

Universidad del Atlántico Medio | Ctra. de Quilmes, 37, 35017, Las Palmas de Gran Canaria | España
0000-0002-2802-5627 | ana.gonzalez@atlanticomedio.es

Recepción 16/01/2025 · Aceptación 07/02/2025 · Publicación 15/04/2025

Resumen

Este artículo presenta una propuesta de lectura crítica desde la perspectiva de género utilizando una herramienta tecnológica; específicamente, una aplicación móvil llamada «La Lupa de Género». Dado que la literatura infantil es un producto cultural que influye en el desarrollo de la identidad de las personas, esta aplicación analiza la representación de género en libros infantiles, apuntando a desarrollar la lectura crítica desde etapas formativas. El marco teórico explora la literatura infantil como agente socializador y performativo de género, así como la evaluación del sesgo de género en libros infantiles y el papel de las aplicaciones digitales en el desarrollo de la lectura crítica. La metodología detalla las quince variables (marcadores de género) que componen la herramienta de diagnóstico. Dichas variables se codifican en un cuestionario que aplica el análisis de contenido y cuyo resultado se materializa en una calificación tipo semáforo (verde, ámbar, rojo) de la representación de género proyectada en los libros. La discusión aborda el potencial de la aplicación como herramienta de cambio social en entornos educativos y se recomienda su uso para docentes, bibliotecarios y familias interesadas en la selección consciente de literatura infantil. Las conclusiones destacan el papel de la aplicación como herramienta de diagnóstico y plataforma de recomendación, a partir de la base de datos que se alimenta mientras más libros se diagnostican, a fin de contribuir a la construcción de una ciudadanía crítica y una educación literaria reflexiva a través de la selección de libros con modelos de género más equitativos y balanceados.

Palabras clave: literatura infantil, análisis literario, equidad de género, lectura crítica, tecnología educacional.

Abstract

This article presents a proposal for critical reading from a gender perspective using a technological tool; specifically, a mobile application called «La Lupa de Género». Since children's literature is a cultural product that influences the development of people's identity, this application analyses gender representation in children's books, aiming to develop critical reading from formative stages. The theoretical framework explores children's literature as a socializing and performative agent of gender, as well as the evaluation of gender bias in children's books and the role of digital

CC BY NC SA

applications in the development of critical reading. The methodology details the fifteen variables (gender markers) that compose the diagnostic tool. These variables are coded in a questionnaire that applies content analysis and whose result materializes in a traffic light rating (green, amber, red) of the gender representation projected in the books. The discussion addresses the potential of the app as a tool for social change in educational environments and recommends its use for teachers, librarians, and families interested in the conscious selection of children's literature. The conclusions highlight the role of the application as a diagnostic tool and recommendation platform, based on the database that is fed as more books are diagnosed, to contribute to the construction of critical citizenship and reflective literary education through the selection of books with more equitable and balanced gender models.

Keywords: *children's literature, literary analysis, gender equality, critical reading, educational technology.*

1. Introducción

La literatura infantil no es un simple instrumento de entretenimiento; es un producto cultural cargado de valores, normas y significados que contribuyen al desarrollo social e individual de los niños y niñas (Instituto de la Mujer, 1996). Desde sus primeras lecturas, encuentran en los libros no solo historias, sino también una representación del mundo que habitan, la cual influye en la manera en que perciben sus roles dentro de la sociedad (Applebee, 1978) y a través de los cuales moldean sus expectativas de futuro. A partir de esta premisa, el análisis y la lectura crítica de la literatura infantil desde la perspectiva de género adquiere relevancia, ya que permite identificar cómo esta refuerza, cuestiona o transforma los roles de género establecidos (Hefflin & Barksdale-Ladd, 2001), en tanto media en el desarrollo cognitivo, emocional y social de los niños y niñas, así como en la construcción de modelos de identidad (Subirats & Brullet, 1988).

Aunque existen diferentes formas de cultivar la lectura crítica desde la perspectiva de género (Canett, Fierro, & Martínez, 2021; Covelo, 2021), estas no resultan fácilmente accesibles al público no especializado y, en muchas ocasiones, requieren de conocimientos académicos con los que no cuentan los actores sociales y educativos. Así, para facilitar una transferencia social efectiva para el trabajo de la lectura crítica de libros de narrativa infantil, se hace necesaria la creación de herramientas que, basadas en escalas e investigaciones científicas, resulten accesibles tanto en su contenido como en su forma. En tal sentido, y respondiendo a la función de transferencia que las universidades suelen perseguir, el equipo de investigación del proyecto «La Lupa de Género» se propuso transformar metodologías académicas complejas como el análisis de contenido en criterios prácticos, de manera que se pudiera acercar los resultados científicos a usuarios no especializados como familias y docentes en pos de la construcción de la capacidad de lectura crítica en los jóvenes lectores y lectoras. Este se convirtió en el objetivo principal detrás de la creación de la aplicación móvil que aquí se reseña: «La Lupa de Género».

Se plantearon, entonces, tres hipótesis que guiaron la creación de la app: primero, que poner a disposición del público en general una herramienta de análisis literario desde la perspectiva de género mediante tecnología digital permitirá una selección más informada de literatura infantil. La segunda hipótesis plantea que una herramienta diagnóstica estandarizada podría facilitar la identificación sistemática de sesgos de género en la narrativa infantil. Y finalmente, que el uso de una aplicación móvil para este análisis promoverá una toma de conciencia sobre la importancia de que productos culturales como la literatura infantil presenten una representación de género lo más equitativa posible.

El resultado de estos objetivos e hipótesis fue la creación de la aplicación móvil que el presente artículo introduce y que se sostiene en la metodología de análisis de contenido. Así, «La Lupa de Género» busca actuar como medio para el cultivo de la lectura crítica a través de los resultados que el diagnóstico brinda, de manera que pueda servir, también, como catálogo de recomendación de libros evaluados desde una perspectiva transversal de género (si son equilibrados en la forma en que presentan a hombres y mujeres, niños y niñas y si los modelos que ofrecen son equitativos). Esta herramienta de diagnóstico es una versión adaptada al público general de la Grilla de Diagnóstico de la Representación de Género[1] (León-Ciliotta, 2022), y ha sido testada en un corpus de 331 libros hasta la actualidad.

2. Marco teórico. Literatura infantil, sesgo de género y el uso de herramientas tecnológicas para la lectura crítica

La literatura infantil influye en la construcción de la identidad de los niños y niñas (Aguilar, 2006) al transmitir roles, valores y estereotipos que interiorizan desde sus primeras lecturas. Esta influencia puede perpetuar inequidades si los textos refuerzan representaciones de género tradicionales y limitantes. En este sentido, la lectura crítica con perspectiva de género emerge como una práctica relevante en la etapa escolar, la cual, de la mano de un mediador/a, permite al alumnado analizar y cuestionar los mensajes explícitos e implícitos de los textos (León-Ciliotta, et al., 2024; Matteucci, 2017), así como identificar discursos alternativos (Jiménez Quenguan & Galeano Barbosa, 2019). Al combinar este enfoque con herramientas tecnológicas innovadoras, es posible fomentar una selección consciente de lecturas que promuevan modelos más equitativos, inclusivos y diversos que pueden favorecer la formación de una ciudadanía crítica y comprometida con la igualdad (Arias Vivanco, 2018; Michel, 2001).

2.1. La literatura infantil como agente socializador

La literatura infantil actúa como un espejo de las normas culturales y sociales que prevalecen en una comunidad (Diekman & Murnen, 2004). Desde los primeros encuentros con los libros, los niños y niñas interiorizan mensajes sobre roles de género, valores y relaciones sociales (Pidgeon, 1998), las cuales se imbuyen en la visión del mundo que están construyendo (Aguilar, 2020). Así, por ejemplo, los personajes masculinos suelen ser representados como líderes o héroes, destacando atributos de fuerza y poder (Melo, 2016), mientras que los personajes femeninos frecuentemente adoptan roles pasivos, asociados al cuidado (Bosch Andreu, 2015; Rebolledo Deschamps, 2009) y que exaltan cuestiones como la belleza, la maternidad y lo doméstico (Chatton, 2001; Rodríguez Olay, 2022).

Estas representaciones refuerzan estereotipos que pueden limitar las aspiraciones y comportamientos de los lectores/as jóvenes. En tal sentido, la división tradicional de roles de género ha sido ampliamente documentada en investigaciones previas (Álvarez, 2018; Hamilton, 2006; Powell, 1998; Turín, 1994), con lo cual no solo se perpetúan desigualdades, sino que se constriñe las posibilidades de exploración

1. La Grilla de Diagnóstico de la Representación de Género (GRG), fue creada específicamente para la investigación doctoral *Un diagnóstico de la representación de género en libros de narrativa infantil de planes lectores de primaria en Perú* (2022). Se trata de una herramienta de análisis de contenido que consta de 75 variables con indicadores que analizan los libros a partir de categorías que abarcan elementos extratextuales, paratextos, caracterización de personajes y el universo presentado por el narrador para evaluar la representación de género en libros de narrativa infantil. La GRG fue originalmente testada con revisores externos (como exige la metodología de análisis de contenido) para probar su aplicabilidad y reproducibilidad y fue posteriormente aplicada a una muestra de 85 libros de narrativa infantil que se leen como parte de planes lectores escolares.

personal y social de los infantes. Todas estas influencias forman parte del proceso de socialización, en tanto las imágenes repetidas refuerzan las estructuras de poder y las jerarquías de género que proyectan modelos que limitan las posibilidades de identidad y comportamiento de los niños y niñas (Cervera, 1989; Colomer, 2014). Sin embargo, el potencial de la literatura infantil para cuestionar y transformar estas representaciones también es significativo (González-Pérez, 2016), especialmente cuando se seleccionan textos que presentan una diversidad de roles y desafían los estereotipos tradicionales.

2.2. Identidad y performatividad de género a través de la literatura infantil

La literatura infantil tradicional ha estado históricamente dominada por narrativas que perpetúan estereotipos de género (Cutler & Buell, 2017; McCabe et al., 2011; Taylor, 2003). Un estudio en particular que se hizo en varias escuelas españolas (Turin, 1994) ilustró este fenómeno: que los infantes identifican y replican los roles de género de los personajes literarios e incorporan estos patrones en su comportamiento cotidiano. Sin embargo, esta investigación también mostró que los textos que desafiaban los estereotipos fomentaban una mayor equidad en las percepciones de género (Rodríguez Olay, 2022), dejando ver la importancia de una selección consciente de materiales en el ámbito educativo.

En esta línea, se puede afirmar que la literatura infantil es, también, un elemento de *performatividad de género*, un concepto introducido por Judith Butler (2007) que sostiene que el género no es una identidad fija, sino una construcción reiterada a través de actos y representaciones repetidas. En la literatura infantil, esta performatividad se materializa en los comportamientos y roles que los personajes asumen (Nájera & Luengo, 2016). Así, los libros que perpetúan roles tradicionales de género refuerzan estas actuaciones normativas, mientras que los textos que presentan personajes que transgreden los mandatos y prescripciones relacionadas con el género ofrecen a los niños y niñas modelos alternativos de comportamiento (McCabe et al., 2011). De esta forma, la exposición prolongada a libros más igualitarios en cuanto al género puede cambiar actitudes y creencias en los lectores más jóvenes, ofreciéndoles una base para construir identidades más inclusivas y diversas (Carbajal, 2013; Mansilla, 2006). De esta manera, la performatividad de género en la literatura infantil no solo refleja las normas culturales existentes (Adukia et al., 2021), sino que también puede ser una herramienta para transformarlas.

2.3. La evaluación del sesgo de género en la literatura infantil

El sesgo de género en la literatura infantil puede evaluarse mediante diversas estrategias, como centrarse en la representación, los estereotipos y la forma en que se retratan a los personajes. Un método común para ello es el análisis de contenido, que examina elementos como el texto, los símbolos, los personajes, los colores y los temas principales en los libros (algunos ejemplos se pueden encontrar en Ellefsen, 2016; Nair, 2008; Taylor, 2003). Las investigaciones suelen analizar el género de los protagonistas, las ilustraciones y los títulos para medir la representación (como en Lynch, 2016, McCabe et al., 2011; Paynter, 2011; Hamilton et al., 2006), y los estudios han demostrado que los estereotipos de género siguen siendo comunes en la literatura infantil, a pesar de algunos avances (p. ej. Narahara, 2008). Por ejemplo, aunque la representación de personajes femeninos ha crecido desde la década de 1970, los roles y estereotipos tradicionales aún persisten (Gooden & Gooden, 2001), si bien algunas investigaciones sugieren que ciertos estereotipos de género en el ámbito académico

están cambiando (Martinot et al., 2011). En tal sentido, para evaluar de manera completa el sesgo de género, se pueden analizar varios factores y sus causalidades o correlaciones, como la frecuencia y la naturaleza de las representaciones de los personajes, los roles asignados a cada género (Anderson & Hamilton, 2005) o la presencia de rasgos o comportamientos estereotípicos (Miller, 2009).

2.4. La lectura crítica con perspectiva de género como habilidad esencial en el siglo XXI

La lectura crítica es una habilidad cognitiva que permite a los estudiantes analizar, explicar, inferir y evaluar textos a través del razonamiento, la comparación y la inferencia (Castillo & Pérez, 2017). Esta capacidad implica no solo extraer significados literales, sino también diferenciar ideas intra e intertextuales, generando hipótesis que guíen la comprensión profunda y la postura reflexiva frente al texto (Castillo & Pérez, 2017). Cassany (2017) amplía esta definición al destacar que la lectura crítica potencia el razonamiento al dotar a los estudiantes de recursos que les permiten desempeñarse con eficacia en ámbitos académicos, sociales y profesionales (Arias Vivanco, 2018). Adicionalmente, esta implica la comprensión de procesos lingüísticos, propósitos pragmáticos e intenciones semánticas que subyacen a un texto (Jiménez-Pérez, 2023) y abre la posibilidad de identificar características ideológicas, discursivas y culturales que enriquecen la interpretación y facilitan la construcción de una postura argumentativa fundamentada (Castillo-González & Pérez Rodríguez, 2016).

El desarrollo de la lectura y el pensamiento crítico son procesos graduales en el que docentes y familias tienen un papel fundamental en la construcción del andamiaje cognitivo desde una edad temprana. Superando la visión piagetiana del desarrollo cognitivo infantil en la que el pensamiento crítico no se desarrollaba hasta la adolescencia, múltiples estudios (Bailin, 1999; Lithoxoidou & Georgiadou, 2023; Massa, 2014) han evidenciado que el pensamiento crítico empieza a desarrollarse en edad prescolar, cuando los niños comienzan a comprender conceptos básicos como la narrativa de una historia y pueden responder a preguntas fundamentales sobre los rasgos de los personajes y los motivos por los que realizaron una acción sencilla (O'Reilly, 2022). Dentro de este proceso, durante los primeros años de educación primaria, los escolares desarrollan la capacidad de identificar los elementos de una historia y el análisis de intenciones y motivos, llegando a identificar mensajes, temas y cuestionar perspectivas entre los nueve y los doce años. Estas habilidades ponen los cimientos para la realización de análisis críticos complejos que deben realizarse en la adolescencia.

La consideración del sesgo de género en la lectura crítica se hace relevante en tanto los estereotipos de género están profundamente arraigados en nuestra sociedad y se reflejan en diversos materiales, incluyendo libros de texto, la literatura y resultados de búsqueda en línea (Fabris, 2020). En esta línea, es interesante notar que el sesgo de género no solo afecta la percepción de las mujeres, sino también la de los hombres. Por ejemplo, un estudio encontró que las mujeres expuestas a roles tradicionales de género activaron más rápidamente rasgos de competencia o agencia para estímulos femeninos y rasgos de calidez/comunión para estímulos masculinos en una tarea posterior (Lemus, 2013). Esto sugiere que la exposición a estereotipos puede llevar a una reversión implícita de los mismos. Por tanto, la lectura crítica con conciencia de género es esencial para identificar y desafiar los sesgos presentes en diversos materiales. Esto es particularmente importante en el ámbito educativo, donde los libros de texto y de literatura pueden reforzar estereotipos y afectar la autoestima y el interés de las niñas (Guichot-Reina & Torre-Sierra, 2023). Al ser conscientes de estos sesgos, es posible trabajar hacia una representación más equitativa y justa en la sociedad.

2.5. Las aplicaciones digitales para el desarrollo de la lectura crítica

En la actualidad existen algunas aplicaciones digitales que ofrecen funcionalidades para el desarrollo de la lectura crítica, como apps de narración digital y creación de historias, las cuales permiten componer textos multimodales complejos, combinando imágenes, sonidos y animaciones (Wohlwend, 2015), lo que fomenta habilidades de análisis y creación de significado. Asimismo, las tecnologías emergentes como la inteligencia artificial, el reconocimiento de voz y las aplicaciones móviles tienen el potencial de promover habilidades de alfabetización digital funcionales y críticas a través de acercamientos tecno-pedagógicos (cf. Vides-Buelvas et al., 2024, y Wei, 2023), como la navegación del sistema de salud o la toma de decisiones compartida (Dunn & Hazzard, 2019). Sin embargo, sin el apoyo de un adulto formado en lectura crítica, las aplicaciones no alcanzan a desarrollar estas habilidades en la infancia, ya que se enfocan en actividades simples de reconocimiento de letras y palabras o en la creación literaria sin una enseñanza crítica (Wohlwend, 2015).

En el ámbito concreto de la detección del sesgo de género en la literatura, no se ha desarrollado ninguna app, aunque sí se han trabajado con éxito aplicaciones que realizan este tipo de evaluación en otros campos, especialmente en softwares industriales. Por ejemplo, tras la aplicación de GenderMag, un método que se ha utilizado para analizar y mejorar el diseño de software con respecto a sesgos de género en un producto de software industrial, se detectaron sesgos en el diseño que pudieron eliminarse en la segunda versión, lo cual llevó a una mejora en la inclusividad del software: las tasas de éxito aumentaron tanto para mujeres como para hombres, y la brecha de género desapareció por completo (Vorvoreanu, 2019). Asimismo, la detección de sesgos de género en aplicaciones digitales dentro del contexto de la Inteligencia Artificial y los modelos de lenguaje se ha convertido en un área de investigación especialmente activa en los últimos años (Leavy, 2018; Lu 2020; Onikoyi, 2023). Herramientas como Wikigender o LangBiTe, basadas en *machine-learning*, han evaluado el sesgo de género en documentos bibliográficos o documentos generados por Inteligencia Artificial, respectivamente.

A pesar de su utilidad, estas aplicaciones evalúan el sesgo ya existente en la sociedad y su impacto en los textos creados por y para adultos, pero no tienen como objetivo los textos que lee la población en la que se construye el mismo: la infancia. En este trabajo se introduce la creación de la primera aplicación móvil de diagnóstico de la representación de género en libros de narrativa infantil con el objetivo de que agentes sociales y educativos no especializados en la crítica textual de género, como familias o docentes y estudiantes, puedan diagnosticar y elegir libros con modelos más equilibrados y equitativos de género.

3. Metodología. Desarrollo y diagnóstico de libros de narrativa infantil con «La Lupa de Género»

«La Lupa de Género» es una aplicación móvil diseñada para evaluar la representación de género en libros de narrativa infantil. Su desarrollo se basa en el análisis de contenido, una metodología que examina variables cualitativas de manera cuantitativa (Bardin, 1991). Esto facilita la formulación de inferencias a partir de la observación y codificación sistemática de las características de los mensajes (Neuendorf, 2017) dentro de un contexto determinado y con criterios de validez y confiabilidad que pueden ser replicados (Andréu Abela, 2002). «La Lupa de Género», así, utiliza variables como el

género de los protagonistas, los roles desempeñados, las emociones expresadas y las ocupaciones de los personajes, además de analizar elementos visuales como la portada, las ilustraciones interiores y la vestimenta de los personajes para identificar patrones que perpetúan estereotipos. El resultado generado permite categorizar los libros en tres posibilidades: que un libro es *Equitativo*, *Medianamente equitativo* o *Sesgado* con respecto a la representación de género que ofrece.

3.1. Procedimiento de creación de la herramienta

El diseño de la app requirió el trabajo conjunto de un equipo multidisciplinar de programadores informáticos, diseñadores gráficos e investigadoras en educación, literatura y género, quienes: definieron el tipo de código de lectura y la funcionalidad principal (información sobre el libro en la base de datos y alimentación de la misma), diseñaron la interfaz de usuario, configuraron los permisos y el procesamiento de resultados, así como la optimización de la app tras la fase beta.

a. Base académica y conceptualización de las variables
   Se tomó como base el trabajo realizado en León Ciliotta (2022), en el que se evaluó la representación de género de 85 libros. Un comité de expertos en educación y literatura examinó las 35 variables utilizadas en el trabajo, seleccionando aquellas relacionadas con un contenido más concreto (por ejemplo, número de mujeres y hombres en la portada, sexo del autor/a, etc.), descartando aquellas que, por su marcado carácter abstracto y subjetivo, podían generar diferentes evaluaciones dependientes del lector/a. A partir de la evaluación y los resultados más relevantes de la investigación original, se seleccionó un total de 15 variables. A continuación, la conceptualización de cada una y la presentación de sus indicadores (colocados entre comillas españolas):
   - **V01|Género de autores/as**, es politómica y se codifica a partir del género de los autores/as de los textos: «Masculino» o «Femenino». Cabe la posibilidad de que el texto sea de autoría anónima o tenga dos o más autores de géneros distintos, en cuyo caso el valor no es considerado en los resultados.
   - **V02|Título del libro** es la primera clave interpretativa sobre el contenido de un libro (Eco, 1993), con tres funciones: identificar la obra, designar el contenido y atraer al lector/a (Genette & Maclean, 1991). La codificación de esta variable observa la presencia de personajes en el título de los libros según su género. Se trata de una variable politómica con tres valores numéricos (presencia «Masculina» de personajes, «Femenina» y «De ambos»)
   - **V03|Personajes en las portadas** atiende a las portadas de los libros, las cuales también se constituyen como el primer acercamiento y clave interpretativa del lector (Lluch, 2009). Se codifica a partir del conteo de una mayoría de presencia de personajes «Masculino» o «Femenino» en las ilustraciones de portada. Si hay igual presencia de ambos, se considera un valor equitativo.
   - **V04|Personajes en las ilustraciones**. Las ilustraciones interiores del libro constituyen modelos de comunicación en sí mismas y contribuyen a la comprensión del texto. Para codificar las respuestas en esta variable, se observan las ilustraciones interiores de los libros y se hace un conteo del género de los personajes que aparecen mayoritariamente en las ilustraciones («Masculino» y «Femenino»). Si hay igual presencia de ambos, se considera un valor equitativo.
   - **V05|Estereotipos en la vestimenta de los personajes** cobra especial importancia en el caso de los personajes femeninos, pues las prendas tradicionalmente relacionadas con el género

femenino (como faldas, vestidos, tacones, etc.) tienen asociado el estereotipo de belleza exterior, además de ser elementos que limitan el movimiento físico y el juego (Yllanes Nauca, 2018). Esta variable cuenta con los indicadores de si los personajes llevan vestimenta que «alude a estereotipos de género» o si esta es «neutral o casual». En el caso de que el libro no tenga ilustraciones interiores, el valor no es considerado en los resultados.

- **V06|Género de protagonistas** es una variable dicotómica («Masculino» y «Femenino») que permite establecer las relaciones significativas en torno a la representación y los modelos de género transmitidos en los libros. Si hay igual presencia de ambos, se considera un valor equitativo.
- **V07|Expresiones emocionales de protagonistas**. Las expresiones emocionales de los protagonistas responden a las diferentes emociones que estos evidencien a través de los diálogos (citas directas), ilustraciones o descripciones hechas por el narrador en cada libro. Cada indicador de la variable corresponde a una emoción básica: «miedo», «rabia», «alegría», «tristeza» (Antoni & Zentner, 2014, p. 19), y los valores de cada respuesta se adjudican según lo que investigaciones previas han identificado como emociones asociadas a lo masculino o lo femenino (cf. Drydakis et al., 2017; Heilman, 2012; Kolb, 1999; Tepper & Cassidy, 1999).
- **V08|Comportamientos de los personajes**. Los indicadores de esta variable corresponden a los comportamientos expresados por los personajes. Estos se plantean a partir de la herramienta que Amy DeWitt (2005) desarrolló para evaluar comportamientos tipificados como tradicionalmente masculinos o femeninos en los personajes representadas en libros infantiles. Esto es: comportamientos «de cuidado», «de afecto», «de compañía», «de disciplina» y «de proveedor/a». En el caso de que no haya diferencia en los comportamientos observados, existe la opción correspondiente: «No hay diferencia».
- **V09|Roles de género de los personajes** se evalúa con dos indicadores, de «Roles activos», habitualmente asociados al género masculino, y «Roles pasivos», que por lo general se asocian al género femenino (cf. Dellman-Jenkins et al., 1993; Hamilton et al., 2006; Kolbe & La Voie, 1981; Weitzman et al., 1972). Para el caso de que un personaje tome tanto roles pasivos como activos, se ha agregado la respectiva posibilidad: «Indiferente», que se considera un valor equitativo.
- **V10|Ocupaciones de los personajes**. La lista de las ocupaciones tradicionalmente femeninas y masculinas se trabajó a partir de varias fuentes (cf. Michel, 2001; Association Europèenne Du Côtè Des Filles, 1998; Cañellas, 1979; Weitzman et al., 1972). Sin embargo, a partir de la investigación que dio origen a la herramienta (León-Ciliotta, 2022), se subsumieron las ocupaciones de los personajes a tres posibilidades: si son una «Figura de autoridad», si se ocupan en «Actividades domésticas» o si «Trabajan fuera de casa». Para el caso de que sea «Indiferente», se agregó la respectiva posibilidad, que se considera un valor equitativo.
- **V11|Descripción de los personajes**. El lenguaje es una herramienta de comunicación que, en el caso del castellano se apoya en el masculino genérico como un dispositivo generalizante que a menudo es excluyente e invisibilizador de lo femenino (Butler, 2007). Esto resulta en una experiencia humana habitualmente androcéntrica. La variable cuenta con tres indicadores, los cuales responden a las formas en que el narrador se ocupa de describir a sus personajes: su «Apariencia física», sus «Capacidades o aptitudes» y sus «Actitudes».
- Las variables **V12-V15**, que se conceptualizarán a continuación, permiten brindar una perspectiva panorámica en cuatro aspectos clave de la representación de género ofrecida en

los libros y que se pueden perder en la valoración tan pormenorizada que las primeras once variables ofrecen.

- **V12|Aventuras de los personajes**, se conceptualiza en «La Lupa de Género» como todo aquello que *le sucede* a los personajes (Schools, 2018; Singh, 1998). Investigaciones previas dejan ver que las situaciones que los personajes masculinos viven suelen ser más dinámicas. De esta manera, en esta variable se anota si hay diferenciación según su género o si, por el contrario «No hay particular diferenciación según su género».
- **V13|Independencia y agencia de los personajes**. Para establecer la *independencia* de los personajes, el marcador se centra en la libertad de movimiento que tienen, si tienen que pedir permiso a una autoridad o figura parental para salir o hacer cosas, o si toman decisiones de manera autónoma y habitual. En cuanto al concepto de *agencia*, el mismo remite a la capacidad de tomar acción de manera intencionada (Zavala Berbena & Castañeda Figueiras, 2014) con el objetivo de lograr propósitos o metas propias (Earles, 2017). La variable tiene tres indicadores, que diferencian si los personajes «masculinos» o «femeninos» muestran mayor independencia y agencia a lo largo de la historia, o si «No hay particular diferenciación según su género».
- **V14|Representación de género en cuanto a roles y estereotipos** observa qué tanto se apoya una historia en roles y estereotipos de género (RyEG): si se reproducen o se perpetúan (indicador «Tradicional»), o se desafían (indicador «No tradicional»). Puede darse el caso de que en una historia se reproduzcan algunos RyEG pero se desafíen otros, o que simplemente «No se evidencia que la narración se sostenga en roles y estereotipos de género», indicador que se considerará como un valor equitativo.
- **V15|Balance en la representación de género**. La última variable del diagnóstico es dicotómica y permite un espacio para reflexionar en torno a aspectos como la visibilidad, presencia y relevancia de personajes femeninos y masculinos en las historias. Esta variable servirá para identificar si el universo narrativo es masculinizado o feminizado (indicador «No balanceado») o si es «Balanceado».

b. Codificación de los datos

Para la alimentación de la app, tres investigadoras, expertas en educación y literatura, y cuatro asistentes realizaron la revisión y codificación en la nueva herramienta de ocho libros procedentes del trabajo de León Ciliotta (2022). Con la app ya operativa, un total de treinta estudiantes universitarios y dos claustros docentes escolares voluntarios actuaron como evaluadores y codificadores. Finalmente, sus evaluaciones fueron revisadas y corregidas por dos investigadoras del proyecto a manera de verificación, a fin de que este *feedback* sirviera para detectar y mejorar fallos en el diseño. Con las modificaciones hechas, la versión final de la app se puso a disposición pública y gratuita en Google Play Store y App Store de Apple.

c. Uso de la aplicación móvil «La Lupa de Género»

Cada variable de «La Lupa de Género» cuenta con sus respectivos indicadores, que las concretan y delimitan de manera funcional (Espín, 1996) para evidenciar si dicha característica (la indicada por la variable) está ocurriendo. Se trata de elementos observables de carácter práctico; valores que permiten hacer un recuento de la característica perceptible (Krippendorf, 2004) que dejará entrever los rasgos de la representación de género en los libros diagnosticados. Así, se hace la evaluación de las variables a través de los indicadores (o marcadores de género), que son los valores observables conceptualizados en cada variable (Carballo Barcos & Guelmes Valdés, 2016)

y que estipulan las particularidades de la recolección de datos a las que se deberá atender durante la lectura y análisis de los libros.

Para el uso de la app, el punto de partida es el código de barras de un libro, en el cual figura el número ISBN (siglas en inglés de Número estándar internacional de libro). Se escanea este código con la aplicación y pueden darse dos escenarios:

- **Escenario 1**. El libro está ya registrado en la base de datos de la aplicación. Se escanea el código de barras y aparecerá el resultado del diagnóstico a manera de semáforo: **rojo** si el libro es sesgado con respecto a las representaciones de género que proyecta (muy poco equitativas y/o balanceadas), **ámbar** si este tiene algunas representaciones de género que se apoyan en roles y estereotipos, y **verde** si es equitativo y/o balanceado en cuanto a la representación de género que transmite.
- **Escenario 2**. El libro no está valorado en la base de datos de la aplicación. En este caso, la aplicación preguntará si se desea "Crear libro"; esto es, diagnosticarlo con la herramienta. De ser así, e usuario/a leerá el libro y responderá a una serie de preguntas con respecto al contenido de la historia e ilustraciones (las variables), cuyas respuestas permitirán realizar el diagnóstico del libro en cuestión y se obtendrá el resultado.

Cada respuesta tiene un valor asignado por la aplicación a partir de las investigaciones previas antes reseñadas: los valores más altos suponen una representación más balanceada y equitativa de género; los más bajos, lo contrario. Al terminar con el cuestionario, entonces, la aplicación suma los valores de las respuestas y arroja un resultado a manera de semáforo que señala qué tan balanceada y equitativa es la representación de género ofrecida por el libro diagnosticado. Así, mientras más alto el puntaje obtenido, se considera que el libro contará con una representación más equitativa y/o balanceada de género. En tal sentido, el puntaje que un libro puede obtener se ubica en un rango de 12-72 puntos. Las tres posibilidades que el resultado del diagnóstico arrojará son:

- **Verde=52-72 puntos**. El libro diagnosticado proyecta una *representación de género equitativa y balanceada*. Con este puntaje, encontramos historias en la que la presencia de personajes femeninos y masculinos es equilibrada y las descripciones, ocupaciones y acciones de los mismos no presentan diferencias significativas según el género. Por ejemplo, historias de aventuras en las que una niña y un niño tienen una capacidad similar de agencia, aptitudes y actitud para resolver los problemas. En los que la descripción física del personaje femenino no se asocia a la belleza y la delicadeza, o en los que el personaje masculino no presenta mayor fortaleza. Entre los libros diagnosticados de este rango se pueden encontrar clásicos como *No crezcas nunca*, de Roald Dahl, o libros más contemporáneos como *Las princesas también se tiran pedos*, de Ilan Brenman o *Si tienes un papá mago*, de Gabriela Keselman.
- **Ámbar=32-51 puntos**. El libro ofrece una representación de género *medianamente equitativa y balanceada*. Con este puntaje, encontramos historias en las que algunos elementos (presencia, descripción, ocupación y acción de los personajes femeninos y masculinos, por ejemplo) está sesgada. Por ejemplo, historias en las que la presencia de los personajes masculinos es mayoritaria pero los personajes femeninos no presentan diferencias con ellos; o historias en las que la presencia de ambos géneros es equilibrada pero los personajes masculinos pueden presentar mayor capacidad de acción o en los que la descripción del personaje femenino sigue ligada a la belleza o delicadeza frente al masculino. La mayor parte

de los libros analizados se ubican en este rango, dentro del cual se pueden hallar libros como *El club de los raros*, del español Jordi Sierra i Fabra, o *Se vende mamá*, de Care Santos.

- **Rojo=12-31 puntos**. En este rango se hallan libros que tienden a una representación *sesgada* con respecto al género; por ejemplo, en cuestiones como la presencia, descripción, ocupación y accionar de los personajes femeninos y masculinos. En este rango se pueden hallar libros en los que el personaje femenino se ocupa del hogar y cumple un rol pasivo frente a la autoridad que representa el personaje masculino.

Finalmente, luego del escaneo del código de barras (o responder a las preguntas) y obtener el resultado, el libro ya se habrá agregado a la base de datos de la aplicación para futura referencia de otros usuarios/as; para que puedan utilizarlo como plataforma de recomendación o como punto de partida para emprender una lectura crítica desde la perspectiva de género.

4. Discusión. Uso de «La Lupa de Género» en entornos educativos para la lectura crítica y la transformación social

Como ya se ha mencionado, la literatura infantil desempeña un papel relevante en el desarrollo de la identidad de los niños y niñas en tanto ofrece una representación del mundo que habitan, influyendo en su comprensión de los roles sociales (Applebee, 1978) y en la manera en que proyectan su futuro. Partiendo de esta premisa, el estudio de la literatura infantil desde una perspectiva de género se vuelve fundamental para construir una sociedad más equitativa, inclusiva y crítica.

En cuanto al desarrollo de la lectura y del pensamiento crítico, este es un proceso que comienza en la etapa prescolar (O'Reilly, 2022; Lithoxoidou & Georgiadou, 2023; Massa, 2014; Bailin, 1999) y se construye de forma gradual hasta la etapa adulta. En este proceso, el entorno familiar y el educativo juegan un papel esencial en la creación de un andamiaje que facilite el desarrollo cognitivo.

Hasta ahora, los estudios sobre sesgo de género en la literatura infantil se han centrado principalmente en análisis académicos (Hamilton, 2006; Powell, 1998) y herramientas de evaluación diseñadas para investigadores y especialistas (Diekman & Murnen, 2004). Si bien estas investigaciones han sido fundamentales para comprender la magnitud y naturaleza del problema, sus metodologías y hallazgos no son fácilmente transferibles al público general, ya que con frecuencia exigen un nivel de formación académica del que muchos agentes sociales y educativos no disponen. Las herramientas existentes, como el método GenderMag (Vorvoreanu , 2019) o las aplicaciones de análisis de sesgo en IA (Leavy, 2018) se han limitado a contextos específicos y técnicos, dejando un vacío en cuanto a herramientas prácticas para la evaluación de material infantil. En esta línea, «La Lupa de Género» acerca la investigación científica al público general no especializado a través de la innovación tecnológica y la aplicación de formas de análisis validadas.

En este sentido, el uso de aplicaciones móviles para el desarrollo de la lectura ya se ha mostrado exitoso en la composición de textos multimodales con algunas funcionalidades para el desarrollo de la lectura crítica (Wohlwend, 2015). Asimismo, en el ámbito de la detección de sesgo de género se han desarrollado, con buenos resultados, aplicaciones en otros campos como la creación de software o la evaluación de contenido online (Leavy 2018; Lu 2020; Onikoyi, 2023). En este línea, el desarrollo de **«La Lupa de Género»** representa un avance significativo en la intersección entre la tecnología y el análisis crítico de la literatura infantil desde una perspectiva de género. Esta herramienta responde a

una necesidad identificada en investigaciones previas sobre la persistencia de sesgos y estereotipos de género en la literatura infantil (McCabe, 2011; Taylor, 2003), proporcionando una solución práctica y accesible para diversos actores sociales y educativos. **«La Lupa de Género» e**s, así, un instrumento que viabiliza o facilita la tarea de elegir bien los textos que se pondrán a disposición de los jóvenes lectores y lectoras, de manera que mediadores/as se afiancen como agentes de cambio y **móviles del desarrollo de la lectura** crítica desde edades tempranas.

El objetivo que persigue el diagnóstico brindado por la app no es descalificar o elevar libros que presenten una representación *Sesgada* o *Equilibrada* de género respectivamente, sino proponer una manera de abordar la lectura crítica desde una perspectiva alternativa; en este caso, la perspectiva de género. Esta aplicación permite a docentes, bibliotecarios y familias elegir libros que promuevan una representación más equitativa de género, ya sea en bibliotecas a través la selección consciente de literatura infantil, o en talleres y clubes de lectura escolares. Su aplicación en entornos educativos podría abarcar, además, proyectos transversales que incorporan el análisis de libros con la aplicación en actividades escolares o que integran la reflexión sobre los roles de género en distintas áreas del currículo escolar. Estas iniciativas podrían incluir debates y actividades que incentiven en los estudiantes una lectura crítica de los textos literarios y una comprensión más profunda de las desigualdades de género en la sociedad.

En última instancia, «La Lupa de Género» es una herramienta que ofrece un enfoque innovador y práctico para abordar la problemática descrita, facilitando un análisis sistemático y replicable de los textos literarios desde una perspectiva de género. No obstante, su éxito dependerá de su adopción generalizada y del compromiso de los mediadores literarios, docentes, bibliotecarios/as y familias con la tarea planteada.

5. Conclusiones

«La Lupa de Género» es una aplicación móvil que permite diagnosticar la representación de género en libros de narrativa infantil y que funciona como plataforma de recomendación de libros que ofrecen modelos más equitativos y balanceados de hombres y mujeres. La propuesta de diagnóstico que pone a disposición de sus usuarios y usuarias surge de los resultados validados de una investigación doctoral (León-Ciliotta, 2022), a partir de la cual se identificaron marcadores de representación de género significativos en libros de literatura infantil. Estos marcadores, dentro del universo narrativo de cada historia, se traducen en modelos, roles y estereotipos de género que se transmiten a los jóvenes lectores y lectoras, y que pueden afectar la formación de su identidad.

La aplicación móvil, basada en la lectura de códigos ISBN con un *smartphone*, se presenta como una herramienta sencilla y con un funcionamiento intuitivo para el público general. El usuario solo necesita abrir la app y escanear el código de barras del libro para obtener la evaluación de género del mismo, y, en el caso de que el libro no esté aún en el catálogo, puede proponer una primera evaluación, participando en la co-creación y desarrollo de la herramienta. Así, su principal aporte recae en la facilidad de uso y en la puesta a disposición del público en general conocimientos y una herramienta para cultivar la lectura crítica desde edades tempranas.

Desde la perspectiva de género, la influencia de los modelos de género transmitidos en los libros es particularmente relevante, ya que se considera que la literatura es un poderoso agente socializador que puede perpetuar estereotipos o fomentar una sociedad más justa e inclusiva. Los textos literarios tienen el poder de reforzar o cuestionar los estereotipos que limitan las posibilidades de autoidentificación de los niños y las niñas. Por lo tanto, la selección consciente de literatura infantil que incluya personajes diversos y roles no estereotipados, es esencial para fomentar una educación más equitativa e inclusiva.

El reto es, entonces, aprovechar el potencial transformador de la literatura infantil para construir un imaginario colectivo en el que todas las niñas y niños puedan verse reflejados sin limitaciones impuestas por los RyEG tradicionales. Esta tarea recae no solo en los autores y editores, sino también en docentes, bibliotecarios/as y familias, quienes deben actuar como mediadores críticos en la educación literaria de los niños y niñas. Su aplicación en contextos educativos y familiares tiene el potencial de transformar las prácticas de mediación literaria, alentando el desarrollo de la lectura crítica y la construcción de una ciudadanía proactiva desde las primeras etapas de la vida mediante la selección de textos que reflejen la diversidad y equidad que deseamos construir como sociedad.

Entre las limitaciones que el uso de esta aplicación supone, emergen dos desafíos importantes. Por un lado, el asegurarse de que los y las usuarias comprendan y apliquen adecuadamente los criterios del diagnóstico, una situación que se ha intentado subsanar a través de videos explicativos y didácticos de cada variable. Y, por otro lado, surge el desafío de reforzar la idea de que el diagnóstico generado por la aplicación se asuma como un complemento a otros criterios de selección, como la calidad literaria, la riqueza lingüística y la pertinencia pedagógica. La representación de género debe considerarse un aspecto clave, aunque no el único, en la evaluación de un libro infantil. Además, es fundamental sensibilizar a los usuarios sobre la influencia de las representaciones de género en la formación de las identidades de los niños y niñas para fomentar una selección crítica de los materiales literarios.

Finalmente, es necesario continuar investigando sobre el impacto que herramientas como esta pueden tener en la formación de lectores más críticos e inclusivos. El análisis longitudinal de su implementación podría proporcionar datos valiosos para mejorar su funcionalidad y ampliar su alcance para promover cambios positivos en la selección de literatura infantil y en la construcción de una sociedad más justa y equitativa. La aplicación móvil se encuentra en su versión Beta, y se ha empezado a difundir entre el público objetivo a través de conferencias y talleres. En el futuro próximo, una vez se haya implementado el uso de «La Lupa de Género» en centros escolares o bibliotecas, se podrá ver el efecto que tiene en el cultivo de la lectura crítica en los jóvenes lectores y lectoras, así como en la selección más cuidadosa y consciente de libros de narrativa infantil que se pone a disposición de los niños y niñas.

Iniciativas como «La Lupa de Género» evidencian que es posible combinar la innovación tecnológica con la promoción de valores inclusivos y el desarrollo de la lectura crítica a través de una herramienta accesible y eficaz para quienes deseen contribuir al desarrollo de una literatura infantil que abra puertas, en lugar de cerrarlas, para las futuras generaciones.

Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía

- Concepción y enfoque del trabajo: Autora 1 y 2.
- Curación de datos: No aplica.
- Análisis formal: Autora 1.
- Adquisición de fondos: No aplica.
- Investigación: Autora 1 y 2.
- Metodología: Autora 1.
- Administración del proyecto: Autora 1 y 2.
- Recursos: No aplica.
- Software: No aplica.
- Supervisión: No aplica.
- Visualización: No aplica.
- Redacción: Autora 1 y 2.

Semblanza de las autoras

Rosalí León Ciliotta es Doctora Cum Laude en Educación (UAB), PDI de la Universidad del Atlántico Medio, donde coordina el área de Didáctica de la Lengua y la Literatura. Es escritora y editora, con ocho libros publicados y más de una década de experiencia en la creación y edición de materiales escolares. Es especialista en representaciones de género y en literatura infantil, temas sobre que han sido motivo de cursos, artículos, ponencias y conferencias. Actualmente lidera el proyecto «La Lupa de Género», financiado por la Fundación Española de Ciencia y Tecnología. Licenciada en Comunicación, Diplomada en Docencia, y Máster en Derechos Humanos. En los últimos años ha buscado difundir y concienciar sobre la importancia de considerar las representaciones de género en los materiales dirigidos al público infantil. Su experiencia e investigaciones están relacionadas con innovación en educación y literatura en el ámbito educativo.

Ana María González Martín es rectora de la Universidad del Atlántico Medio, es doctora acreditada, con un sexenio vivo, doctorada en Filología con Mención Europea (UCM) y licenciada en Lenguas Modernas y Clásicas. Cuenta con un Máster en Neurociencia cognitiva del lenguaje y otros tres en psicolingüística y enseñanza de segundas lenguas. Su labor investigadora se ha desarrollado en centros de Europa y América. Es la IP de dos proyectos de investigación y colabora con distintas iniciativas para el desarrollo de la innovación en educación y la difusión de resultados científicos. Dentro del proyecto MANUAL, investiga el sesgo de género en materiales universitarios y para la enseñanza de ELE. En los últimos años, su campo de investigación se ha centrado en los procesos cognitivos relacionados con el procesamiento de información, en segundas lenguas y su interlengua, haciendo uso de correlatos electrofisiológicos.

Referencias

Adukia, A., Eble, A., Harrison, E., Runesha, H. B., & Szasz, T. (2021). What we teach about race and gender: Representation in images and text of children's books. https://bit.ly/3XZSBnj

Aguilar, C. (2006). Género y formación de identidades. *Cuadernos de Literatura Infantil y Juvenil, 19*(191), 7–15.

Aguilar, C. (2020). La necesidad de leer el género en la literatura infantil y juvenil. En N. Ibarra-Rius (Ed.), *Identidad, diversidad y construcción de la ciudadanía a través de la investigación en educación literaria* (pp. 39–56). Octaedro.

Andréu Abela, J. (2002). Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada. Fundación Centro Estudios Andaluces. https://doi.org/10.2307/334486

Álvarez, M. S., Artigas, M. B., & Sanjuán Álvarez, M. (2018). La construcción de un pensamiento crítico acerca de los roles de género a través de la literatura infantil: Análisis de un proceso de investigación-acción con niños y niñas de 5 años. *Ondina,* (3), 105–140. https://doi.org/10.26754/OJS_ONDINA/OND.201934409

Anderson, D. A., & Hamilton, M. (2005). Gender role stereotyping of parents in children's picture books: The invisible father. *Sex Roles, 52*(3–4), 145–151. https://doi.org/10.1007/s11199-005-1290-8

Gooden, A. M., & Gooden, M. A. (2001). Gender Representation in Notable Children's Picture Books: 1995–1999. *Sex Roles*, *45*(1/2), 89–101. https://doi.org/10.1023/a:1013064418674

Antoni, M., & Zentner, J. (2014). *Las cuatro emociones básicas.* Herder.

Arias Vivanco, G. E. (2018). La lectura crítica como estrategia para el desarrollo del pensamiento lógico. *Boletín Redipe, 7*(1), 86–94. https://bit.ly/3Dhwse6

Bailin, S., Case, R., Coombs, J. R., & Daniels, L. B. (1999). Conceptualizing critical thinking. *Journal of Curriculum Studies*, *31*(3), 285–302. https://doi.org/10.1080/002202799183133

Bardin, L. (1991). *Análisis de contenido.* Ediciones Akal.

Butler, J. (2007). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad.* Paidós.

Canett, K. M., Fierro, L. E., & Martínez, L. (2021). Hacia una literacidad crítica con enfoque de género en la enseñanza de literatura. *Diálogos sobre Educación, 23*(12). https://doi.org/10.32870/dse.v0i23.965

Carballo Barcos, M., & Guelmes Valdés, E. L. (2016). Algunas consideraciones acerca de las variables en las investigaciones que se desarrollan en educación. *Universidad y Sociedad, 8*(1), 140–150. https://bit.ly/3XAK4I6

Castillo, F., & Pérez, N. (2017). Reflexiones sobre lectura crítica como una necesidad más allá del ambiente escolar. *Educación y Ciencia*, (20), 169–188. https://doi.org/10.19053/0120-7105.eyc.2017.20.e8914

Cassany, D. (2017). Aproximaciones a la lectura crítica: Teoría, ejemplos y reflexiones. *Tarbiya, Revista de Investigación e Innovación Educativa,* (32), 113–132. https://bit.ly/4bzkEjO

Covelo, D. (2021). La perspectiva de género y el análisis de las obras literarias. *Exlibris,* (10), 117–125. https://bit.ly/3XBpRSs

Cutler, L., & Buell, M. (April 2017). *Gender stereotypes in children's picture books: A contemporary content analysis*. [Poster]. Society for Research in Child Development. https://bit.ly/41BHenh

DeWitt, A. L. (2005). *Parental portrayals in children's literature* [Tesis doctoral, University of North Texas].

Earles, J. (2017). Reading gender: A feminist, queer approach to children's literature and children's discursive agency. *Gender and Education, 29*(3), 369–388. https://doi.org/10.1080/09540253.2016.1156062

Eco, U. (1993). *Lector in fabula: La cooperación interpretativa en el texto narrativo.* Lumen.

Espín, J., Rodríguez Moreno, M. L., Donoso, T., Dorio, I., Figuera, P., Morey, M., Rodríguez Lajo, M., & Sandín, M. P. (1996). Análisis de recursos educativos desde la perspectiva no sexista. *Laertes.*

Fabris, A., Purpura, A., Silvello, G., & Susto, G. A. (2020). Gender stereotype reinforcement: Measuring the gender bias conveyed by ranking algorithms. *Information Processing & Management, 57*(6), 102377. https://doi.org/10.1016/j.ipm.2020.102377

Genette, G., & Maclean, M. (1991). Introduction to the paratext. *New Literary History, 22*(2), 261–272. https://doi.org/10.2307/469037

González Pérez, T. (2016). Los libros infantiles como modelos de aprendizaje: La transmisión de roles de género. *Formazione & Insegnamento, XIV*(2), 57–68.

Guichot-Reina, V., & De La Torre-Sierra, A. M. (2023). The representation of gender stereotypes in Spanish mathematics textbooks for elementary education. *Sexuality & Culture, 27*(4), 1481–1503. https://doi.org/10.1007/s12119-023-10075-1

Jiménez-Pérez, E. (2023). Critical thinking vs critical competence: Critical reading. *Investigaciones Sobre Lectura, 18*(1), 1–26. https://doi.org/10.24310/isl.vi18.15839

Jiménez Quenguan, M., & Galeano Barbosa, D. J. (2019). La necesidad de educar en perspectiva de género. *Revista Educación, 44*(1), 472–490. https://doi.org/10.15517/revedu.v44i1.38529

Kolbe, R., & La Voie, J. C. (1981). Sex-role stereotyping in preschool children's picture books. *Social Psychology Quarterly, 44*(4), 369–374. https://doi.org/10.2307/469037

Krippendorf, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: Teoría y práctica.* Paidós.

Krippendorf, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology* (2nd ed.). Sage Publications.

Leavy, S. (2018). Gender bias in artificial intelligence: The need for diversity and gender theory in machine learning. *Proceedings of the 1st International Workshop on Gender Equality in Software Engineering* (pp. 14–16). Institute of Electrical and Electronics Engineers. https://doi.org/10.1145/3195570.3195580

León Ciliotta, R. (2022). La lupa de género: Un diagnóstico de la representación de género en libros de narrativa infantil de planes lectores de primaria en Perú [Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona]. TDX. https://bit.ly/4gfT3FI

León-Ciliotta, R., Acosta, L., & Hernández, S. (2024). Club de lectura escolar con perspectiva de género para la transformación social. *Cuestiones Pedagógicas, 2*(33), 55–72. https://doi.org/10.12795/CP.2024.i33.v2.03

Lithoxoidou, A., & Georgiadou, T. (2023). Critical thinking in teacher education: Course design and teaching practicum. *Education Sciences*, *13*(8), 837. https://doi.org/10.3390/educsci13080837

Lluch, G. (2009). Textos y paratextos en los libros infantiles. *Biblioteca Virtual Cervantes.* https://bit.ly/4a0zCxX

Lu, K., Mardziel, P., Wu, F., Amancharla, P., & Datta, A. (2020). Gender bias in neural natural language processing. *Logic, Language, and Security: Essays Dedicated to Andre Scedrov on the Occasion of His 65th Birthday*, 189–202. https://doi.org/10.1007/978-3-030-62077-6_14

Massa, S. (2014). The development of critical thinking in primary school: the role of teachers' beliefs. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (141), 387-392. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.05.068

Martinot, D., Désert, M., & Bagès, C. (2011). French children's awareness of gender stereotypes about mathematics and reading: When girls improve their reputation in math. *Sex Roles, 66*(3–4), 210–219. https://doi.org/10.1007/s11199-011-0032-3

Matteucci, N. (2017). Leer con perspectiva de género: Lectura y resistencia a las relaciones asimétricas de poder. *Novedades Educativas.* https://bit.ly/3DszFaA

McCabe, J., Fairchild, E., Grauerholz, L., Pescosolido, B. A., & Tope, D. (2011). Gender in twentieth-century children's books: Patterns of disparity in titles and central characters. *Gender and Society, 25*(2), 197–226. https://doi.org/10.1177/0891243211398358

Michel, A. (2001). Los estereotipos sexistas en la escuela y en los manuales escolares. *Educere, 5*(12), 67–77.

Miller, C. F., Ruble, D. N., Zosuls, K. M., & Lurye, L. E. (2009). Accessibility of gender stereotype domains: Developmental and gender differences in children. *Sex Roles, 60*(11–12), 870–881. https://doi.org/10.1007/s11199-009-9584-x

Neuendorf, K. A. (2017). *The content analysis guidebook* (2nd ed.). Sage Publications.

Onikoyi, B., Nnamoko, N., & Korkontzelos, I. (2023). Gender prediction with descriptive textual data using a machine learning approach. *Natural Language Processing Journal,* (4), 100018. https://doi.org/10.1016/j.nlp.2023.100018

O'Reilly, C., Devitt, A., & Hayes, N. (2022). Critical thinking in the preschool classroom-A systematic literature review. *Thinking skills and creativity,* (46), 101110. https://doi.org/10.1016/j.tsc.2022.101110

Powell, J., Gillespie, C., Swearingen, R., & Clements, N. (1998). The history of gender roles in Newbery medal winners. *Journal of Children's Literature, 24*(1), 42–57.

Rodríguez Olay, L. (2022). ¿Influyen algunas obras de la literatura infantil y juvenil en la construcción de estereotipos de género en la infancia? Análisis de respuestas de niños y niñas de 5o y 6o de primaria. *Aula Abierta, 51*(3), 255–264. https://doi.org/10.17811/rifie.51.3.2022.255-264

Schools, V. F. (2018). Wicked witches and evil queens: Why children's books need more female villains. *The Conversation.* https://bit.ly/3DpjtHe

Singh, M. (1998). Gender issues in children's literature. ERIC Digest. https://bit.ly/3FfkiD2

Taylor, F. (2003). Content analysis and gender stereotypes in children's books. *Teaching Sociology, 31*(3), 300. https://doi.org/10.2307/3211327

Vides-Buelvas, A. C., Del Carmen-Hernández, Y., & Aníbal-Sierra, J. (2024). Aplicativo móvil para el fortalecimiento de la lectura crítica: Versión alfa. *Búsqueda, 11*(1), e696. https://bit.ly/4kyTvBE

Vorvoreanu, M., Huang, Y.-H., Hilderbrand, C., Zhang, L., Steine-Hanson, Z., & Burnett, M. (2019). From gender biases to gender-inclusive design. *Proceedings of the ACM Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1–14). https://doi.org/10.1145/3290605.3300283

Wohlwend, K. E. (2015). One screen, many fingers: Young children's collaborative literacy play with digital puppetry apps and touchscreen technologies. *Theory Into Practice, 54*(2), 154–162. https://doi.org/10.1080/00405841.2015.1010837

Wei, Z. (2023). Navigating digital learning landscapes: Unveiling the interplay between learning behaviors, digital literacy, and educational outcomes. *Journal of the Knowledge Economy, 15*(3), 10516–10546. https://doi.org/10.1007/s13132-023-01522-3

Weitzman, L., Eifler, D., Hokada, E., & Ross, C. (1972). Sex-role socialization in picture books for preschool children. *American Journal of Sociology, 77*(6), 1125–1150.

Yllanes Nauca, L. W. (2018). El uso de la falda escolar y su relación con las desigualdades de género en el sistema educativo. *Programa de Apoyo a la Sociedad Civil.* https://tinyurl.com/2d8sprqt

Zavala Berbena, M. A., & Castañeda Figueiras, S. (2014). Fenomenología de agencia y educación: Notas para el análisis del concepto de agencia humana y sus proyecciones en el ámbito educativo. *Magister, 26*(2), 98–104. https://doi.org/10.1016/s0212-6796(14)70024-6

ÁMBITOS
REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

Nº 67 | ABRIL 2025
ISSN: 1139-1979 | E-ISSN: 1988-5733
10.12795/Ambitos.2025.i67.06

Cómo informar de autolesiones no suicidas según profesionales de salud. Guía para comunicadores de medios de comunicación

How to report nonsuicidal self-injury according to health professionals. Guide for press and media

Esther Martínez-Pastor

Universidad Rey Juan Carlos| Cam. del Molino, s/n, 28942 Fuenlabrada, Madrid | España
0000-0002-2861-750X | esther.martinez.pastor@urjc.es

Raquel Moraleda-Esteban

Universidad Rey Juan Carlos | Cam. del Molino, s/n, 28942 Fuenlabrada, Madrid | España
0009-0000-2364-566X | raquel.moraleda@urjc.es

Juan Francisco Torregrosa Carmona

Universidad Rey Juan Carlos | Cam. del Molino, s/n, 28942 Fuenlabrada, Madrid | España
0000-0002-5983-5761 | juanfrancisco.torregrosa@urjc.es

José Gabriel Fernández-Fernández

Universidad Rey Juan Carlos | Cam. del Molino, s/n, 28942 Fuenlabrada, Madrid | España
0000-0001-6860-2989 | josegabriel.fernandez@urjc.es

Recepción 16/01/2025 · Aceptación 08/02/2025 · Publicación 15/04/2025

Resumen

En este artículo se plantean una serie de recomendaciones a los medios de comunicación para informar sobre autolesiones no suicidas (ANS) en menores. Las ANS están en aumento, con una incidencia de entre el 16 y el 22 %; sin embargo, las noticias publicadas son escasas, apenas 58 en prensa española entre 2012-2022. Dada la relevancia social del tema y la importancia de una divulgación rigurosa, se detectó la necesidad de crear una guía para ayudar a periodistas y comunicadores a conocer e informar sobre las ANS, siendo el objetivo final de esta investigación. Entre marzo y mayo de 2024 se realizaron 21 entrevistas a periodistas, expertos sanitarios (psicólogos, psiquiatras, pediatras) y expertos del ámbito social (trabajadores/educadores sociales), especializados en adolescencia, familias y autolesiones, estableciendo desde su discurso estas pautas de ayuda. Los principales hallazgos apuntan a definir las ANS como conductas, nunca como enfermedad, sin confundirlas con el suicidio. Evitar la estigmatización y centrar la noticia en las causas de las ANS. Aportar un mensaje de esperanza con testimonios de recuperación y aportación de soluciones. Informar con un componente educativo, desterrando el sensacionalismo de imágenes explícitas y narraciones detalladas de los métodos para autolesionarse. En su función de servicio público, es vital que los medios conozcan estas pautas fundamentales para entender, prevenir y ayudar a los jóvenes.

Palabras clave: autolesiones no suicidas (ANS), profesionales de la salud, medios de comunicación, prensa, jóvenes.

CC BY NC SA

Abstract

This article aims to propose a series of recommendations for the media to report on non-suicidal self-injury (NSSI) in adolescents. The ultimate goal of this research is to create a guide to help journalists and content creators to better understand and disseminate this behavior. Between March and May 2024, 22 interviews were conducted with journalists, health experts (psychologists, psychiatrists, pediatricians) and social experts (social workers/educators) specialized in adolescence, families and self-harm, in order to establish these guidelines for help from their discourse. The main findings are to define NSSI as behaviors, never as an illness, and not to confuse them with suicide. Avoid stigmatization and focus the news on the causes of NSSI. Provide a message of hope with testimonies of recovery and solutions. To inform with an educational component, banishing the sensationalism of explicit images and detailed accounts of the methods of self-harm. In their public service role, it is vital that the media are aware of these fundamental guidelines to understand, prevent and help young people.

Keywords: *non-suicidal self-injury (NSSI), health professionals, media, press, young people.*

1. Introducción

Cada año se registran al menos 14 millones de episodios de autolesión en todo el mundo, lo que representa una tasa global aproximada de 60 por cada 100.000 personas al año (Moran et al., 2024). Las encuestas internacionales sugieren que la prevalencia de la autolesión a lo largo de la vida es del 14 % entre niños y adolescentes y del 3 % en adultos (Moran et al., 2024), estando la edad de inicio entre los 11 y los 15 años (Álvarez et al., 2022; Jans et al., 2017; Nock, 2010; Vega et al., 2017). Estas cifras no incluyen a las personas que se autolesionan y no buscan ayuda en los servicios de salud, lo que hace suponer que el número será mayor.

El malestar emocional de los menores está en aumento (López & Sánchez, 2023; Steinhoff et al., 2021). En tan solo un año (2022-2023) ha crecido un 48,2 % el número de niños, niñas y adolescentes que sienten soledad, un 44,7 % los que sienten miedo, un 32,9 % los que sienten tristeza y un 23,1 % los que tienen ansiedad u obsesiones, según datos del último informe anual de la Fundación ANAR (2024) basado en las llamadas que recibe. Este padecimiento psicológico se vio potenciado desde la pandemia de la COVID-19, en la que el número de jóvenes con ansiedad y depresión duplicó los niveles prepandemia (Racine et al., 2021; Slomski, 2021). El padecimiento de emociones negativas intensas provocadas por distintas situaciones de la vida diaria o la vivencia de acontecimientos traumáticos se han revelado como factores de riesgo para la aparición de autolesiones (Bentley et al., 2014; Rascón, 2024; Zhang et al., 2022; Zhou et al., 2024).

La mayor parte de las investigaciones apuntan a un aumento de las autolesiones no suicidas en menores (López & Sánchez, 2023; Rascón, 2024; Wester et al., 2018; Xiao et al., 2022). En el último lustro (2019-2023), el número de llamadas por autolesión en menores se ha multiplicado por 6,91, lo que supone un crecimiento del 592 % (ANAR, 2024). Un aumento que se vio acentuado a partir del año 2020 (Plener, 2021; Vázquez-López & Díez-Suárez, 2023; Zhou et al., 2024), entrando en relación con el incremento del padecimiento psicológico de los más pequeños en la COVID-19.

Las dificultades para cuantificar el nivel de autolesiones en menores y jóvenes, debido a que muchos de ellos no piden asistencia sanitaria, hacen que las cifras de prevalencia en la literatura sean muy variables (Bousoño et al., 2021; Calvete et al., 2017; Faura-García et al., 2022). A pesar de ello, se hace

una estimación de incidencia global en torno al 16-22 % (Farkas et al., 2023). Unas cifras que apuntan a que nos encontramos ante un problema de salud pública, tal y como indican la Organización Mundial de la Salud (OMS,2021), la American Psychiatric Association (2023) y Centers for Disease Control and Prevention (CDC, 2022).

Los adultos declaran no saber cómo actuar ante la autolesión, pues carecen de información y recursos que les orienten (Kelada et al., 2016; Whitlock et al., 2017). Esta situación evidencia la necesidad de que los medios de comunicación, como importantes mecanismos de información, hablen sobre las autolesiones en jóvenes, aportando datos y recursos que faciliten la comprensión de este comportamiento, cumpliendo con su función de servicio público. Los medios deben informar de manera adecuada sobre la autolesión, evitando la estigmatización y alarma social y divulgando el conocimiento de manera sencilla y cercana. Según la literatura, los profesionales de la salud opinan que los medios de comunicación no informan bien sobre autolesiones, al tratar el tema de forma sensacionalista, aunque esto contrasta con el estudio del tratamiento informativo en prensa entre 2012-2022 que refleja una correcta comunicación mediática (Martínez-Rodríguez et al., 2024).

Son numerosas las asociaciones de periodistas especializados que cuentan con recomendaciones y pautas para una mejor información sobre su especialidad. La información especializada en economía, salud, cuestiones parlamentarias o deportes dispone de diversos protocolos para abordar contenidos.

Los periodistas especializados en salud deben tener en cuenta muchas cuestiones a la hora de trabajar con este tipo de información, como pueden ser el derecho a la intimidad, la sensibilidad o promover la prevención, entre otras (Asociación Nacional de Informadores de la Salud, ANIS, 2024). Por ello existen guías dirigidas a periodistas relativas a cómo informar correctamente sobre el suicidio (Olivar-Julián et al., 2020; OPS, 2023; Román & Abud, 2017), el cáncer (Grupo IMO, 2012), la discapacidad (Peñas y Hernández, 2019), la salud sexual-reproductiva en niñas y adolescentes (Sandoval et al., 2021) o el consumo de alcohol y drogas (Bobes et al., 2015; Proyecto Hombre, 2022).

Sin embargo, no hay un protocolo con recomendaciones acerca de cómo informar sobre autolesiones no suicidas, aunque sí existen protocolos de prevención e intervención en entornos escolares (CECU, 2024; Luengo & Yévenes, 2023). Apenas existen investigaciones que recojan qué contenidos sobre autolesiones es apropiado publicar en medios de comunicación, así como aquellos que no lo son, desde la perspectiva de profesionales de la salud (Echegaray et al., 2014; Mamani & Morales, 2020; Martínez-Rodríguez et al., 2024), y la educación social, especializados en esta conducta.

Por tanto, consideramos que el presente estudio puede contribuir a reducir esta laguna y posibilitar la elaboración de una guía para periodistas y otros comunicadores, con recomendaciones para informar sobre autolesiones no suicidas. Esta guía facilitará el trabajo de periodistas de la salud y posibilitará un mejor abordaje de la temática, con mayor calidad informativa, en favor de un bien común.

2. Estado del arte

Los profesionales de la salud definen la autolesión no suicida (ANS) como un daño físico, de gravedad variable, autoinfligido intencionalmente, y repetitivo, para regular estados emocionales de malestar, provocando alivio. También declaran no existir un perfil personal para la autolesión, aunque

consideran que hay una mayor tendencia a que aparezca en mujeres. Además, mencionan la mala gestión emocional como la principal causa de la autolesión, siendo esta una vía de escape al dolor psicológico (Martínez-Rodríguez et al., 2024).

Los medios de comunicación son un valioso recurso para la sensibilización y concienciación social sobre las autolesiones en menores. Sin embargo, los expertos consideran esencial realizar una comunicación consciente con las consecuencias que puede generar la información publicada, para que sus contenidos promuevan la prevención y no la estigmatización o la imitación (Martínez-Pastor et al., 2023; Martínez-Rodríguez et al., 2024). Las noticias publicadas sobre autolesiones en menores son muy escasas, aunque se ha observado un aumento desde la pandemia de la COVID-19. Entre 2012-2022 únicamente se publicaron 58 noticias, relacionadas con este tema, en prensa española en los periódicos El País, El Mundo y ABC (Martínez-Pastor et al., 2023). Asimismo, en el año 2022 las informaciones sobre autolesiones en menores abarcaron únicamente el 0,24 % del tiempo de los informativos de televisión españoles (Fernández & Martínez-Pastor, 2023). Estos datos coinciden con la percepción de los sanitarios, quienes creen que las noticias sobre las autolesiones son deficientes y abordan el tema superficialmente (Martínez-Rodríguez et al., 2024).

Los expertos recomiendan que la información publicada sobre autolesiones en menores se centre en la prevención de la autolesión y la facilitación de recursos, mientras que no debe reflejar cuestiones como el tipo de autolesión o casos de *influencers* (Martínez-Rodríguez et al., 2024). La literatura muestra que estas recomendaciones se están teniendo en cuenta, pues la mayoría de las noticias publicadas en prensa española tienen un carácter positivo o constructivo al recoger explicaciones sobre la autolesión, relatos de superación y de orientación profesional y posibles soluciones (Martínez-Pastor et al., 2023). Esto contrasta con la percepción negativa de los medios que tienen los expertos (Martínez-Rodríguez et al., 2024). Además, una minoría de noticias tiene carácter negativo o morboso, las cuales hacen referencia a los métodos y materiales utilizados por los jóvenes para autolesionarse (Martínez-Pastor et al., 2023). Un tipo de información que, según diversos estudios, puede generar un efecto Werther (Acosta et al., 2017; Lois-Barcia et al., 2018; Niederkrotenthaler et al., 2010). En todo caso, es preciso insistir en que la presencia de noticias sobre el tema es baja tanto en prensa (Torregrosa-Carmona & Fernández-Fernández, 2023) como en los informativos de televisión (Fernández-Fernández & Torregrosa-Carmona, 2022).

Por otro lado, las noticias sobre autolesiones en menores tienden a asociar las ANS con el suicidio y trastornos de la conducta alimentaria (TCA) (Martínez-Pastor et al., 2023). Las investigaciones publicadas indican que las ANS y el suicidio o los TCA pueden estar relacionadas (Casanova & Cetina, 2024; Fleta, 2017; Tarragona-Medina et al., 2018), aunque son independientes.

3. Objetivos y metodología

Los objetivos del presente trabajo de investigación son:

O1. Recoger la opinión de los profesionales sanitarios y de la educación social, y de los periodistas sobre el tratamiento actual de las autolesiones en medios de comunicación.

O2. Determinar qué contenidos sobre autolesiones es apropiado publicar en una noticia, y cuáles no, según los profesionales de la salud y la educación social, para posteriormente elaborar una guía dirigida a periodistas que recoja estas recomendaciones.

- O2.1. Conocer la situación actual de las autolesiones en jóvenes, según los expertos de la intervención con menores.
- O2.2. Comprender cómo debe definirse la autolesión no suicida y sus características en medios de comunicación.
- O2.3. Identificar las causas, consecuencias emocionales y edad más frecuente de las autolesiones y la importancia de su aparición en los medios.
- O2.4. Indagar sobre la relevancia del género y la clase social en la autolesión y la importancia de que aparezca en los medios.
- O2.5. Señalar qué elementos (imágenes, conceptos, métodos, materiales, recursos, testimonios) relativos a las autolesiones no deben aparecer nunca en una noticia y cuáles sería positivo que apareciesen.

El presente estudio pretende ser la ampliación de una investigación previa (Martínez-Rodríguez et al., 2024) en la que, a través del método Delphi, se indagó de manera superficial en la percepción de los expertos en salud en torno a las características principales de las autolesiones en menores y el tratamiento de las mismas en los medios de comunicación. En este trabajo se ha querido profundizar en el discurso de especialistas, incluyendo además a profesionales del ámbito del trabajo y la educación social, a través de un estudio cualitativo basado en el uso de la entrevista semiestructurada. Esta técnica posibilita profundizar en la temática de estudio al permitir que los expertos desarrollen sus posiciones de manera extensa, y guiada por los objetivos del estudio a través de preguntas, posibilitando aclaraciones que confieren una rigurosidad a los resultados (Ibarra-Sáiz et al., 2023) esencial para elaborar una guía orientada a una divulgación informativa precisa sobre las ANS.

Esta investigación pretende extender la información previa sobre las características de las ANS e indagar en el método más correcto para hablar sobre ellas en prensa y medios, haciendo hincapié en aquello que es positivo publicar frente al contenido que está contraindicado mostrar.

Se han realizado 21 entrevistas, 10 a profesionales de la salud (psicólogos, psiquiatras, pediatras y enfermeros) y 9 a trabajadores y educadores sociales, especializados en menores, con y sin trastornos mentales (anorexia, bulimia, trastorno límite de la personalidad), y sus familias, tanto en centros de salud (atención primaria, hospitales, centros de día, consultas privadas) como en asociaciones sin ánimo de lucro (véanse Tablas 1 y 2). El número de entrevistas se ha determinado al alcanzar el nivel de saturación (Blanco & Castro, 2007; Pedraz et al., 2014), habiéndose dado preferencia a la calidad y no a la cantidad de discursos. Posteriormente, los resultados obtenidos de las entrevistas se han consultado con dos periodistas especializados de la Asociación Nacional de Informadores de la Salud (ANIS) (Tabla 3).

Tabla 1

Panel de Profesionales Sanitarios

	Especialidad	Institución	Género
Psicólogos clínicos	Adolescencia-Familias	Serendipia Psicólogos (privada)	Hombre
	Adolescencia-Familia	Centro Psicología Ínsula (privada)	Hombre
	Autolesiones	Sociedad Internacional Autolesión (privada)	Hombre
	Autolesiones	ISNISS Psicología y Formación (privada)	Hombre
	Infanto-Juvenil	ASISA Centro Médico Caracas (privado)	Mujer
	Infancia-Adolescencia	Centros escolares Alcobendas (público)	Mujer
Trabajadora social	Adolescencia y rehabilitación comunitaria	Servicio de Rehabilitación Comunitaria Sant Andreu - Fundación Vidal i Barraquer (público)	Mujer
Psiquiatra	Infancia-Adolescencia	Departamento de Psiquiatría y Psicología Médica. Clínica Universidad Navarra (pública)	Mujer
Pediatras y médicos de familia	Medicina de la adolescencia	Centro Médico Recoletas-La Marquesina. Sociedad Española Medicina Adolescencia (SEMA) (privada)	Hombre
	Medicina familiar-comunitaria	Institución: Pediatría EAP Esparreguera. Servicio Catalán de Salud (público). Coord. Niño y Adolescente SEMERGEN (privada)	Hombre
	Medicina familiar-comunitaria	Institución: Centro de Salud Torreblanca. Servicio Andaluz de Salud (público). Coord. GT Salud Mental SEMERGEN (privada)	Mujer

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 2

Panel de Profesionales de la Intervención Social

	Especialidad	Institución	Género
Psicólogas sociales	Jóvenes-Familias	AVIFES (privada)	Mujer
	Orientación jóvenes-familias	FAD Juventud (privada)	Mujer
	Adolescencia-Familia	La Rueca Asociación (privada)	Mujer
	Salud mental holística y consumo de drogas	SAE. Grupo ABD (privada)	Mujer
Educadores y trabajadores sociales	Intervención socioeducativa con adolescentes en riesgo de exclusión social	Asociación La Kalle (Vallecas, Madrid) (privada)	Mujer
	Centros de menores	CEIMJ Zaragoza (público). Docente Univ. Zaragoza (público)	Hombre
	Intervención social con adolescentes y familias	Acción Joven. Grupo ABD (privada)	Hombre
	Adolescencia-Familias	ACTUA sccl (privada)	Hombre

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 3

Panel de Profesionales de la Comunicación

	Especialidad	Institución	Género
Periodistas	Comunicadores especializados en el ámbito sanitario	Asociación Nacional de Informadores de la Salud (ANIS)	Mujer
	Comunicadores especializados en el ámbito sanitario	Asociación Nacional de Informadores de la Salud (ANIS)	Hombre

Fuente. Elaboración propia.

Se ha creado una base de datos con contactos encontrados en publicaciones sobre salud mental, menores y autolesiones[1], así como de internet y sociedades médicas españolas[2]. Se han añadido también contactos personales de las investigadoras, relativos a personal sanitario. Para conseguir variabilidad de discursos, se han seleccionado expertos de diferentes provincias de España (Barcelona, Vizcaya –Bilbao–, Madrid, Navarra, Valladolid y Zaragoza) y pertenecientes a instituciones públicas y privadas, eliminando posibles fuentes de sesgos.

Se envió un email masivo entrevistando a quienes respondieron. Se ha usado la técnica "bola de nieve" (obtención de nuevos expertos desde las redes de contactos de los entrevistados) para el resto de las entrevistas (Merriam, 2009). Los criterios de selección son: la formación y especialización en adolescentes, familias y autolesiones, al considerar este perfil el de mayor conocimiento relacionado con el objeto de estudio. Se han seguido criterios éticos mediante consentimiento informado, siendo la participación voluntaria. Para evitar un posible sesgo de género, la muestra se compone de 10 hombres y 11 mujeres.

Las entrevistas han sido presenciales y *online*, con una duración promedio de 90 minutos, llegando en algunos casos a 2 o 2,5 horas. Se han realizado entre marzo y mayo de 2024.

El guion de las preguntas a realizar se ha creado en torno a seis bloques temáticos: tratamiento mediático de las ANS; contextualización actual de las ANS; definición, causas y consecuencias de las ANS; perfil de jóvenes con ANS; qué no debe aparecer nunca en una noticia sobre ANS y qué es recomendable que aparezca. Tras la realización de las entrevistas, se han transcrito las entrevistas. En el análisis se han seleccionado las respuestas más destacadas de los expertos, con base en los objetivos del estudio.

4. Resultados

4.1. Situación actual de las autolesiones en adolescentes

Los profesionales advierten que en la última década se ha producido un aumento exponencial de casos de autolesión en las consultas médicas y psicológicas. Un aumento también observado por

1. Algunas fuentes consultadas: (Carrasco et al., 2023); (Faura-García et al., 2020); (Ñañez et al., 2020); (Royuela et al., 2015)
2. Páginas web y sociedades consultadas, en Tabla 1 y 2. Otras fuentes: Asociación Española Pediatría Atención Primaria| Sociedad Española Medicina Adolescencia| Asociación Madrileña Pediatría Atención Primaria| Sociedad Española Psiquiatría y Psicoterapia Niño y Adolescente

trabajadores sociales y centros escolares. Psiquiatras, pediatras, enfermeros/as, psicólogos/as y trabajadores y educadores sociales alertan de que actualmente estamos ante una situación muy preocupante, pues los casos son cada vez más graves, por lo que nos encontramos ante un problema de salud pública.

> La primera autolesión que a mí me llegó fue una niña en el 2016-2017. Se veía una entre muchísimas, bueno, era excepcional, y en el año en el que estamos, desgraciadamente, las autolesiones son muchísimo más frecuentes. No creo que nos lleguen más a nosotros: creo que han aumentado mucho. –Psicóloga Clínica. Centro Psicopedagógico Alcobendas.

> Empecé a escucharlo en Francia, allá como hace 10 o 12 años. Aquí en España empecé a oírlo hace 8 o 7 años y yo los he empezado a ver hace 5 años y además tengo fotos... [...] estamos ante una situación preocupante y diría más, estamos ante un tema de salud pública dentro de la salud de los adolescentes. –Pediatra. Especialidad Adolescencia. Sociedad Española de Medicina de la Adolescencia (SEMA).

Hace diez años costaba detectar casos de autolesión, pues no era algo en lo que los médicos estuvieran habituados a fijarse. Sin embargo, actualmente preguntar por un posible caso de autolesiones se ha convertido en algo usual cuando ven algún síntoma, por ejemplo, un cuadro de ansiedad en un menor.

> Incluso los propios médicos estamos a por uvas [...] no es la primera vez que vamos a explorar, sobre todo a niñas adolescentes, y nos encontramos con cicatrices.
> ¡Anda! ¿y estas cicatrices?
> Me las hice hace un año.
> ¿Cómo es posible que te vi hace un año tres veces y en ningún momento me he enterado de que te lesionabas?, son preguntas que uno se hace [...] Ahora que ya estamos mentalizados, cuando vemos cuadros de ansiedad lo preguntamos. –Pediatra (SEMA).

Esta tendencia al aumento de casos clínicos por autolesión se hizo especialmente evidente tras la COVID-19.

> ...a raíz sobre todo de la pandemia, en adolescentes y jóvenes hizo explotar una demanda de atención bastante importante, y los servicios, sobre todo en infanto-juvenil, vieron desbordada su capacidad para atender adolescentes y jóvenes, y muchas de las manifestaciones sí que tenían que ver con autolesiones, ya no solo autolesiones, sino intentos de suicidio y con una expresión del malestar muy, muy puesta en el cuerpo. –Trabajadora social y psicóloga. Servicio Rehabilitación Comunitaria Sant Andreu. Fundación Vidal i Barraquer.

Los expertos consideran muy apropiado que una noticia recoja esta información, la cual es interesante que vaya acompañada de datos de prevalencia, pues contextualiza al lector sobre la situación actual. No obstante, es importante no caer en la generación de alarma social porque podría producir miedo y estigma en lugar de concienciación social y empatía.

4.2. Opinión de los expertos sobre el tratamiento mediático de las autolesiones

Los expertos consideran que las autolesiones son un tema del que se habla muy poco en medios de comunicación.

> Yo creo que se habla poco. Yo soy como un ciudadano medio que lee el periódico y oigo las noticias casi todos los días; por tanto, estoy autorizado para decir que no tengo la sensación de que se hable demasiado. En circuitos clínicos cerrados nosotros sí hablamos con frecuencia, pero yo no veo que esto trascienda a los medios [...] no tengo la impresión de que se hable demasiado para la envergadura que tiene.-Pediatra. SEMA.

Creen que los medios no siempre hacen un correcto tratamiento de la información sobre autolesiones porque carecen de formación y conocimientos para ello. Aun así, consideran que cada vez se está hablando más y mejor sobre la salud mental en los medios.

> Cada vez vamos mejor; es verdad que sobre autolesiones no hay ninguna normativa, pero sí sobre cómo informar sobre el suicidio [...] Yo creo que podría hacerse extensivo a las autolesiones para evitar el efecto Werther.- Psiquiatra. Clínica Universitaria Navarra.

Ante la actual situación de las autolesiones en adolescentes, los expertos consideran muy relevante el papel de los medios como herramienta para informar y concienciar a la sociedad sobre esta conducta, así como para mostrar la urgente necesidad de una específica intervención de la Administración ante un problema de salud pública. Sin embargo, son cautelosos con esta función de la prensa, pues consideran esencial comunicar de un modo adecuado para no caer en la estigmatización de los adolescentes o en la creación de alarma social. Para los profesionales es importante que se informe más sobre autolesiones, pero que se haga de una manera correcta para evitar un efecto contraproducente.

4.3. Recomendaciones para informar sobre autolesiones no suicidas

4.3.1. Definición de autolesión

Para un correcto tratamiento informativo de las autolesiones, lo primero es que se haga una buena definición de las mismas. Los expertos denominan autolesiones sin intención suicida (ANS) a conductas que provocan un daño físico autoinfligido, utilizadas por las personas como herramienta para aliviar emociones negativas y donde no hay intención de morir, sino simplemente de anestesiar un malestar psicológico.

Las autolesiones manifiestan una mala regulación emocional en el adolescente, quien, ante un sentimiento negativo intenso, como la ansiedad o la tristeza, carece de estrategias de gestión emocional y encuentra en el dolor corporal una vía de liberación a su sufrimiento psicológico.

> El malestar emocional, la depresión, la ansiedad, los sentimientos negativos se manifiestan de muchas formas. Los adolescentes te dicen que su sufrimiento emocional es tan intenso que el dolor físico les alivia ese dolor emocional. O sea: están muy angustiados y cuando se cortan o se queman las manos u otras partes del cuerpo o se muerden, eso les hace encontrarse menos mal. –Psiquiatra Especialidad Niños y Adolescentes. Clínica Universidad de Navarra.

Remarcan que es un error denominar las ASN como una enfermedad mental o una patología en sí misma, pues no lo son, por lo que es fundamental que no se defina de esta forma en una noticia. Alertan de que estas calificaciones pueden llevar a la estigmatización y la conversión de la autolesión en tabú.

Puede existir comorbilidad entre las autolesiones y ciertos diagnósticos relacionados con la salud mental, como un trastorno límite de la personalidad o un trastorno de la alimentación (anorexia o bulimia). Sin embargo, los expertos señalan que no existe una causa-efecto, pues no todas las personas que se autolesionan tienen un trastorno mental y viceversa, siendo múltiples las causas por las que una persona desarrolla este tipo de conductas. Por ello, en una noticia sobre autolesiones no se deben hacer este tipo de relaciones, pues podrían generar desinformación, confusión e incomprensión en el lector.

> Son dos cosas separadas; una persona que se autolesiona puede o no tener un trastorno alimenticio, psiquiátrico u otro tipo de comorbilidad. La falta de información es la que hace que se relacione directamente, entonces, como no saben, pues ya todo TCA...tiene autolesiones o todo trastorno psiquiátrico tiene autolesiones.- Psicóloga. ASISA.

La autolesión es una conducta que provoca un alivio momentáneo, pero nunca sirve para eliminar totalmente las emociones negativas, que siempre vuelven a aparecer. Esto genera el riesgo de convertir esta conducta en repetitiva, pues el adolescente volverá a necesitar recurrir al daño físico para evadirse de un dolor que no desaparece, lo que puede convertirse en una adicción: el daño deberá ser cada vez mayor y más frecuente para alcanzar la desconexión emocional buscada.

> En cuanto una persona descubre que de esa manera se alivia su dolor, el dolor psicológico, lo va a repetir y además cada vez más, entrando en una dinámica de abuso y adicción. Estos cortes, además de liberar la tensión, activan los mecanismos de recompensa, y el chico descubre una manera brutal de tranquilizarse, que es a través de lesionarse. –Pediatra (SEMA).

Es importante informar a la sociedad sobre esta dinámica de funcionamiento de la autolesión, para mostrar la relevancia de la asistencia psicológica en la detección del sufrimiento a tiempo y para proporcionar otras herramientas de regulación emocional que impidan que un menor se vea enrolado en la adicción a esta conducta. No obstante, para los expertos es fundamental que la explicación dada en una noticia sea correcta y precisa, y que nunca se califique a un menor como "adicto" o "adicto a las cuchillas", como se ha visto en el titular de ciertos medios (Terrasa, 2018), pues solo contribuye a la desinformación, la culpabilización del menor y al morbo.

Los profesionales indican que, si bien el número de adolescentes que se autolesionan es elevado, la cantidad de aquellos que prolongan la autolesión en el tiempo, convirtiéndola en frecuente y adictiva, es bastante menor. Es muy importante que estos mensajes esperanzadores se reflejen en los medios para reducir la alarma social y ayudar a las familias que están en esta situación.

4.3.2. Perfil general: causas principales de las autolesiones

No existe un perfil específico para la autolesión, pero una serie de elementos aparecen de manera frecuente.

El sufrimiento psicológico es la causa principal que lleva a la autolesión. Se materializa en fuertes sentimientos de ansiedad, angustia, tristeza, estrés y depresión provocados por diversas situaciones de la vida diaria que se dan en el entorno familiar, escolar, grupos de iguales o redes sociales, como son: conflictos familiares y traumas de la infancia, no sentirse escuchados ni queridos, sentirse rechazados o culpables, baja autoestima, estrés escolar, frustración o rechazo del cuerpo, rupturas de pareja, problemas de interacción con pares, sentimiento de soledad e incluso casos de acoso, maltrato o abuso sexual.

> La familia, que tradicionalmente debe ser el refugio, da la impresión de que algunas son tan ansiógenas.... por tanto, la primera causa es la mala comunicación de padres e hijos, la incapacidad para atender suficientemente las necesidades afectivas del chico. Y luego está el estrés escolar [...] los chicos a veces no dan de sí más que lo que pueden dar. Esto genera muchísima ansiedad, unida a que generalmente los casos que en el colegio van mal es porque en casa hay mala dinámica, con lo cual se potencian una y otra. –Pediatra. (SEMA).

El entumecimiento emocional es otra de las causas de la autolesión. El menor está psicológicamente tan bloqueado que no siente nada y se hace daño físico para "sentir algo". Ocurre por distintas situaciones; una de las destacadas por los expertos es la vivencia de situaciones traumáticas en la infancia, como el abandono o el maltrato familiar.

> Niños adoptados que han sufrido abandono y que hacia la adolescencia indagan y descubren por qué, sufren mucho. Estas personas te hablan de que se autolesionan para sentir, porque tienen un entumecimiento emocional. Niños que han recibido maltrato o crianzas en orfanatos no han aprendido a sentir, porque cuando ellos de bebés lloraban, no venía nadie. –Psiquiatra. Clínica Universidad de Navarra.

En algunos casos, la autolesión supone una manera de tener control sobre uno mismo y su vida ante un malestar psicológico que sienten incontrolable.

> Un dolor físico sé cuándo empieza y cuándo termina; yo pongo el control sobre cuándo lo inicio y cuándo lo finalizo. Entonces el dolor físico da un cierto control a la persona sobre su situación.-Psicóloga Clínica Infantojuvenil. ASISA Centro Médico Caracas.

> La autolesión es un mecanismo inmediato, infalible, para que toda esa rumiación psicológica pare al instante, con un punto esencial: que ellos recuperan el control. –Psicólogo Clínico Especialista Autolesión. ISNISS Psicología y Formación.

En otros casos, las autolesiones son una forma de autocastigo que expresa la rabia contra uno mismo. Aquí se hace evidente la autolesión psicológica al potenciarse la rumiación de pensamientos que atacan a la propia persona, llevando este maltrato sistemático a una disminución de la autoestima.

> Ellos me dicen: 'me siento una mierda', 'yo no valgo para nada', 'soy feo', 'soy gorda', 'soy un asco, una basura', 'soy un monstruo', 'nadie me quiere', 'nadie me ve', imagínate todo esto diariamente de forma rumiativa, casi como un pensamiento obsesivo [...] Determinados comportamientos y conductas anestesian esta rumiación psicológica. –Psicólogo. ISNISS.

> Un conflicto externo, como discusiones entre los padres, puede llevar al menor a pensar:"seguramente todo es por mi culpa: entonces me merezco este castigo" Esto es una distorsión cognitiva que es muy importante encontrarla para poderla trabajar. –Psiquiatra. Clínica Universidad de Navarra.

Muchos menores son incapaces de verbalizar su malestar, utilizando la autolesión como forma de comunicación con su entorno para pedir ayuda. Pretenden captar la atención de un familiar o persona querida, pues no se sienten escuchados o atendidos por ellos.

> La autolesión es la única forma que tienen de comunicar el dolor que sienten a través de los límites de su piel, que no son capaces de expresar mediante la palabra. Es una forma de comunicación creativa, la única manera que han encontrado de poder expresar lo que les pasa [...] A veces te dicen "es que mis padres no me hacen ni puñetero caso" y es verdad. –Psiquiatra. Clínica Universidad de Navarra.

Existe otra motivación que, si bien se da en menor medida, también aparece en las consultas médicas y es la autolesión por moda. Con el aumento exponencial de autolesiones en jóvenes y su publicación en redes sociales, hay menores que, por imitación y para integrarse en los grupos de pares, se autoinfligen daño físico.

La autolesión en jóvenes sin problemas emocionales es poco frecuente y acaba desapareciendo. El problema viene cuando un menor con un malestar encuentra por imitación esta herramienta de regulación emocional, ya que puede engancharse a ella.

> Si una persona se corta una vez en su vida, pues ya está, seguramente eso no va a ir a más. Cuando es por moda, el efecto imitación, no suele ser tan recurrente. ¿Qué pasa? Que mucho más de la mitad de los que se cortan una vez lo convierten en un comportamiento habitual. –Psiquiatra. Clínica Universidad de Navarra.

Para los expertos, toda noticia sobre autolesiones debe centrarse fundamentalmente en las causas, para que la sociedad entienda el sufrimiento que hay detrás. Este enfoque permite empatizar con los adolescentes y ayuda a romper con el estigma y la psiquiatrización del menor.

> Hay una autolesión, pero porque detrás hay unas causas y esto es lo que creo que es importante visibilizar, no solo qué son, sino ¿por qué? [...]. La gente no se autolesiona porque sí, sino porque hay un momento en el que no puede gestionar lo que está viviendo. –Psicóloga social. AVIFES.

4.3.3. Perfil general: consecuencias emocionales de las autolesiones

Hay una respuesta inmediata que es el desahogo, la satisfacción y la relajación. Sin embargo, tras la liberación del sentimiento negativo, las reacciones emocionales más comunes son la vergüenza, la culpabilidad y, en ocasiones, la desesperanza.

Los adolescentes, tras autolesionarse, sienten vergüenza de su conducta, pues conocen el estigma social que existe. Muchos también se sienten culpables porque no quieren preocupar a sus familias o ser una carga para ellas.

> Cuando se lesionan hay una respuesta inmediata que es de tranquilidad. Cuando no sabes qué hacer, entonces te relaja hacerte cortes sucesivos, pero al siguiente paso producen culpa y, como consecuencia, más ansiedad y así se convierte en un círculo vicioso. –Pediatra (SEMA).

La desesperanza aparece cuando el menor cree tener un sufrimiento para el que nunca va a encontrar solución. Los expertos alertan que esta es la consecuencia emocional de mayor riesgo, ya que podría ser el paso previo a las ideaciones suicidas.

> Una de las emociones de más riesgo es la desesperanza, porque cuando uno tiene un sufrimiento que cree que no va a terminar nunca, puede empezar a aparecer la idea de una conducta suicida.-Psicóloga. AVIFES.

No obstante, los expertos llaman a la calma a familiares y profesores, pues el menor que se autolesiona no pretende suicidarse. El problema viene cuando no hay una intervención profesional que ayude a solucionar el origen del malestar. Según los expertos, es mucho más importante centrar una noticia sobre autolesiones en las causas que en las consecuencias de las mismas, aunque no sería desafortunada su aparición si está orientada a evidenciar la importancia de una temprana intervención profesional, transmitir esperanza y reducir el miedo familiar. Este contenido debe ser preciso y nunca debe asociar directamente la autolesión con el suicidio, puesto que confundiría al lector incurriendo en un error. Siguiendo las recomendaciones de la OMS, una cobertura mediática responsable puede ayudar a reducir el riesgo de imitación (efecto Werther) y, al mismo tiempo, fomentar narrativas que incentiven la búsqueda de ayuda (efecto Papageno) (Bermejo et al, 2019).

Estudios como los de Lois-Barcia, Rodríguez-Arias y Túñez (2018) resaltan la importancia de un lenguaje cuidadoso y un enfoque ético en la divulgación de noticias sobre autolesiones. Informar con responsabilidad no solo minimiza riesgos, sino que también contribuye a la concienciación y la prevención. Asimismo, esta perspectiva se refleja en diversas guías, como la de Samaritans (2020), "Guidance for Covering Self-Harm in the Media", o la "Guía de Medios Anticontagio y Contra las Desventajas de Internet", elaborada por Asefo (Red de Habla Hispana sobre Autolesión) en 2011.

> La autolesión no es un acto suicida, no tiene esa intencionalidad. Entonces, yo creo que deberían separarse en una noticia. –Psicóloga. ASISA.

4.3.4. Perfil general: edad a la que son más frecuentes las autolesiones

Según la observación clínica, la edad más frecuente es entre los 14-17 años, aunque hay un descenso preocupante hasta los 11-12 años.

La adolescencia es una etapa de pleno aprendizaje donde niños y niñas transitan a adultos pasando por una serie de cambios a los que deben adaptarse, surgiendo múltiples conflictos, frustraciones e inseguridades en la búsqueda de su identidad.

Los expertos creen muy apropiada la publicación de esta información para sensibilizar.

4.3.5. Perfil general: género y conductas autolesivas

La mayoría de profesionales declaran ver más autolesiones en chicas que en chicos; sin embargo no están seguros de los motivos, difiriendo bastante las opiniones.

Algunos consideran que los cambios producidos en las mujeres durante la pubertad disparan los cuadros de ansiedad y depresión, haciéndolas más proclives a la autolesión. Otros señalan que la presión socio-familiar asociada a la imagen corporal sufrida por las mujeres las pone en una posición de gran vulnerabilidad.

> Una chica de 14 años que no tenga un cuerpo que le guste va a sufrir mucho [...] La chica, para luchar contra la ansiedad, comía mucho y cuanto más comía, más gorda estaba y la madre, cuanto más gordita la veía, más se metía con ella, con lo cual la chavala tenía un ambiente familiar absolutamente proclive. –Pediatra. SEMA.

Hay expertos que creen que chicos y chicas se autolesionan en igual medida. Sin embargo, mientras los cortes realizados por mujeres son reconocidos como autolesiones, y están socialmente mal vistos, las autolesiones de los hombres están más normalizadas y no suelen catalogarse como tales; por ello cuesta más detectarlas y, cuando ocurren, no se recurre a pedir ayuda. En muchas ocasiones se ve normal que un chico con rabia o frustración se golpee los nudillos contra la pared, pero los profesionales señalan esta conducta como autolesiva, pues el joven no sabe gestionar una emoción negativa y recurre al daño físico como estrategia de regulación emocional.

También alertan de que los jóvenes con orientación o identidad sexual no normativa están sometidos a una presión socio-familiar que les convierte en susceptibles a la autolesión, como forma de regulación de un malestar relacionado con el rechazo social o el acoso, entre otros.

> Una familia de claro matiz heterosexual. Un padre...machote, y una madre muy identificada con su rol de madre [...]. Cuando yo le vi con 16 años, era un muchacho que estaba mal en el colegio, estaba harto, quería irse de casa, suicidarse [...] Le dije: ¿a ti te gustan más los chicos o las chicas?, y me dice " los chicos" y ¿se lo has dicho a tus padres?, y dice: "no se lo he dicho porque no lo van a entender". –Pediatra. SEMA.

4.3.6. Perfil general: clase social y autolesiones

Todos los expertos entrevistados coinciden en que la clase social no influye en las autolesiones en menores. No obstante, reconocen que las clases sociales altas tienen más recursos culturales, educativos y económicos para prevenir o solucionar estas conductas.

Los profesionales alertan de la saturación existente en la sanidad pública. Los adolescentes que no pueden pagar una atención privada se encuentran con una gran falta de medios públicos para ser atendidos, lo que los pone en grave peligro al estar expuestos a una posible cronificación de la autolesión por ausencia de un tratamiento temprano, constante y prolongado.

Por ello, los sanitarios entienden apropiada y necesaria la publicación de este tipo de información, ya que ayudaría a la concienciación social acerca de la urgencia e importancia de reforzar los servicios de salud mental públicos.

4.3.7. Relatos e imágenes esperanzadoras y recursos

Según los profesionales entrevistados, es positivo que una noticia sobre autolesiones recoja relatos experienciales de los jóvenes afectados únicamente en el caso de que estos sean esperanzadores, es decir, que narren la superación de la autolesión. Testimonios relacionados con qué hicieron para salir de esta conducta, en quién se apoyaron o a quién pidieron ayuda, entre otras, son muy pertinentes.

> Narrativas como: "fue algo que puede ocurrirle a cualquiera", "no te sientas solo ni rechazado" "es algo que no me vino nada bien y tuve que cambiarlo y ahora que lo he cambiado y he salido es cuando de verdad estoy bien". –Psicólogo. Sociedad Internacional Autolesión.

Entienden que no es necesario que la noticia vaya acompañada de imágenes, pero en el caso de que las lleve, estas también deben recoger situaciones relativas a la salida de la autolesión, que ayuden al menor o le hagan sentir bien si las visualiza. Algunas opciones serían que apareciese un grupo de amigos charlando, una familia reunida o un abrazo entre dos adolescentes, entre otras.

> Imágenes que tengan que ver con la esperanza, con salir de la problemática, con apoyo de terceros, quizá infografías que indiquen datos, recursos de apoyo, todo lo que tenga que ver con lo positivo. –Psicólogo. Sociedad Internacional Autolesión.

Es útil que en la noticia aparezcan recursos como canales, herramientas o tipos de profesionales que ayudan a jóvenes y familias. Un ejemplo sería publicar teléfonos de ayuda como el teléfono de la esperanza[3] o el teléfono/chat ANAR[4].

> Describir lo que está pasando está muy bien y creo que es uno de los deberes de los medios de comunicación, pero al mismo tiempo hay que aportar soluciones. Es decir, esto es una situación que pasa, pero afortunadamente hay soluciones y pasan por la familia, los medios sanitarios, repasar el currículum escolar, que a veces es muy denso, tener medios de diversión alternativos al ocio de riesgo (alcohol, drogas, discotecas) como las actividades deportivas, el cine, la música, leer [...] fomentar mecanismos que explotan la sensibilidad humana en el sentido intelectual y espiritual. –Pediatra. SEMA.

4.4. Contenidos que no deben aparecer en una noticia sobre autolesiones no suicidas

4.4.1. Tipos de autolesiones y materiales más comunes

Las autolesiones más frecuentes son los cortes en muñecas, antebrazos, muslos y tobillos, es decir, zonas que se pueden tapar o disimular para no ser vistas. Este tipo de autolesiones son más comunes

3. Teléfono Esperanza (Atención Crisis): 717 003 717 / Teléfono Esperanza (solicitar información): 91 459 00 50. Web: https://telefonodelaesperanza.org/
4. Teléfono/Chat Ayuda Niños y Adolescentes: 900 20 20 10 / Teléfono/Chat Ayuda Familias: 600 50 51 52. Web: https://www.anar.org/

en chicas, junto con los arañazos. Los cortes se realizan con todo tipo de materiales punzantes, siendo los más comunes las cuchillas y hojas de sacapuntas, cúteres, tijeras o navajas.

Las autolesiones de los chicos por cortes tienden a ser más camufladas que en las chicas. Usan métodos como tatuarse y afeitarse sin necesidad por el hecho de sentir una cuchilla o algo punzante. El objetivo es el mismo, pero el método es menos evidente.

> Las chicas te dicen: "he cogido la cuchilla, me he puesto nerviosa y me he cortado'" Los chicos te dicen: "me sentía mal y me he hecho un tatuaje". Es esa forma autolesiva porque al final es aguja y estás haciéndote daño, pero más camuflado [...] también afeitarse sin necesidad, como esa sensación de utilizar la cuchilla.... [...] no es por la mañana me levanto y me afeito; sino me pongo nervioso, me siento mal, me voy a afeitar. –Psicóloga. ASISA.

También son comunes otras formas de autolesión como los golpes, las quemaduras, las heridas por raspado, drogarse o pelearse. Este tipo de conductas son más frecuentes en chicos, aunque también se dan en chicas.

> La mujer es más callada, se aguanta más y entonces recurre a esos mecanismos (cortes) como liberación de su situación de ansiedad. El varón tiene tendencia a luchar contra la ansiedad con problemas de conducta, insultando, pegando, fumando, sobre todo porros, drogándose; es decir, son otras lesiones. –Pediatra. SEMA.

> Hay otras autolesiones en varones muy frecuentes que son la típica fractura de la base del quinto metacarpiano, que son: me cabreo y ante este sentimiento de rabia pego puñetazos contra la pared y me rompo la mano. Eso también es una autolesión. –Psiquiatra. Clínica Universidad de Navarra.

> Había una chica a la que no le gustaban sus caderas, entonces se daba golpes en la cadera con un martillo. –Pediatra. SEMA.

Esta información relativa a los materiales o métodos utilizados por los jóvenes para autolesionarse no debe ser publicada en los medios de comunicación. Si bien entienden que es importante que las familias conozcan estas cuestiones para prevenir o identificar esta conducta, esta información debe ser transmitida exclusivamente por los expertos en salud especializados.

Por consiguiente, en una noticia tampoco deben aparecer imágenes donde se muestre:

- Cualquier lesión: cortes, quemaduras, heridas por golpes...
- Sangre.
- Cualquier material para autolesionarse: cuchillas, cúteres, sacapuntas, agujas, navajas...
- Personas tristes, cabizbajas, solas, sufriendo.

> No ser explícitos con el método, pues no lleva a ningún lado [...] y puede dar ideas. –Psicóloga. AVIFES.

4.4.2. Testimonios y conceptos

La publicación de testimonios de adolescentes que señalan la autolesión como una vía de escape al malestar o que les sirve para aliviar su dolor son contraproducentes y afectan negativamente a los jóvenes, puesto que pueden incitar a la imitación. Los profesionales recomiendan que no se publiquen este tipo de relatos.

> Que no lo lleven al terreno de qué guay soy cuando me autolesiono, que no lo expliquen con narrativas como: 'es que, claro, como me sentía tan mal y cuando me autolesioné dejé de sentirme mal', porque el otro puede copiarse. –Psicólogo. Sociedad Internacional Autolesión.

Es fundamental no utilizar adjetivos que estigmaticen a los jóvenes con autolesiones, como podrían ser: plaga, adictos... Hay que huir de una narrativa morbosa y sensacionalista, pues culpabiliza al menor deteriorando su imagen social, aumenta el tabú hacia la conducta y no ayuda a las familias. En la noticia debe quedar claro que los jóvenes no son los culpables, sino que resultan permeables a un entorno familiar y social que les está afectando de forma negativa. La presión, el estrés y la ansiedad generalizada de la sociedad juegan en su contra. Al igual que las redes sociales.

Las entrevistas realizadas a los periodistas ponen de manifiesto la necesidad de una guía para establecer unas pautas en las que puedan apoyarse para una mejor información sobre autolesiones. Al mismo tiempo, las entrevistas a los profesionales de la salud y educadores sociales dejan claro tendencias que se han observado y que hay que evitar, así como las recomendaciones para que la información tenga un verdadero servicio público.

5. Discusión y conclusiones

Las autolesiones no suicidas constituyen tanto una conducta negativa relacionada con la salud emocional individual como un problema social. Respecto a esta última dimensión, los medios de comunicación se encuentran con la necesidad de ofrecer un relato adecuado para cuya elaboración los profesionales no siempre cuentan con las herramientas suficientes o apropiadas. De hecho, numerosos sanitarios, como los entrevistados, aprecian tanto carencias como aspectos que no deberían abordarse de la manera en que dichos medios presentan sus textos e imágenes.

Los principales hallazgos de este artículo han sido, por un lado, retratar la necesidad de definir las ANS como conductas, nunca como enfermedad, sin confundirlas con la ideación suicida. Asimismo, evitar la estigmatización y centrar la noticia en las causas de dichas ANS. En esa línea, es preciso aportar un mensaje de esperanza con testimonios de recuperación y aportación de soluciones. La información periodística debería incorporar, en lo posible, un componente educativo, un teléfono o canal de ayuda, y desterrar el sensacionalismo de imágenes explícitas y narraciones detalladas sobre los métodos para autolesionarse. En su función de servicio público, resulta vital que los medios conozcan estas pautas fundamentales para entender, prevenir y ayudar a los jóvenes. Por ello, como resultado de esta investigación, se ha elaborado la guía *Recomendaciones para informar sobre autolesiones no suicidas (ANS)*, publicada por la Asociación de la Prensa de Madrid (Fernández-Fernández et al., 2024). Se puede consultar en: https://goo.su/5eSV5

Este trabajo ofrece una guía de recomendaciones para periodistas y profesionales de los contenidos que supone una aportación de transferencia de conocimiento –la primera en español tan especializada– desde el ámbito académico hacia la sociedad, a través de la prensa en su más amplio sentido como intermediaria de cultura y divulgación. Dicha afirmación debe ser matizada, puesto que sí existen varias y valiosas guías, de relevantes entidades, sobre temas relacionados, como el suicidio o la salud mental (Lois-Barcia et al., 2018; Olivar-Julián et al., 2020).

Sin embargo, la realidad abordada no cuenta siempre con presencia suficiente ni narrativas óptimas desde el ámbito mediático, por lo que queda clara la necesidad de seguir trabajando en este sentido, en la línea que el presente artículo ofrece. Una muestra mayor de profesionales, de la salud y la educación social, entrevistados podría superar las limitaciones que pueda haber en ese sentido en esta aportación, haciendo más representativos los resultados y las conclusiones. No obstante, deberán ser, como en esta investigación, trabajadores especializados cuyo testimonio pueda aportar un valor propio en relación con el objeto de estudio, privilegiando la calidad de los discursos frente a su cantidad, según lo indicado en la metodología. Otra de las limitaciones de este estudio tiene que ver con la escasez de literatura científica sobre la representación mediática de las autolesiones, así como la poca información mediática publicada sobre el tema, como se ha expuesto. Todo ello aconseja planificar en futuros trabajos una aproximación cronológica y muestral amplia para estudiar de modo longitudinal la presencia o ausencia de dichos contenidos en medios, al tiempo que se incrementan las fuentes y referencias académicas disponibles.

Financiación y apoyos

Este estudio se incluye en las actividades desarrolladas por el Proyecto del Grupo de investigación COMKIDS de la Universidad Rey Juan Carlos titulado "Representación mediática de las autolesiones de los menores en los medios de comunicación y Redes" (PID2021-124550OB-I00) subvencionado por el Plan Nacional del Ministerio de Ciencia e Innovación y financiado por el proyecto SIC-SPAIN 4.0.

Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía CrediT

- Concepción y enfoque del trabajo: Autor 1, 2, 3 y 4.
- Curación de datos: Autor 2.
- Análisis formal: Autor 1, 2, 3 y 4.
- Adquisición de fondos: Autor 1.
- Investigación: Autor 1 y 2.
- Metodología: Autor 2.
- Administración del proyecto: Autor 1.
- Recursos: No aplica.
- Software: No aplica.
- Supervisión: Autor 1.
- Visualización: No aplica.
- Redacción: Autor 1,2, 3 y 4.

Semblanza de los autores

Esther Martínez Pastor es Catedrática del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (URJC). Doctora en Ciencias de la Información, Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid. Licenciada en Derecho por la Universidad Nacional a Distancia (UNED) y Grado en Criminología por la Universidad Rey Juan Carlos. Entre sus líneas de investigación destacan en el ámbito de publicidad el estudio de menores y jóvenes, regulación jurídica, autolesiones, transparencia e inmigración. Actualmente se encuentra centrada en investigación y difusión de la representación de las autolesiones de mejores y jóvenes en los medios como IP en el Proyecto "Representación mediática de las autolesiones de los menores en los medios de comunicación y Redes" (PID2021-124550OB-I00, del Plan Nacional del Ministerio de Ciencia e Innovación) y en el proyecto europeo Sic-Spain 4.0. Es Coordinadora del Grupo de Investigación "COMKIDS". Es parte del Jurado de Autocontrol de la Publicidad y del Comité de expertos para la elaboración del Plan de Acción para la Prevención del Suicidio.

Raquel Moraleda Esteban doctoranda en CC. de la Comunicación en la URJC. Graduada en Sociología y Biología, con Máster en Biomedicina, en la UCM. Reconocida en su Máster con el mejor expediente académico de su promoción, propuesta al premio extraordinario TFG en Sociología (UCM,2023) y ganadora del segundo premio TFG del Colegio Oficial de Biólogos de Madrid, 2016. Actualmente, es investigadora del grupo COMKIDS en la Universidad Rey Juan Carlos, donde ha participado en los proyectos de investigación, nacional e internacional, SIC-SPAIN 3.0. y SIC-SPAIN 4.0., donde estudia las relaciones entre salud mental, autolesiones y redes sociales.

Juan Francisco Torregrosa Carmona Juan-Francisco Torregrosa-Carmona es profesor Titular de Periodismo en el Departamento de Periodismo y Comunicación Corporativa de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC), de Madrid. Doctor en Ciencias de la Información por la Complutense (sobresaliente cum laude por unanimidad), ha sido miembro de la Cátedra UNESCO de investigación en Comunicación y coordinador del Grado en Comunicación Audiovisual (2016-2019). Actual coordinador del Título de Grado en Periodismo, modalidad semipresencial, reconocido en 2023 con el Sello Internacional de Calidad en Enseñanzas No Presenciales e Híbridas (ENPHI), por parte de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA). Fue director del Máster Universitario en Comunicación y Problemas Socioculturales de la URJC.

José Gabriel Fernández Fernández es profesor Titular en el Departamento de Periodismo y Comunicación Corporativa de la Facultad de Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos donde imparte la asignatura de Géneros Informativos en Radio y Televisión. Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra y Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense, es Master de Periodismo Económico por la Complutense. Autor de varias publicaciones sobre periodismo especializado en economía y en deporte, ha participado en diferentes congresos internacionales sobre estas especialidades. Es miembro del Grupo de Investigación COMKIDS de la Universidad Rey Juan Carlos donde desarrolla la investigación sobre Autolesiones de menores y medios de comunicación. Ha trabajado en Diario 16 y el Canal 24 Horas de Televisión Española, y ha colaborado en madridiario.es, elperiodigolf.com, Radio Marca, Radio Intereconomía, La Radio del Golf y Movistar Golf, así como en diferentes medios de comunicación escritos especializados en golf, en economía y en deporte.

Referencias

Acosta Artiles, F.J., Rodríguez Rodríguez-Caro, C.J, & Cejas Méndez, M.R. (2017). Noticias sobre suicidio en los medios de comunicación. Recomendaciones de la OMS. *Rev Esp Salud Pública*, (91).

American Psychiatric Association (2023). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*. American Psychiatric Association.

ANIS. 2024. Política de Buen Gobierno. Asociación Nacional de Informadores sobre Salud. https://acortar.link/ya38rB

Álvarez, M., Bilbao, E., González, A., & Vega, D. (2022). *Evaluación y manejo clínico de las autolesiones en la adolescencia: protocolo basado en la evidencia*. Ministerio de Sanidad.

Bermejo, A. B., Paramo, I. A., Cabañas, M. J., León, B. R., Carpintero, A. G., & Hernández, G. M. (2019). *Medios de comunicación y posibilidades de prevención: el efecto papageno*. https://acortar.link/dVJu6P

Bentley, K.H., Nock, M.K, & Barlow, D.H. (2014). The Four-Function Model of Nonsuicidal Self-Injury: Key Directions for Future Research. *Sage Journals*, 2(5). https://doi.org/10.1177/2167702613514563

Blanco, C., & Castro, A. (2007). El muestreo en la investigación cualitativa. *NURE investigación: Rev. Científica Enfermería*, (27). https://bit.ly/3MawIeD

Bobes, J., Pascual, F., & Guardia, J. (2015). Medios de comunicación y adicciones. Guía para periodistas, SOCIDROGALCOHOL. https://acortar.link/RLdF8Q

Bousoño, M., Al-Halabi, S., & Bobes, J. (2021). Alcohol use and risk factors for self-harm behavior in Spanish adolescents. *Adicciones*, *33*(1). https://doi.org/10.20882/adicciones.1239

Calvete, E., Orue, I., & Sampedro, A. (2017). Does the acting with awareness trait of mindfulness buffer the predictive association between stressors and psychological symptoms in adolescents?. *Personality and Individual Differences*, (105), 158-163. https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.09.055

Carrasco, M.A., Carretero, E.M., López-Martínez, L.F., & Pérez-García, A.M (2023). Eficacia de los tratamientos psicológicos para los comportamientos autolesivos suicidas y no suicidas en adolescentes. *Revista de Psicología Clínica con Niños y Adolescentes*, *10*(1), 53-67. https://doi.org/10.20944/preprints202412.2070.v1

Casanova Zavala, J. J. & Cetina Sosa, A. C. (2024). Anorexia nerviosa, ansiedad y cutting en la adolescencia. *Psicología y Salud*, *34*(2),197-202. https://doi.org/10.25009/pys.v34i2.2900

Centers for Disease Control and Prevention (2022). *Youth Risk Behavior Survey (YRBS)*. https://www.cdc.gov

Consejería de Educación, Ciencia y Universidades (CECU) (2024). *Protocolo de actuación ante una situación de posible riesgo, sospecha o evidencia de autolesiones en los alumnos de los centros educativos no universitarios*, Comunidad de Madrid. https://acortar.link/PT7rVt

Echegaray, L., Peñafiel, C., & Aiestaran, A. (2014). Análisis de la percepción de los profesionales de la medicina sobre la información en salud en la prensa vasca y navarra. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, *20*(1), 341-356. https://acortar.link/f87gsB

Farkas, B.F., Takacs, Z.K., Kollárovics, N., & Balázs, J. (2023). The prevalence of self-injury in adolescence: a systematic review and meta-analysis. European Child & Adolescent Psychiatry. https://doi.org/10.1007/s00787-023-02264-y

Faura-García, J., Orue, I., & Calvete, E. (2020). Clinical assessment of non-suicidal self-injury: A systematic review of instruments. *Clin Psychology & Psychotherapy*, *28*(4), 739-765. https://doi.org/10.1002/cpp.2537

Faura García, J., Orue Sola, I., & Calvete Zumalde, E. (2022). Nonsuicidal self-injury thoughts and behavior in adolescents: validation of SITBI-NSSI. *Psicothema*, *34*(4), 582-592. https://doi.org/10.7334/psicothema2022.13

Fernández, J. G., & Martínez-Pastor, E. (2023). Las noticias sobre autolesiones de menores y la gestión emocional en televisión. En Cuesta, Barrientos-Báez y Cuesta Díaz, *Comunicación y Salud: el gran reto del siglo XXI* (329-340), Fragua.

Fernández-Fernández, J. G., & Torregrosa-Carmona, J. F. (2022). Tratamiento de las autolesiones de los menores en los informativos de televisión. En Blanco Ruiz & Martínez-Pastor (coord.), *Menores y medios sociales. Salud mental, gestión y representación mediática del dolor y las autolesiones* (109-125). Fragua.

Fernández-Fernández, J. G., Martínez-Pastor, E., Moraleda-Esteban, R., Neistat, G., & Torregrosa-Carmona, J. F. (2024). *Recomendaciones para informar sobre autolesiones no suicidas (ANS)*. En Asociación de la Prensa de Madrid. Disponible en: https://goo.su/5eSV5

Fleta Zaragozano, J. (2017). Autolesiones en la adolescencia: una conducta emergente. *Boletín Sociedad Pediatría de Aragón, La Rioja y Soria*, *47*(2),37-45. https://acortar.link/zqvp0I

Farkas, B.F., Takacs, Z.K., Kollárovics, N., & Balázs, J. (2024). The prevalence of self-injury in adolescence: a systematic review and meta-analysis. *European Child Adolesc Psychiatry*, (33), 3439-3458. https://doi.org/10.1007/s00787-023-02264-y

Fundación ANAR (2024). *Informe anual teléfono/chat. ANAR 2023*. https://acortar.link/pEbqiZ

Grupo IMO (2012). *Decálogo deontológico para el tratamiento informativo del cáncer*. Fundación Grupo IMO.

Ibarra-Sáiz, M. S., González-Elorza, A., & Rodríguez-Gómez, G. (2023). Aportaciones metodológicas para el uso de la entrevista semiestructurada en la investigación educativa a partir de un estudio de caso múltiple. *Revista de Investigación Educativa*, *41*(2), 501-522. https://doi.org/10.6018/rie.546401

Jans, T., Vloet, T.D., Taneli, Y., & Warnke, A. (2017). Suicidio y conducta autolesiva. En Rey J. M., Martin A. (ed), *Manual de Salud Mental Infantil y Adolescente de la IACAPAP*. Asociación Internacional de Psiquiatría del Niño y el Adolescente y Profesiones Afines.

Kelada, L., Whitlock, J., Hasking, P., & Melvin, G. (2016). Parents' experiences of nonsuicidal self-injury among adolescents and young adults. *J Child Fam. Stud*, (25), 3403-3416. https://doi.org/10.1007/s10826-016-0496-4

Lois-Barcia, M., Rodríguez-Arias, I., & Túñez, M. (2018). Pautas de redacción y análisis de contenido en noticias sobre suicidio en la prensa española e internacional: efecto Werther & Papageno y seguimiento de las recomendaciones de la OMS. *ZER: Revista Estudios Comunicación*, *23*(45). 139-159. https://doi.org/10.1387/zer.20244

López Diago, R., & Sánchez Mascaraque, P. (2023). Actualización sobre el aumento de trastornos mentales en la adolescencia y estrategias de manejo clínico en Atención Primaria. En AEPap (ed.), *Congreso de Actualización en Pediatría*. Madrid: Lúa Ediciones 3.0.

Luengo Latorre, J.A., & Yévenes Retuerto, R. (2023). *Guía para la prevención del riesgo de conducta suicida y autolesiones del alumnado. Protocolo para la elaboración de planes individualizados de prevención, protección e intervención en los centros educativos*, Junta Andalucía. Consejería Desarrollo Educativo y Formación Profesional.

Mamani, L.M., & Morales, S.P. (2020). *Cobertura noticiosa en la cuarentena en los portales web y red social de Radio Yaraví y La República Sur y la percepción de los médicos del hospital COVID-19*. [Tesis doctoral, Universidad Nacional San Agustín Arequipa]. http://hdl.handle.net/20.500.12773/11996

Martínez-Pastor, E., Blanco-Ruiz, M., & Martínez-Rodríguez, L. (2023). Tratamiento mediático de las autolesiones en menores: Análisis de El País, El Mundo y ABC del 2012-2022. *Historia y comunicación social*, *28*(2), 327-338. https://doi.org/10.5209/hics.84643

Martínez-Rodríguez, L., Vizcaíno-Laorga, R., & Martínez-Pastor, E. (2024). Autolesiones en menores: la visión de los profesionales de la salud frente al tratamiento informativo en la prensa española (2012-2022). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, *30*(2), 399-410. https://doi.org/10.5209/esmp.94318

Merriam, S. (2009). *Qualitative research. A guide to design and implementation*. Jossey-Bass. https://acortar.link/KMAhNY

Moran, P., Chandler, A., & Pirkis, J. (2024). The Lancet Commission on self-harm. *The Lancet*, *404*(10461),1445-1492. https://doi.org/10.1016/S0140-6736(24)01121-8

Niederkrotenthaler, T., Voracek, M., & Sonneck, G. (2010). Papageno v Werther effect. *BMJ: British Medical Journal*, 341:c5841. https://doi.org/10.1136/bmj.c5841

Nock M. K. (2010). Self-injury. *Annu Rev Clin Psychol*, (6), 339-63. https://doi.org/10.1146/annurev.clinpsy.121208.131258

Ñañez, A., Caussa, A., Estrada, M. (2020). *Autolesiones en niños, niñas, adolescentes y jóvenes. Guía de navegación para madres, padres y otras figuras que acompañan a niños, niñas, adolescentes y jóvenes con problemáticas de salud mental*. https://acortar.link/AdtsMs

Olivar-Julián, F.J., Segado-Boj, F., & Díaz, J. (2020*). Recomendaciones para el tratamiento del suicidio por los medios de comunicación. Manual de apoyo para sus profesionales*. Ministerio de Sanidad. https://acortar.link/kiD9V3

Organización Mundial de la Salud (OMS) (2021). *Suicide Worldwide in 2021*. https://www.who.int

Organización Panamericana de la Salud (OPS) (2023). *Prevención del suicidio: un recurso para profesionales de los medios de comunicación*. Washington, DC. OMS. https://doi.org/10.37774/9789275327791

Pedraz Marcos, A., Zarco Colón, J., & Palmar, A.M. (2014). Conceptos claves en investigación cualitativa. Criterios de calidad y aspectos éticos. En Pedraz Marcos, Zarco Colón et al (eds), *Investigación cualitativa*. Elsevier.

Peñas, E., & Hernández, P. (2019). *Guía de estilo sobre discapacidad para profesionales de los medios de comunicación*. ILUNION Comunicación Social, Ministerio Sanidad.

Plener, P. L. (2021). COVID- 19 and nonsuicidal self-injury: The pandemic's influence on an adolescent epidemic, *American Journal of Public Health*, *111*(2), 195-196. https://doi.org/10.2105/AJPH.2020.306037

Proyecto Hombre (2022). *Cómo mejorar la información sobre adicciones. Una guía de Proyecto Hombre para periodistas*. https://acortar.link/OLrKfX

Racine, N., McArthur, B.A., & Madigan, S. (2021). Global Prevalence of Depressive and Anxiety Symptoms in Children and Adolescents During COVID-19: A Meta-analysis. *JAMA Pediatrics*, *175*(11), 1142-1150. https://doi.org/10.1001/jamapediatrics.2021.2482

Rascón Guijarro, M. P. (2024). Atención de la autolesión no suicida en el servicio de urgencias. *NPunto. Revista para profesionales de la salud*, *7*(70), 64-91. https://acortar.link/fbpmac

Román, V., & Abud, C. (2017). *Comunicación, infancia y adolescencia. Guía para periodistas*, UNICEF, red argentina de Periodismo Científico. https://acortar.link/JV58zZ

Royuela, P., Rodríguez, L., Marugán, J.M., & Carbajosa, V. (2015). Factores de riesgo de la precocidad sexual en adolescentes. *Rev Pediatr Aten Primaria*, *17*(66). https://dx.doi.org/10.4321/S1139-76322015000300004

Sandoval, L., Aliaga, L., & Shirley, R. (2021). *Manual de periodismo y salud sexual-reproductiva. Comunicar para promover*. Lima: CALANDIA-Asociación de Comunicadores Sociales. https://acortar.link/qStd8N

Samaritans (2020). *Understanding self-harm and suicide content online*. https://acortar.link/KBOtEj

Slomski, A. (2021). Pediatric Depression and Anxiety Doubled During the Pandemic. *JAMA Pediatr*, 326(13):1246. https://doi.org/10.1001/jama.2021.16374

Steinhoff, A., Ribeaud, D., & Shanahan, L. (2021). Self-injury from early adolescence to early adulthood: age-related course, recurrence, and services use in males and females from the community. *Eur Child Adolesc Psychiatry*, 30,937-951. https://doi.org/10.1007/s00787-020-01573-w

Tarragona-Medina, B., Pérez-Testor, C., & Ribas-Fitó, N. (2018). Autolesiones sin finalidad autolítica: una revisión sistemática en adolescentes de la comunidad. *Revista de Psicopatología y salud mental del niño y del adolescente*, (31), 67-90. https://acortar.link/gaUhFF

Torregrosa-Carmona, J.F., & Fernández-Fernández, J.G. (2023). Cobertura y tratamiento informativo de las autolesiones en la prensa española. En Sierra Sánchez & Martín Matas, (coord.), *Pulso digital: estudios y perspectivas sobre comunicación especializada* (361-370).

Vázquez-López, P., & Díez-Suárez, A. (2023). Self-injury and suicidal behavior in children and youth population: Learning from the pandemic. *Anales de Pediatría*, *98*(3), 204-212. https://doi.org/10.1016/j.anpedi.2022.11.006

Vega, D., Torrubia, R., & Marco-Pallarés, J. (2017) Exploring the relationship between non suicidal self-injury and borderline personality traits in young adults. *Journal of Psychiatric Research*, (256), 403-411. https://doi.org/10.1016/j.psychres.2017.07.008

Wester, K., Trepal, H., & King, K. (2018). Nonsuicidal Self-Injury: Increased Prevalence in Engagement. *Suicide and Life-Threatening Behavior*, *48*(6), 690-698. https://doi.org/10.1111/sltb.12389

Whitlock, J., Lloyd-Richardson, E., & Bates, T. (2017). Parental secondary stress: The often hidden consequences of nonsuicidal self-injury in youth. *J. Clin. Psychol*, 74(1), 178-196. https://doi.org/10.1002/jclp.22488

Xiao, Q., Song, X., & Huang, X. (2022) Global prevalence and characteristics of non-suicidal self-injury between 2010 and 2021 among a non-clinical sample of adolescents: A meta-analysis. *Front. Psychiatry*, 13:912441. https://doi.org/10.3389/fpsyt.2022.912441

Zhang, Y., Suo, X., & Li, W. (2022). The Relationship Between Negative Life Events and Nonsuicidal Self-Injury Among Chinese Adolescents: A Moderated-Mediation Model. *Neuropsychiatric Disease and Teatment*, (18), 2881-2890. https://doi.org/10.2147/NDT.S386179

Zhou, L., Yu, Y., & Ran, M-S. (2024). Non-suicidal self-injury among youth students during COVID-19 pandemic: the role of psychological factors in Jingzhou, China. *Front. Psychiatry* 15:1446727. https://doi.org/10.3389/fpsyt.2024.1446727

ÁMBITOS
REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

Nº 67 | ABRIL 2025
ISSN: 1139-1979 | E-ISSN: 1988-5733
10.12795/Ambitos.2025.i67.07

Prensa política durante la Segunda República en España: la instrumentalización de líderes de Ifni en el diario *Ahora* como motor de la colonización

Political press during the Second Republic in Spain: the instrumentalization of Ifni leaders in the newspaper Ahora *as a driving force for colonisation*

José Miguel García Pimentel

Universitat de València | Av. Blasco Ibáñez, 28, 46010, València | España
0000-0002-5801-3950 | jo.gar.pimentel@gmail.com

Fechas: Recepción: 27/06/2024 · Aceptación: 30/12/2024 · Publicación: 15/04/2025

Resumen

La fotografía cumple desde sus inicios un papel importante en la comunicación y pronto la prensa haría uso de ella. Con la ocupación de Ifni durante la Segunda República, en abril de 1934, el diario *Ahora* envió a su subdirector a seguir la noticia desde el terreno, información que sería publicada en modo de crónica. Durante su viaje, el periodista tuvo ocasión de ver el proceso inicial de conquista del territorio, así como de entrevistar a diferentes hombres considerados líderes de la confederación tribal predominante en Ifni, los Aït ba Amran. A partir de la crónica *La última empresa colonial de España* de Manuel Chaves Nogales, y del material gráfico asociado del fotógrafo Gerardo Contreras, se analiza en el papel que cumplieron para difundir la necesidad de una acción colonial española en Ifni a partir de la exposición y representación de sus líderes. Los resultados confirman que, si bien cada dirigente fue descrito de manera distinta, sus palabras y acciones transmiten sumisión y aceptación de la colonización española. La aparición habitual de fotografías con líderes locales tuvo un rol relevante como refuerzo de estos mensajes imperialistas. Por tanto, la crónica no sólo informó de lo acontecido en Ifni, sino que promovió el interés colonial siguiendo la línea gubernamental.

Palabras clave: Ifni, imperialismo, Segunda República Española, prensa, fotografía.

Abstract

Photography has played an important role in communication since its beginnings and the press would soon make use of it. With the occupation of Ifni during the Second Spanish Republic in April 1934, the newspaper Ahora sent its deputy editor to follow the news from the field, information that would be published as a chronicle. During his trip, the journalist had the opportunity to see the initial process of conquest of the territory, as well as to interview different men considered leaders of the predominant tribal confederation in Ifni, the Aït ba Amran. Based on the chronicle La última empresa colonial de España by Manuel Chaves Nogales, and associated graphic material by photographer Gerardo Contreras, the role they played in disseminating the need for Spanish colonial action in Ifni is analysed through the exposure and representation of their leaders. The results confirm that, although each leader was depicted differently, their words

CC BY NC SA

and actions convey submission and acceptance of Spanish colonisation. The regular appearance of photographs of local leaders played an important task in reinforcing these imperialist messages. Thus, the chronicle not only reported what happened in Ifni, but also promoted colonial interest along government lines.

Keywords: *Ifni, imperialism, Second Spanish Republic, press, photograph.*

1. Introducción

El periódico florece en el siglo XVIII para reforzar las construcciones nacionales que se estaban produciendo en distintos territorios (Riego, 2001). Este propósito se mantendría en las centurias posteriores diversificando sus objetivos y aspiraciones, especialmente con la introducción de nuevos elementos como la fotografía. Esta permitía acercar la información al lector de una manera clara y directa, aportando veracidad al contenido resultando en la aparición de revistas y diarios ilustrados como *Blanco y Negro* o *Estampa* donde la imagen formaba parte esencial de la publicación (Pantoja, 2007). Es así como nace la prensa de empresa, es decir, un medio no dependiente directamente de partidos o sindicatos. Los avances técnicos facilitaron su difusión y un menor coste, aumentando el poder del sector entre los lectores.

Ya en 1930, Ortega y Gasset criticaba en las páginas de *El Sol* que la prensa europea se había convertido en el único "poder espiritual" de cada país, situación que ofrecía a los periódicos la mejor posición para transmitir sensaciones de realidad a un país donde la radio se iba imponiendo poco a poco (Ortega-y-Gasset, 1930). No es casualidad que Luis Montiel fundara *Ahora* ese mismo año, contando con Manuel Chaves Nogales como subdirector. Autores como Checa Godoy o González-Albo Manglano han identificado a *Ahora* como un diario centrista y variable en función del partido dirigente (Checa, 1989; González-Albo, 2019). Posiblemente gracias a esta ideología amplia, en pocos años, el medio contó con grandes tiradas convirtiéndose en uno de los medios de comunicación más leídos durante la Segunda República, periodo en el que se ocuparía Ifni (Checa, 1989; Sinova, 2006).

Ifni era un territorio lejano, pequeño y apenas conocido para la metrópolis española, requiriendo pronto inversiones para buscar recursos explotables. Las últimas ocasiones que España había intentado expandir sus dominios por el continente africano generó conflictos importantes como las guerras del Rif (1921-1927) recordadas por la población Junto a los abundantes testimonios negativos publicados durante esos años en forma de memorias o novelas, los sectores imperialistas, entre ellos el gobierno, fomentarían informaciones positivas que contrarrestaran las sensaciones pasadas. Durante la Segunda República española, en agosto de 1933, se intentó sin éxito abrir una factoría y una Oficina de Asuntos Indígenas en Ifni, aprovechando los esfuerzos franceses por la expansión por el Atlas Central y el Anti-Atlas, en esta última es donde se posiciona Ifni, en el actual sur marroquí. Esta misión se saldó con varias vidas y con continuas críticas al gobierno de Manuel Azaña. Pero, menos de un año después, en abril de 1934, el ejército español desembarcó en Ifni y comenzó su ocupación bajo las órdenes del coronel Capaz iniciando una nueva etapa de colonización en la región.

1.1. Objetivos

Con la ocupación de 1934, los sectores imperialistas iniciaron una campaña promocional de la nueva adquisición, ofreciendo descripciones y posibilidades económicas a una ciudadanía ajena al aparato

colonial. Mapas, fotografías e información etnográfica fueron difundidos en medios como la prensa o el cine, donde se proyectaron, por ejemplo, las declaraciones del presidente Alejandro Lerroux sobre Ifni o, en algunas salas específicas, el documental *Ifni*.

Aceptando la influencia de la prensa en los procesos de colonización a lo largo de los siglos XIX-XX, este trabajo pretende entender la instrumentalización de la imagen de los líderes asociados a Ifni para convencer a la ciudadanía metropolitana de la necesidad de una acción colonial concreta a través del análisis de crónicas y material gráfico publicado en *Ahora* por Manuel Chaves Nogales. La elección de sus textos, ilustrados por Gerardo Contreras, para el diario *Ahora* se debe a que ambos fueron los primeros profesionales de la información en acceder al territorio y entrevistarles. Durante la república, fueron los únicos comunicadores en obtener el permiso. La única excepción, en 1935, sería Federico García Sanchiz, quien impartiría una única charla sobre Ifni (Noticias, 6 de noviembre de 1935). A partir de esta investigación sobre el uso de la imagen se deriva, como objetivo específico y mediante el caso presentado, el estudio del papel de la prensa en la difusión del imperialismo español durante la Segunda República española, un periodo democrático y con pocos estudios específicos dedicados a la política colonial (Urteaga y Nadal, 2010; Cosialls, 2016; Ndongo-Bidyogo, 2016).

1.2. Marco teórico y metodología

Las impresiones plasman un instante reconocible por el espectador facilitando la sensación de veracidad. Para poder realizarlas, es necesario trasladarse al lugar, encontrarse con los participantes y, en muchos casos, coordinarles para que posen ante la cámara con el encuadre y la luz adecuadas. Estas pequeñas decisiones permiten transmitir diferentes mensajes con similares elementos. Si bien la fotografía se concibió como un "certificado de veracidad", ya el propio Daguerre había introducido personas y objetos adicionales para alterar los resultados de sus daguerrotipos (Riego, 2001). La selección del escenario, de los actores que participan en la fotografía y el momento en que se toma, luego una nueva selección de qué imágenes van a ser difundidas en una publicación u otra permite transmitir las sensaciones deseadas. De esta manera, las imágenes se tornan productos culturales y no representaciones de la realidad con gran relevancia en ámbitos propagandísticos (Sontag, 2008). El caso del imperialismo no sería diferente donde las instantáneas se convierten en difusoras de estereotipos y reivindicaciones políticas (Mackenzie, 1984; Martín, 2002; Mateo, 2011).

Para ello, en la presente investigación se ha combinado la investigación histórica en torno a la ocupación de Ifni y el viaje de Manuel Chaves Nogales-Gerardo Contreras con el análisis gráfico de las fotografías publicadas para ilustrar sus crónicas. Es necesario estudiar las instantáneas y textos sobre los líderes colonizados locales para entender mejor cuál fue su papel para legitimar el discurso sobre ocupación del territorio a la ciudadanía española de la Segunda República. Para ello, se tiene en cuenta la metodología de análisis textual de la fotografía de Marzal Felici (Marzal, 2008).

Los artículos fueron impresos con el título "La última empresa colonial de España", publicados entre el 20 de abril y el 16 de mayo de 1934. Más recientemente, aparecieron de manera conjunta por la editorial Almuzara como *Ifni, la última aventura colonial española* (Chaves, 2012). A pesar de ser una buena compilación con material gráfico adicional, se optó por acudir a los originales a través de la Hemeroteca Digital. El motivo fue entender la posición y ubicación de la crónica en el conjunto del diario y analizar las fotografías originales que acompañaban al texto.

2. El diario *Ahora* y su vinculación con Ifni

Desde la ocupación, el diario *Ahora* publicitó el viaje que Manuel Chaves Nogales realizaría a Ifni a cargo del periódico, una travesía importante al ser el único medio que podría acceder. El periodista ya había realizado previamente reportajes sobre territorios tan distantes como Alemania, Rusia o Marruecos, pero sería la primera vez en una colonia tan poco conocida por el lector español como es Ifni (Cintas, 2021). En un primer momento, se desplazó con el reportero Alejandro Vilaseca para encargarse del apartado gráfico. No obstante, cerca de Agadir, tuvieron un accidente de avioneta que les obligó a aterrizar fuera de la ciudad rompiendo durante la maniobra el tren de aterrizaje. Con la ayuda del ejército francés, lograron establecerse temporalmente en su campamento en espera de un nuevo medio de transporte. Alejandro Vilaseca decidió volver a la península mientras la dirección de *Ahora* enviaba a un nuevo fotógrafo por una vía alternativa, Gerardo Contreras, quien viajaría directamente a Ifni. Por su parte, Manuel Chaves Nogales tomó un trimotor en Agadir hacia el puesto español de Cabo Juby, sobrevolando Ifni y permitiéndole una original toma de contacto. Inicialmente, pareció decepcionado al definirla como "una costa dura e inaccesible, que el mar bate con furia, pegándole dentelladas y haciéndole unos socavones impresionantes; unos poblados moros, el mayor de quince casas; tierra pobre; pocos árboles". En definitiva, "Ifni no es gran cosa" (Chaves, 1934c). Una opinión que variaría convirtiéndose en uno de los principales divulgadores sobre la acción colonial española en Ifni.

La expedición fue publicitada en días distintos y llegó a ser portada a página completa el 14 de abril de 1934, donde cuatro personas: el periodista, Alejandro Vilaseca y dos pilotos, posaban frente al avión que los tendría que llevar a Ifni. Tomada poco antes del accidente, la portada enfatizaba la importancia nacional de la ocupación y el papel que el diario iba a ejercer para dar la información. Las numerosas fotografías que contó "La última empresa colonial de España" facilitaron la transmisión de estos y nuevos valores en torno a la seguridad y la necesidad de una expansión colonial en connivencia de países como Francia. Es por ello por lo que el propio Manuel Chaves Nogales defendió abiertamente la actuación española: "Hemos desembarcado en Ifni porque los moros lo han querido. Esta es lisa y llanamente la verdad" afirma Chaves Nogales ante las críticas de la prensa antiimperialista (Chaves, 1934f).

3. La utilización de líderes colonizados

A la hora de analizar el material, debe tenerse en cuenta que colonizados y colonizadores no están en pie de igualdad. Los primeros cedieron sus tierras y formas de vida a personas que desconocían mientras que los españoles tomaron el control económico, político y social de sus gentes. Estas relaciones desiguales están reflejadas de manera indirecta en crónicas e imágenes como las analizadas en el presente artículo. Ejemplo de ello, en las entrevistas de Manuel Chaves Nogales, es su invitación a algunas casas de líderes locales donde sería agasajado con los mejores alimentos disponibles junto a los militares que acompañaba, ofrecimiento de dudosa voluntad.

Las personas que ejercieron poder entre la población del territorio considerado Ifni fueron sin duda una minoría respecto al total. No obstante, la visibilización de determinados líderes afines al colonizador facilitó la asimilación de la ocupación por parte de la metrópolis al ver la representación del conjunto de los colonizados en las figuras de los líderes. Promovía la sensación de unidad y de interlocutores

válidos para el acto de sumisión necesario para controlar la nueva colonia. Instrumentalización que la prensa imperial francesa ya utilizaba por medio de descripciones y fotografías sobre la sumisión de líderes cabileños para demostrar su avance por el sur marroquí y la final aceptación de sus habitantes (Magne, 1934a; 1934b).

En el caso de Ifni, debido a la existencia de una confederación tribal predominante con numerosas personas apoderadas en distintos niveles, los Aït ba Amran, se favoreció mostrar a una selección afín y controlable. Esta búsqueda de la aceptación sería continua y se reforzó a lo largo de los capítulos de la crónica como la entrega "en sumisa obediencia" de todas las armas del territorio donde se establecía que los baamranis ofrecían sus armas al ejército voluntariamente (Chaves, 1934c) o con el acompañamiento de personajes relevantes o, como en ocasiones eran llamados, notables.

Poco después de llegar Manuel Chaves Nogales a Ifni, se organizó una columna para controlar la zona sur de la futura colonia, situada en la desembocadura del río Draa, influenciada por la cabila de Sbouya. El comandante Pedemonte, jefe de columna y futuro gobernador de Ifni, estaba rodeado por "los caídes y amegares de todas las cabilas de nuestro territorio" confiriéndole al oficial un estatus superior (Chaves, 1934e). Este estatus fue avalado tres días más tarde con una fotografía en la que notables de Sbouya hablaban despreocupadamente con estos mismos oficiales recién llegados (Chaves, 1934f). Pero la principal forma de aceptación fueron las entrevistas a los líderes con autoridad en Ifni.

El primero de ellos fue Merebbi Rebbo, también conocido como el Sultán Azul. Era un personaje habitual en la prensa española hasta las primeras semanas de la ocupación. Hijo y hermano de líderes anticoloniales, el hijo del Chej Maelainin acudió a la protección española de Cabo Juby debido al avance francés durante los primeros meses de 1934. Su llegada creó una suerte de legitimidad religiosa para la ocupación de Ifni, aunque de dudosa influencia real. Políticos y periodistas de distinta ideología difundieron a Merebbi Rebbo como el soberano espiritual del Anti-Atlas por lo que, al contar con la ayuda española, la población de Ifni no podría más que aceptar su ocupación.

Aunque no formaba parte del territorio designado como Ifni, su vínculo le convirtió en su representante oficioso ante la ciudadanía española. Firmada el 19 de abril de 1934, se publicaría en *Ahora* el día 24. Tuvo lugar en Cabo Juby aprovechando la escala del vuelo hacia Ifni, entonces lugar de residencia de Merebbi Rebbo y sus hombres. El periodista ofreció una mirada más cercana del líder religioso que, a su vez, le permitiría contrastar con el resto de las autoridades que conocería en Ifni durante las siguientes semanas. La conferencia había surgido de la reunión que realizó al comandante José González Deleito, entonces gobernador en dicha localización, con el líder sahariano después de tener el control efectivo de Ifni. Por tanto, se trataba de un momento en el que su prestigio entre los Aït ba Amran era considerado secundario al contar con jefes locales entre las principales cabilas y fracciones. Le mostró como un líder con cierta influencia, pero derrotado por los acontecimientos, una descripción similar a la realizada por Jacinto Terry como "príncipe en decadencia" (Terry, 4 de mayo de 1934).

Su condición de protegido y la falta de apoyos no disminuyó su interés en la política internacional. Durante parte de la entrevista, intentó obtener novedades sobre los países de mayoría musulmana como Egipto o Palestina. Conocía las relaciones internacionales y esperaba sacar provecho de cualquier situación que pudiera beneficiarle. Cuando el periodista preguntó su opinión sobre los

españoles, Merebbi Rebbo orientó su discurso en la cercanía entre ambos pueblos y en el atraso que sólo ellos parecían poder equilibrar:

> Los españoles tienen la ciencia, la industria, la fuerza. Nosotros, musulmanes podemos aprender de ellos todo eso que tanta falta nos hace. Cuando lo tengamos todo, el pueblo musulmán será grande otra vez y fuerte. Hay que modernizar África; hay que seguir "la moda nueva". (Chaves, 1934b).

Así, unía dos de los principales elementos defendidos por los sectores africanistas: la hermandad hispano-marroquí originaria de un pasado andalusí común y la acción colonizadora (Mateo, 2003). De esta manera, se introducían mejoras industriales y sociales considerando Merebbi Rebbo que, debido a esta "hermandad", España tendría que cumplir.

Ya en Ifni, Manuel Chaves Nogales describió, por boca del teniente Lorenzi, el momento de su desembarco junto al coronel Capaz y el cabo Gómez Flores. En un primer momento explicó que desconocía cómo reaccionaría la población, pero al acercarse a la costa escuchó gritos de efusividad de algunos líderes. A partir de ahí, el teniente desarrollaba el proceso que llevaría a la aceptación explícita de los baamranis comenzando por un humilde recibimiento de leche:

> Uno de ellos, el que parecía más importante, se acercó al coronel con un cuenco enorme de leche agria. El coronel cogió el cuenco con ambas manos, pegó un trago y me lo traspasó. A mí la leche agria no me hace ninguna gracia, sobre todo después de haber estado media hora bailando en un cárabo moro; pero no hubo más remedio que pechar con el cuenco. [...] Después nos trajeron otro cuenco de leche fresca del que también tuvimos que beber por turno el coronel, yo y el marinero. (Chaves, 1934a).

Tras el recibimiento con lácteos, ofrecieron una montura al coronel para llegar a las primeras construcciones de Amezdog, futura Sidi Ifni. Allí se reunirían el conjunto de los líderes que, al hablar con el oficial al mando, aceptarían formar parte del imperio colonial español. Así, según el testimonio del teniente Lorenzi, líderes anónimos que representan al conjunto de cabilas del territorio a ocupar, aprobaban por medio de su presencia y ofrendas la llegada del colonizador. Beneplácito que olvidaba las largas negociaciones de los años anteriores y el ambiente de incertidumbre que sentía el cabo Gómez Flores al desembarcar (González, 1934; González, 2023).

En otra ocasión, comunicándose por medio de un intérprete, el caíd de Mesti acompañaba al periodista junto a la columna que se dirigía a Sbouya. En un momento dado, Manuel Chaves Nogales le preguntó su opinión sobre los "cristianos". Su respuesta fue "No sé; no sé cómo seréis. Ahora vamos a verlo. Ya te diré lo que me resulta". Este prudente comentario llama la atención al haberse dicho explícitamente que llevaba luchando contra el ejército francés desde hacía veinte años (Chaves, 1934e), evitando así críticas directas que pudieran afectar a los lectores o generar malestar. Este tipo de respuesta volvería a realizarse en la entrevista a Chej Said de Ait el Homs quien confirmaba no haber tenido relaciones con españoles para hacerse una idea de cómo eran, una afirmación errónea al participar en la liberación del teniente Álvarez Amado tan solo un año antes.

A principios de mayo comenzaron a publicarse fotografías con los líderes escogidos entre los Aït ba Amran. De manera independiente o en grupo, posaban para Gerardo Contreras aceptando con su

presencia el acto colonial. Es el caso del día 2, dedicado a la creación de un cuerpo de policía en Ifni (Chaves, 1934d). Tras alabar la adaptación de los colonizados al mando español, dedicaba parte de su crónica a Hamú Gaga. Antiguo guerrero anticolonial y caíd de Ait Segueruchen, se refugió en la zona aprovechando la participación en batalla de los Aït ba Amran y la consideración que éstos serían ocupados por España y no por Francia, su principal enemigo. La llegada de cabileños del Anti-Atlas a Ifni había generado protestas por el gobierno galo al considerar que debían ser castigados, al tiempo que parte de la prensa española veía un posible conflicto armado al permitir el agrupamiento de combatientes con intenciones opuestas al imperialismo.

Para disminuir esas críticas, Manuel Chaves Nogales llegó a indicar que Hamú Gaga "parece un moro insignificante y necesitado". Un antiguo líder al que nadie hacía caso y que se había trasladado al norte de Cabo Juby. En ese momento, ya había abandonado Ifni. Para enfatizar esta ausencia de peligro, a pesar de la antigua presencia del guerrillero, incorporó una instantánea inconexa con el texto. Se trata de una fotografía grupal compuesta de catorce hombres, todos ellos españoles a excepción de tres locales. Uno de ellos, poco visible en un lateral tras el capitán Maldonado, el resto, Said de Ait el Homs y Ahmed de Sbouya.

Se trataban de los líderes de las dos cabilas más relevantes de los Aït ba Amran. Controlando las áreas meridionales del territorio, el fértil cauce del río Draa, se habían convertido en grupos importantes de negociación por su cercanía a Cabo Juby y a los pasos caravaneros. Dentro del grupo, oficiales del ejército a excepción del periodista. Said de Ait el Homs tuvo un lugar preeminente al situarse en el centro, enmarcado por dos militares arrodillados mientras a su lado se encontraba el coronel Capaz, considerado el dirigente de la ocupación. Más discreto, en un lateral, Ahmed de Sbouya. Si bien ese día no se incluía información sobre ambos personajes, una semana más tarde Manuel Chaves Nogales explicaría la composición: "El coronel Capaz, teniendo a su derecha a Chej Said, y a su izquierda a Si Hamed Ueld, el caid el Bachir, jefes, respectivamente, de las dos cabilas rivales de Ifni, Ait el Joms y Sebuia, hoy unidas por primera vez bajo el gobierno de España" (Chaves, 1934h).

Antes de iniciar sus entrevistas oficiales, el autor incorporaba un pequeño diálogo que tuvo con un *cherif* en Sbouya, Muley Mohamud (Chaves, 1934g). A pesar de no considerarle líder, el término *cherif* es un título sostenido por descendientes de Mahoma que garantizaba cierta influencia en su entorno. Además, el diario le dedicó cinco fotografías, más que a Si Belaid de Ait Ennus, quien sí representaba a su cabila (Chaves, 1934i). Fue descrito con características muy negativas, como avaro, tuerto, "con dientes de caballo" o con influencia meramente religiosa, calificativos que no disminuyeron al invitar, como fue habitual, a los colonizadores a una comida con miel y mantequilla. También fueron perfumados por los seguidores del *cherif*.

Como puede comprobarse, las imágenes aportan información complementaria que coadyuva a la transmisión de significados coloniales. Las dos primeras fotos, muestran a Muley Mohamud rodeado por el capitán Maldonado y el periodista Manuel Chaves Nogales. Una es en el interior de su casa, donde el texto deja claro que fueron agasajados. Otra en el portal de una *casba* construida con *luh*, el sistema tradicional susí de barro. Este detalle, que puede parecer irrelevante, lo es al poder verse grietas y parte de la madera que sirve de tabiquería, fomentando la sensación de pobreza y primitivismo que se difundía en la metrópolis como explicación adicional a la ocupación (Martín, 2002). En la imagen del exterior, un joven no identificado posa en cuclillas.

El motivo de tales descripciones fue la multiplicidad de líderes con influencia que existía entre los Sbouya, como demuestra el informe del exgobernador González Deleito, diversidad que dificultaba el control del territorio que tanto deseaba España (González, 1934). Muley Mohamud aparece aquí como un religioso avaro, quería evitar que grupos nómadas pasaran por su territorio, pero carecía de poder real para lograrlo. Por ello, pidió al ejército que lo hiciera por él, les consideró el "Majzen", el gobierno marroquí. Una petición que llama la atención al mirar la documentación interna en la que el ejército consideraba al *cherif* como una persona a controlar precisamente por su influencia entre los Ait-bu-Megut, grupo nómada ("Informe sobre los Ait-bu-Megut", s.f.).

El 9 de mayo de 1934, *Ahora* dedicó un capítulo de la crónica a Chej Said de Ait el Homs. Como era habitual, contenía dos páginas a cuatro columnas donde se insertaban numerosas fotografías. La excepcionalidad vino dada al ser el único líder de Ifni que protagonizaba un artículo semejante. Al titular, "Chej Said, el dictador de Ait el Jons", acompañaba un retrato en plano americano del amegar. Ligeramente girado y sin mirar a cámara, Chej Said fruncía el ceño dándole un aspecto de preocupación por la responsabilidad ejercida. Precisamente para aumentar esa carga, el pie de foto no dejaba de indicar que dirigía la "cabila más belicosa de nuestro territorio de Ifni" (Chaves, 1934h).

El resto del material gráfico seguía patrones parecidos, aunque modificaba el plano y el escenario. Como ocurriría en otras entrevistas, se realizó una toma de interior donde Chej Said, Manuel Chaves Nogales y el capitán Cea hablaban de la situación del territorio. El escenario es austero, cuenta solo con una pared blanca, sin decoración, pero una segunda fotografía modificaba esa sensación al mostrar dos esclavos portando grandes tajines para los españoles, considerados invitados por las fuerzas colonizadoras. Otra imagen transportaba al exterior, donde las tres personas, recorrían la cabila. Es relevante que Chej Said está en último lugar mientras el periodista encabezaba la marcha llevando dos caballos y desconociendo el territorio por el que marchaba dándole protagonismo al recién llegado.

Figura 1

El coronel Capaz junto a Chej Said de Ait el Homs y Ahmed de Sbouya

Fuente. Contreras, diario Ahora. *2 de mayo de 1934.*

Como se puede ver en la Figura 1, la última imagen corresponde al mismo grupo aparecido el día 2 de mayo. En esta ocasión muestra el coronel Capaz enmarcado por Chej Said de Ait el Homs y Ahmed de Sbouya, líderes de cabilas que se representaban "hoy unidas por primera vez bajo el gobierno de España". En la misma entrevista, Chej Said había comentado los conflictos constantes entre sus cabilas y su mayor afinidad hacia grupos tomados por los franceses. Con esta fotografía se cerraba la belicosidad dando pie a un teórico nuevo inicio entre los Aït ba Amran gobernados por España. Belicosidad que fue introducida desde un comienzo al comparar el hogar del Chej Said con una "verdadera fortaleza medieval" situada en una posición alta para controlar el territorio circundante. Este dirigente fue identificado como autoridad absoluta de su cabila, tildado en ocasiones como "dictador" por el autor. Un líder cercano y abierto al colonizador, y como tal controlado. Ejemplo de esta influencia fue su respuesta al poder ejercido sobre la cabila:

> Gobierno respetando las costumbres y las leyes de nuestros mayores y los preceptos de nuestra religión. Sobre mi autoridad no hay más que una fuerza: la de la tradición. En todo lo nuevo resuelvo yo, según mi criterio. Los cadíes entienden en todos los pleitos que se plantean entre los hombres de la cabila, y resuelven libremente, según su saber. Cuando no hay avenencia, yo actúo como árbitro. Mi autoridad no la discute nadie, e influye incluso a otras cabilas. (Chaves, 1934h)

Además de la aceptación del líder, la entrevista dejaba otros motivos por los que España era deseada. Se trataba del comercio. Chej Said explicó que, ante la falta de productos, solían conseguirlos en Agadir, Tiznit o Marrakech, pero que preferían ir a puntos controlados por España debido a la calidad-precio. Para evitar dudas, no dudaría en asegurar que "el moro preferirá siempre comprar a los españoles; tiene en las cosas españolas más confianza y además son más baratas".

Los meses posteriores a la ocupación de Ifni contaron con otros artículos sobre la aceptación por medio del comercio español. Es el caso de Sidi-Hamed y Sidi-Lassen, dos "notables de Ifni" que viajaron en agosto a las Islas Canarias a comprar suministros. Tenían experiencia en la lucha anticolonial francesa, pero de nuevo quedaba mitigada ante el avance que suponía el comercio (Servicio informativo regional, 4 de agosto de 1934). Un viaje complejo debido a las malas condiciones costeras –llevó a la muerte de algunos soldados durante el desembarco– a pesar de lugares más accesibles como la Agadir que apreciaba Chej Said.

El día posterior se publicó en una misma entrega el encuentro con los líderes de Ait Ekhelf y de Ait Ennus (Chaves, 1934i). Se tratan de las cabilas localizadas más al norte, espacio polémico por las discrepancias fronterizas que había entre España y Francia debido a los problemas de localización del río Uad bu Sedra que marcarían el límite entre ambos territorios. El conjunto de fotografías corresponde a Abd-el-Krim de Ait Ekhelf. No obstante, la primera página estuvo dedicada a Si Belaid Nablah u Belaid, dirigente de Ait Ennus, a quien calificaba de "campesino letrado". En este caso se describió su hogar como un cortijo andaluz, con huertas y animales. La catalogación de Si Belaid como "campesino" y la comparación de sus terrenos con Andalucía no es baladí ya que otros autores, como el aviador José Antonio López Garro o el científico Eduardo Hernández-Pacheco lo hicieron con Murcia y las Islas Canarias, respectivamente (López, 4 de mayo de 1934; Hernández-Pacheco, 1935). Comparaciones que coexistían con la información de distintos medios del momento donde aparecían descripciones de Ifni y era frecuente indicar que, debido a su pequeño tamaño, a su cercanía con el desierto y a las malas condiciones costeras, el territorio era pobre. El autor intentaba aquí desmontar la información por medio de Si Belaid abriendo las puertas a un futuro comercio estable con la metrópolis.

De la misma manera, también conocía la legislación para mejorar su hacienda a costa de otros baamranis. Esta característica tendría importancia en la entrevista debido a su interés por aprender y poder medrar bajo el control español: "Ahora tendré que tratar constantemente con españoles, y lo primero que se necesita es saber bien los números, para que no haya trabacuentas" (Chaves, 1934i). Poco después, el líder cambiaba de tema y se convertía en entrevistador. Le interesaba saber el poder ofensivo de España, pero Chaves Nogales dejó claro el motivo, los "moros" consideraban que "los españoles son los únicos europeos capaces de medir sus armas con ellos hombre a hombre". Capacidad que no duda, a excepción de la tecnología bélica.

Es por ello que el coronel Capaz utilizó durante todo el periodo de conquista y ocupación la aviación, donde en ocasiones subían los propios líderes, para convencer que España contaba con una maquinaria similar al ejército galo. Ejemplo de ello fue la publicación del día 16 de mayo (Chaves, 1934k). En la primera de las cuatro páginas que conformaban el capítulo destacaba una fotografía con líderes haciendo cola para subir a un avión militar. Los seis hombres se encontraban de espaldas y hablando, ajenos a Gerardo Contreras. No era necesario explicar sus conversaciones, querían subir a un avión militar español, lo que implicaba la carencia de tecnología avanzada y la aceptación de su dueño, España. A través de las palabras de Si Belaid, se perfila un hombre inteligente y avaro, cuyo objetivo se basaba en obtener beneficios, tal como el propio autor atribuía a otros baamranis que acudían al coronel Capaz para ofrecer supuestos desembarcaderos que permitiera invertir en sus cabilas (Chaves, 1934j). Es por ello que el autor se mostraba desconfiado y recalcaba la necesidad de mantener una labor política en Ifni que permitiera convencer a los dudosos.

Sería en la entrevista a Abd-el-Krim de Ait Ekhelf donde de nuevo se retomaría la "pacificación" de los baamranis ante los españoles. Si en un inicio se hacía hincapié en la muerte de su padre Hassan en batalla, al finalizar se recuperaba para asentarlo:

> Durante la velada, Abd-el-Krim se ha ido mostrando más expansivo con nosotros. El (sic) es amigo de España; lo ha sido siempre. La deuda de sangre que tiene con Francia le empuja a nuestro lado. Hace ya algunos años que está en relación con los españoles. Para demostrármelo me enseña una carta de su amigo el cónsul de España en Marraqués (sic), y finalmente extrae de su cartera un papelito doblado en muchos dobleces, que me muestra orgulloso; es un retrato de don Alfonso de Borbón con muchas condecoraciones y un gran plumero recortado de un número de "Blanco y Negro". (Chaves, 1934i)

Abd-el-Krim no sólo simpatiza así con el español, sino que incluso portaba diariamente el retrato del antiguo rey de España, una imagen que, además, quiere renovar por una del presidente de la República, Niceto Alcalá Zamora.

Centrándose en las representaciones gráficas, de manera similar a Chej Said, se iniciaba con un retrato en plano americano de Abd-el-Krim ben Hassan de Ait Ekhelf. Sin fondo y sentado, Abd-el-Krim dirigía su mirada hacia el suelo, muy diferente a la mirada desafiante de Chej Said. Es una persona más joven, más viajada, como demuestra el tarbush que portaba. Sobreimpreso a modo de collage, se añadió un candelabro encendido con la misma altura que el líder generando una imagen de luz y futuro.

Figura 2

Fotografía grupal de Manuel Chaves Nogales junto a Abd-el-Krim ben Hassan

Fuente. Contreras, diario Ahora. *10 de mayo de 1934.*

En esa misma página se encuentra otra fotografía grupal de interior. Como puede verse en la Figura 2, se trata de seis personas sentadas en el suelo alrededor de una bandeja de té. A pesar de ser pares, un hombre destacaba al estar frente al fotógrafo, Manuel Chaves Nogales, quien muy cerca mantiene al capitán Cea. El periodista se fija en su derecha, donde se encontraba Abd-el-Krim con un baamrani. A pesar de su mirada, estos últimos observaban la cámara. Al otro lado se situaba el teniente Melis y un tercer baamrani. La composición muestra cómo los habitantes enmarcan a los recién llegados donde, de nuevo, se ofrece un claro protagonismo al periodista, desplazando al entrevistado a un lugar secundario. Al mismo tiempo, el estar sentados disfrutando de un refrigerio, implica una invitación y un acercamiento del lector-espectador a ese mismo hogar al estar mirando una escena habitualmente privada. Escenas habituales transmisoras de una aceptación implícita de la población colonizada que, además, eran aquellos que mayormente miraban a cámara y, por tanto, al lector-espectador.

La entrevista con Abd-el-Krim se haría teniendo en cuenta el recuerdo de los lectores hacia Abd-el-Krim el Jatabi y las guerras del Rif. Se inició recordando el pasado de su familia luchando contra el ejército francés, donde murió su padre, Hassan. Una belicosidad que él carece. Para demostrarlo, fue descrito teniendo "el talante noble del moro que sabe ser señor. Su cortesía es exageradamente sobria; sus modales, suaves; su mirada, franca; sus palabras, prudentes." (Chaves, 1934i). Esta caracterización quedaba pronto relegada a un segundo plano cuando el autor comenzó a preguntarle sobre sus viajes al extranjero y su relación con las mujeres.

Es en ese último punto cuando se representó a un Abd-el-Krim distinto, susceptible. Se sonrojaba al ser preguntado y, cuando trajeron unos esclavos la comida, apenas comió. Extrañado, Chaves Nogales preguntó el motivo y el teniente Melis, en calidad de intérprete, supuso sin ningún indicio que se trataba de amor. Así, Abd-el-Krim participaría poco para poder comer posteriormente con su mujer, ya que "un moro enamorado es mucho más atento y esclavo de su mujer que cualquier europeo".

Este líder fue mostrado como un hombre joven, inexperimentado, sin miedo a lo Occidental al haber viajado y dependiente del amor, rasgo muy alejado del sentido de virilidad que se fomentaba en la España del momento, especialmente entre el ejército (Torres, 2020). Representación contrapuesta a la imagen política-guerrera de Chej Said y comercial de Si Belaid.

4. Conclusiones

Como se explicó en un inicio, las crónicas de Manuel Chaves Nogales fueron las únicas donde algunos líderes locales fueron entrevistados. El presente estudio muestra cómo el diario *Ahora* exhibió a representantes cabileños con características y objetivos muy distintos, pero todos afines al colonizador. Chej Said era un hombre fuerte, poderoso, influyente y totalmente controlado, Si Belaid recordaba a una cierta burguesía dispuesta a aceptar al colonizador para medrar, mientras Abd-el-Krim se ponía por su juventud bajo el amparo de España, posiciones que casaban con los mensajes continuos de la prensa sobre la importancia de ocupar Ifni. Curiosamente, no se realizaron entrevistas con representantes de Ait Yazza o Ait Abdallah, cabilas donde los límites con la zona de control francés no estaban claros.

El análisis de la crónica "La última empresa colonial de España" de Manuel Chaves Nogales, ilustrada con fotografías de Gerardo Contreras, aporta información inédita sobre la aparición de líderes relacionados con Ifni en la prensa española en tiempos de su colonización y su utilización consciente con fines políticos. A partir de este estudio, se han extraído las siguientes conclusiones.

Existió un interés claro en instrumentalizar a líderes locales para informar de la ausencia de conflictos en Ifni frente a noticias alarmistas y así reforzar el discurso colonial ante la ciudadanía española. Para ello, se recordó de manera constante la adhesión de los Aït ba Amran a la lucha contra la expansión francesa. Si bien esto podría ser contradictorio, no lo fue debido a que los participantes recalcaban de una manera u otra que no luchaban en contra del imperialismo, sino del ejército galo. El pasado bélico de la población de Ifni, con experiencia militar ante Francia y el sultán marroquí, quedaba mitigado por la aceptación que sus líderes mostraban hacia el ejército español. Si a veces surgía esta característica que podría causar malestar en los lectores, se redirigía a Francia o se silenciaba con comentarios prudentes.

En todos los casos vieron a los españoles como un colonizador aceptable e incluso deseable que podía favorecer el comercio y la modernización tecnológica del territorio. Para comprobarlo, el periodista insistió en preguntar a cada uno de ellos su opinión sobre los españoles. Para todo ello, fue necesaria su participación constante en la crónica, incluyendo los días sin entrevistados. Las referencias a su presencia o la incorporación de material gráfico donde aparecían sin más información que la ofrecida por los pies de foto fueron habituales. De los que sí participaron, sólo cinco hombres contaron con algún tipo de entrevista o conversación. No obstante, Merebbi Rebbo no pertenecía a la confederación Aït ba Amran y Muley Mohamud no era considerado representante oficial de su cabila, Sbouya.

Ha podido comprobarse que la crónica sirvió como difusor de las posiciones imperialistas. El periodismo tuvo, en una etapa teóricamente poco interesada en las colonias, la Segunda República, un papel relevante como herramienta de promoción de políticas expansionistas aprovechando su difusión y poder para influenciar la opinión pública. Manuel Chaves Nogales y Gerardo Contreras

reforzaron la aceptación de la población metropolitana a la ocupación a través de la crónica y del uso de la imagen de los líderes de Ifni. El espacio, los comentarios del periodista y, especialmente, las fotografías interactuaron entre sí para generar sensaciones de aceptación y deseo hacia la ocupación española. Así, las fotografías y la diversidad de los propios líderes generaron sensaciones de veracidad, de ahí la preeminencia de estas primeras siguiendo el ejemplo del imperialismo francés (Magne, 16 de abril de 1934).

Semblanza del autor

José Miguel García Pimentel es Doctor en Historia Contemporánea por la Universidad de València (España) con una tesis enfocada en la representación de la población de Ifni durante la Segunda República y la Guerra Civil. Ha publicado en coautoría diversos capítulos de libro en torno a Ifni y su situación colonial, así como en revistas revisadas por pares. Forma parte del Grupo de Investigación de la Escritura Constitucional de Europa.

Referencias

Informe sobre los Ait-bu-Megut (s.f.). Archivo General de la Administración. Fondo de África, caja 93.

Chaves, M. (22 de abril de 1934). La última empresa colonial de España. Volando sobre una nueva provincia española. *Ahora*.

Chaves, M. (24 de abril de 1934). La última empresa colonial de España. Una interviú con el Sultán Azul. *Ahora*.

Chaves, M. (29 de abril de 1934). La última empresa colonial de España. La tierra y los hombres de Ifni. *Ahora*.

Chaves, M. (2 de mayo de 1934). La última empresa colonial de España. Tienen en Ifni su Guardia Civil. *Ahora*.

Chaves, M. (3 de mayo de 1934). La última empresa colonial de España. En la linde de la zona insumisa. *Ahora*.

Chaves, M. (6 de mayo de 1934). La última empresa colonial de España. Guerra sin tiros. *Ahora*.

Chaves, M. (8 de mayo de 1934). La última empresa colonial de España. Ifni y los grandes nómadas del desierto. *Ahora*.

Chaves, M. (9 de mayo de 1934). La última empresa colonial de España. Chej Said, el dictador de Ait el Jons. *Ahora*.

Chaves, M. (10 de mayo de 1934). La última empresa colonial de España. El joven Abd-el-Krim y el cauto Si Belaid. *Ahora*.

Chaves, M. (11 de mayo de 1934). La última empresa colonial de España. Nuestro enemigo el mar. *Ahora*.

Chaves, M. (16 de mayo de 1934). La última empresa colonial de España. Los corsarios del desierto. *Ahora*.

Chaves, M. (2012). *Ifni, la última aventura colonial española*. Almuzara.

Checa, A. (1989). *Prensa y partidos políticos durante la II República*. Salamanca.

Cintas, M. I. (2021). *Manuel Chaves Nogales. Andar y contar I*. Confluencias.

Cosialls, A. M. (2016). *Ifni. Del Tratado de Wad-Ras a su ocupación*. Ministerio de Defensa.

González, C. (2023). *Un héroe en la ocupación de Ifni: Fernando Gómez Flores*. Galland Books.

González-Albo, P. (2019). Los sefardíes en la prensa española: informaciones en el diario *Ahora* (1930-1939). *Miscelánea de estudios árabes y hebraicos. Sección de hebreo*, (68), 99-124.

González, J. (1935). Ocupación de Ifni. Juicio de González Deleito (copia de texto mecanografiado). Colección García Figueras, Madrid, Biblioteca Nacional.

Hernández-Pacheco, E. (1935). Expedición científica a Ifni. *Boletín de la Sociedad Geográfica Nacional*, 9.

Noticias (6 de noviembre de 1935). La charla de Ifni. *ABC*.

López, J.A. (4 de mayo de 1934). Con Capaz en el oasis de Tiliuen. *La Voz*.

Mackenzie, J. M. (1984). *Propaganda and Empire: The Manipulation of British Public Opinion*. Manchester University Press.

Magne (13 de abril de 1934). La pacification du Maroc. Les opérations de mars 1934. *Le Petit Journal*.

Magne (16 de abril de 1934). La pacification du Maroc. Résultats des dernières opérations. *Le Petit Journal*.

Martín, E. (2002). *La imagen del magrebí en España*. Bellaterra.

Marzal, J. J. (2008). *Cómo se lee una fotografía: Interpretaciones de la mirada*. Cátedra.

Mateo, J. Ll. (2003). *La «hermandad» hispano-marroquí*. Bellaterra.

Mateo, J.Ll. (2011). Colonialisme i imatges: una mirada antropológica. *Quaderns-e*, (16), 1-2, 218-230.

Ndongo-Bidyogo, D. (2016). Guinea durante la Segunda República. El escándalo "Nombela". (Implicaciones en España de un caso de corrupción colonial). *Endoxa: Series filosóficas*, (37), 101-120.

Ortega-y-Gasset, J. (13 de noviembre de 1930). Sobre el poder de la Prensa. *El Sol*.

Pantoja, A. (2007). Prensa y Fotografía. Historia del fotoperiodismo en España. *El Argonauta Español*, (4). https://doi.org/10.4000/argonauta.1346

Riego, B. (2001). *La construcción social de la realidad a través de la fotografía y el grabado informativo en la España del siglo XIX*. Editorial Universidad de Cantabria.

Servicio informativo semanal (4 de agosto de 1934). Se encuentran en Las Palmas dos moros notables de Ifni. *Hoy* (Tenerife).

Sinova, J. (2006). *La prensa en la Segunda República española: Historia de una libertad frustrada*. Debate.

Sontag, S. (2008). *Sobre la fotografía*. Debolsillo.

Terry, J. (4 de mayo de 1934). Comentario del día. Príncipes en decadencia. *La Prensa* (Tenerife).

Torres, G. *La virilitat d'Espanya a l'Àfrica*. Afers.

Urteaga, L. y Nadal, F. (2010). La cartografía colonial española durante la Segunda República (1931-1936). *Estudios geográficos*, (71), 268, 267-297.

ÁMBITOS
REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

Nº 67 | ABRIL 2025
ISSN: 1139-1979 | E-ISSN: 1988-5733
10.12795/Ambitos.2025.i67.08

Las memorias sobre la última dictadura en la agenda policial de los diarios argentinos durante el gobierno de Alfonsín (1983-1989)

Memories of the last dictatorship in the police agenda of Argentine newspapers the Alfonsín government (1983-1989)

María Paula Gago

Instituto Gino Germini, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. CONICET | Pres. José Evaristo Uriburu 950 6to piso, C1114 AAD, Cdad. Autónoma de Buenos Aires, Argentina
0000-0001-8148-1499 | mariapaula.gago@uba.ar

Fechas: Recepción: 26/07/2024 · Aceptación: 26/01/2025 · Publicación: 15/04/2025

Resumen

El artículo reflexiona sobre la noticia policial y cómo las condiciones sociales e históricas de producción influyen en la configuración y activación de narrativas mediáticas sobre el pasado reciente. La justificación del análisis radica en su contribución a la comprensión de cómo los medios construyen memorias colectivas en contextos políticos y sociales específicos. El objetivo es analizar qué memorias se activan y configuran sobre la última dictadura militar Argentina (1976-1983) en las agendas policiales de tres diarios de circulación nacional –La Prensa, Crónica y *Página/12*– a partir de la selección de casos ocurridos dentro del período 1983-1989, en un contexto democrático. La metodología es cualitativa y emplea categorías de la sociosemiótica y el análisis del discurso para abordar el corpus en sus dimensiones temática, retórica y enunciativa, considerando las condiciones de producción. Los resultados muestran que, entre 1983 y 1986, los crímenes más relevantes en los sumarios informativos se vinculan, en mayor o menor medida, con el pasado dictatorial, lo que favorece la rememoración mediática de las prácticas represivas del gobierno de facto. Entre 1987 y 1989 se reconoce la predominancia de otras series informativas relacionadas con la violencia institucional y los delitos contra la propiedad privada, vinculadas con la cuestión social. La conclusión principal es que la coyuntura social e histórica de producción influye en la construcción de la agenda policial, independientemente del contrato de lectura de cada medio, favoreciendo la activación de memorias sobre el pasado reciente.

Palabras clave: memoria colectiva, periódico, crimen, dictadura, Argentina.

Abstract

This article reflects on police news and how the social and historical conditions of production influence the configuration and activation of media narratives about the recent past. The justification of the analysis lies in its contribution to understanding how the media construct collective memories in specific political and social contexts. The objective is to analyze which memories about the last Argentine military dictatorship (1976-1983) are activated and configured in the police agendas of three national newspapers –La Prensa, Crónica and Página/12– based on the selection of cases that occurred within the period 1983-1989, in a democratic context. The methodology is qualitative and uses

CC BY NC SA

socio-semiotic categories and discourse analysis to approach the corpus in its thematic, rhetorical and enunciative dimensions, considering the conditions of production. The results show that, between 1983 and 1986, the most relevant crimes in the news summaries were linked, to a greater or lesser extent, to the dictatorial past, which favoured the media's recollection of the de facto government's repressive practices. Between 1987 and 1989, the predominance of other news series related to institutional violence and crimes against private property, linked to the social issue, is recognised. The main conclusion is that the social and historical context of production influences the construction of the police agenda, independently of the reading contract of each medium, favouring the activation of memories of the recent past.

Keywords: *collective memory, newspapers, crime, dictatorship, Argentina.*

1. Introducción

Este artículo analiza tres diarios argentinos –La Prensa, Crónica y *Página/12*– para comparar qué memorias se activan y configuran en sus agendas policiales durante los años 80 bajo un gobierno democrático sobre las prácticas represivas desplegadas por la dictadura (1976-1983). La elección de estos diarios se basa en la posibilidad de formar un corpus que satura un sistema de similitudes y diferencias (Barthes, 1993) dado que cada uno presenta diferentes contratos de lectura (Verón, 1985). El recorte temporal responde a una investigación más amplia sobre las memorias que subyacen en relación con prácticas estatales represivas, la lucha armada y los modelos delictivos y delincuenciales en el discurso de la prensa durante el mandato de Raúl Alfonsín.

El estudio de la noticia policial es crucial para entender la coyuntura en la cual ocurren y la categoría de delito es flexible y cambiante (Ludmer, 1999) y por eso histórica. Considerada la "zona blanda" de los diarios orientada a satisfacer la curiosidad de las audiencias, la noticia sobre el delito es política (Saítta, 2013) dado que solicita acciones estatales, define el bien y el mal, asigna roles a la policía y la justicia y traza modelos de victimarios y víctimas (Ludmer, 1999). Asimismo, el estudio de las narrativas mediáticas se justifica porque los medios de comunicación son actores políticos (Borrat, 1989) que, con su accionar, buscan influenciar en la toma de decisiones del sistema del que forman parte, son creadores de opinión pública, difusores de los imaginarios sociales (Baczko, 1999) y con su desempeño contribuyen en la conformación de marcos de sentido sobre el pasado reciente (Halbwachs, 2004).

En este sentido, estudiar específicamente el período 1983-1989 es clave para comprender cómo, en los primeros años de democracia, los medios comenzaron a procesar y representar el legado de la dictadura, influenciando la construcción de memorias colectivas y la interpretación pública del pasado reciente. La justificación del análisis radica en su relevancia para el estudio de la memoria histórica, especialmente al vincular las narrativas de los crímenes con la activación de memorias de la última dictadura en la agenda policial.

La hipótesis de este trabajo es que, influenciados por los condicionamientos sociales e históricos de producción, las agendas policiales de los diarios seleccionados activan memorias sobre las prácticas represivas del período dictatorial (1976-1983). La metodología es cualitativa y articula categorías de la sociosemiótica (Verón, 1993) y el análisis del discurso (Benveniste, 1999) para examinar el corpus en sus niveles temático, retórico y enunciativo.

Entre los antecedentes de los estudios sobre memoria se encuentran los trabajos de Feld y Franco (2018), Halbwachs (2004) y Jelin (2002), y sobre medios y memoria, los aportes de Borrelli (2010) y Feld (2002). Respecto a la noticia policial, existe abundante literatura, concentrada en la prensa popular de principios y mediados del siglo XX (Caimari, 2004, 2007, 2012; Saítta, 2013) y en la mediatización de la violencia en la vida cotidiana (Calzado, 2015; Calzado y Morales, 2021; Focas, 2020; Galvani et al., 2015; Kessler et al., 2022; Martini & Pereyra, 2009; Morales, 2016; Santagada, 2017).

Sin embargo, hay una vacancia relativa de estudios sobre cómo los medios trataron el crimen entre 1983 y 1989. Gayol & Kessler (2018), Kessler (2010) y Vilker (2006) destacan algunos aspectos y proporcionan claves sobre los cambios en la cobertura mediática de crímenes en la década de 1980, pero no se enfocan en cómo los diarios tomados en este artículo configuraron y activaron, desde la agenda policial, memorias sobre el gobierno dictatorial. Esta ausencia destaca la relevancia, como el posible valor de este trabajo y su originalidad al llenar un vacío en la literatura actual sobre cómo la prensa configuró y activó estas memorias a través de la cobertura del crimen, un tema que no ha sido explorado en el contexto de los años 80.

El artículo está estructurado en cuatro secciones: en primer lugar, se presenta la revisión teórica, el método y la metodología; luego, se analizan los resultados obtenidos de los diarios seleccionados; finalmente, la discusión y conclusiones.

2. Revisión teórica y planteamiento del problema

2.1. Los medios de comunicación y las memorias sociales

Los medios de comunicación consolidan y difunden los imaginarios sociales (Baczko, 1999) y, más allá de sus fines periodísticos, persiguen otros objetivos que se vinculan con su rol como actor político (Borrat, 1989)[1] y es influir en la comunidad y afectar el proceso de toma de decisiones en el sistema político. Tal como sostiene McQuail (1999) los medios masivos son "una fuente importante de definiciones e imágenes de la realidad social (...) el origen de un sistema de significados, ordenado y público, que proporciona un patrón de lo que es normal, empírica y subjetivamente" (p. 28).

Según Jelin (2002), los ejercicios de la memoria incentivan el debate y la reflexión activa sobre el pasado y su relevancia para el presente y el futuro. En este sentido, los medios de comunicación masivos pueden ser entendidos de dos maneras: como vehículos de la memoria y como agentes activos que "trabajan" en su formulación (Jelin, 2002). En el caso concreto de los periódicos, estos forman parte de las producciones culturales en las que se materializan los significados del pasado.

Retomando la perspectiva de Halbwachs (2004) sobre los marcos sociales de la memoria, se puede afirmar que los medios de comunicación juegan un papel crucial en su formación dado que proporcionan herramientas que la memoria colectiva utiliza a partir de retomar el pasado para actuar en el presente, siempre de acuerdo con los pensamientos predominantes y con las necesidades de cada época.

1. Si bien Borrat (1989) caracteriza al periódico independiente como actor político, esto es, a aquel que responde a los intereses de su empresa editora, se puede hacer extensivo a los medios de comunicación en general.

2.2. La noticia policial

Según Caimari (2012), la noticia policial ocupa un lugar central en la prensa gráfica moderna, ya que no solo pretende incorporar un elemento de misterio y espanto, sino también relatar las nuevas condiciones de vida en ciudades que experimentan un rápido crecimiento. Saítta (2013) agrega que la noticia policial en su primera etapa moderna tenía una intención política, ya sea para denunciar la incapacidad del gobierno para resolver delitos o para argumentar la necesidad de políticas conservadoras, duras y excluyentes.

Los relatos sobre el crimen cambian con el tiempo, adaptándose a cada época y dando cuenta de sus modelos delictivos y delincuenciales específicos (Gayol & Kessler, 2018; Ludmer, 1999;). Ludmer (1999) sostiene que el delito está presente en todos los ámbitos y por este motivo es una herramienta crítica ideal, una frontera móvil y cambiante que no solo diferencia la cultura de lo que no lo es, sino que también actúa como un instrumento crítico, histórico y versátil que enlaza diversas áreas como el Estado, la política, los individuos y la literatura. Por lo tanto, la noticia policial, dentro del ámbito de la comunicación política (Saítta, 2013), interesa como un espacio que demanda control social (Garland, 2005).

2.3. Método

La presente investigación presenta un diseño cualitativo y es descriptiva e interpretativa. Según Kornblit (2016), el análisis de lo social se inserta en el paradigma de la comprensión dado que el conocimiento de lo que se estudia se recrea a partir de lo que los individuos y grupos sociales piensan, creen y sienten. Y la búsqueda de estas significaciones se realiza tomando como base el lenguaje, no como medio de comunicación sino como la expresión de lo social.

2.3.1. Muestra

El corpus está compuesto por tres diarios argentinos de circulación nacional, que fueron seleccionados porque permiten agotar un sistema completo de semejanzas y contrastes (Barthes, 1993). De acuerdo con la tipología prensa seria y prensa amarilla propuesta por Steimberg (2000), se puede afirmar que La Prensa es exponente de la prensa seria, Crónica de la prensa amarilla y Página/12 adopta un estilo propio que, durante este período, se destaca por su carácter "irreverente" respecto del statu quo y por presentar una agenda "diferente" a la de los diarios tradicionales.

La muestra quedó conformada por 10824 unidades informativas, de las cuales 4228 son de La Prensa, 5598 de Crónica y 998 de Página/12. En términos cuantitativos, el que menor representatividad tiene es Página/12 dado que se fundó en 1987, casi al final del periodo analizado. Los diarios se relevaron en la Hemeroteca del Congreso de la Nación Argentina a partir de la consulta y selección del material microfilmado.

Se tomaron casos conmocionantes ocurridos dentro del período 1983-1989 para la selección del corpus. De acuerdo con Fernández Pedemonte (2010), un caso se percibe como conmocionante debido a la magnitud de los eventos que describe o a su persistencia en la agenda pública y el nivel de debate que genera. Esto último es resultado, en cierta medida, de la decisión arbitraria de los periodistas, especialmente cuando se comparan estos casos con eventos similares que apenas reciben atención.

Los casos seleccionados son, tal como se conocen públicamente, el clan Puccio (1985), el secuestro y asesinato del empresario Osvaldo Sivak (1985-1987) y la masacre de Budge (1987). El clan Puccio secuestró y asesinó empresarios entre 1982 y 1985, liderado por Arquímedes Puccio en connivencia con bandas de comisarios, exrepresores y policías, que participaron de modo directo en el secuestro de Sivak (1985) y posterior asesinato (1987). La masacre de Budge, en mayo de 1987, fue un acto de violencia institucional donde Agustín Olivera, Oscar Aredes y Roberto Argañaraz fueron asesinados por la policía Bonaerense. Estos casos influyeron en la cobertura mediática y en la memoria del pasado dictatorial dado que incidieron en las claves interpretativas desplegadas por los medios en la cobertura de sucesos policiales y porque constituyeron una condición de posibilidad para la activación y configuración de memorias sobre el pasado dictatorial.

En términos metodológicos, Gayol & Kessler (2018) sostienen que el trabajo con casos permite estudiar "eventos que efectivamente sucedieron" (p.17) más allá de la intervención de quien investiga y "permiten realizar ciertas inferencias o establecer regularidades acerca de un fenómeno mayor" (p. 17).

La muestra utilizada es no probabilística (Hernández-Sampieri et al., 2010) y, por lo tanto, no es estadísticamente representativa del conjunto de publicaciones periódicas argentinas. No obstante, se considera relevante para este estudio porque el objetivo de una investigación cualitativa es buscar significados mediados por el lenguaje y la acción y establecer distinciones y categorizaciones sobre esos hallazgos. Por lo tanto, las interpretaciones que se presentarán posteriormente se circunscriben al corpus analizado.

2.3.2. Metodología

Para analizar el corpus en sus niveles temático, retórico y enunciativo desde sus condiciones de producción, se emplean categorías operativas de la sociosemiótica (Verón, 1993) y del análisis del discurso (Benveniste, 1999).

La perspectiva sociosemiótica sugiere una separación y posterior rearticulación con la lingüística, tomando en cuenta las condiciones históricas y sociales de producción y reconocimiento del discurso. Verón (1993) sostiene que la teoría de la enunciación (Benveniste, 1999) proporciona herramientas necesarias para analizar el vínculo entre los medios de comunicación y sus lectores, identificando mecanismos lingüísticos que permiten reconocer al enunciador y al destinatario.

Para sistematizar el análisis del corpus se emplean los ejes propuestos por Jelin (2002): quiénes rememoran y olvidan, qué rememoran y olvidan y cuándo y cómo lo hacen. Asimismo, el abordaje de los diarios se realiza en tres niveles: temático, retórico y enunciativo. El nivel temático se refiere al tema propiamente dicho y a las unidades temáticas menores que, articuladas, constituyen el tema (Segré, 1985) que conforma las agendas policiales de cada uno de los diarios analizados. La exploración de este nivel permite acceder a lo que recuerda y olvida cada medio a partir de las referencias explícitas u omisiones a acontecimientos históricos. En el nivel retórico se analizan las formas expresivas, figuras retóricas y subjetivemas (Zecchetto, 2002), lo cual ofrece una visión sobre cómo recuerdan y olvidan los periódicos. Finalmente, el nivel enunciativo examina el vínculo que cada medio construye con sus lectores a partir de la presencia o ausencia de deícticos de persona, tiempo y espacio, las modalidades de enunciación y enunciado, los recursos expresivos utilizados

para titular y los géneros periodísticos[2] (Díaz Noci, 1995) empleados. El conocimiento de este orden pone de manifiesto la imagen del enunciador que construye quien recuerda y olvida.

Este estudio busca comprender las características que asumen las noticias policiales en sus dimensiones retórica, temática y enunciativa, así como las memorias subyacentes sobre el periodo dictatorial. La principal limitación radica en que, al analizar las condiciones de producción de un discurso, no es posible deducir sus efectos.

2.3.2.1. Alcances y limitaciones de los archivos hemerográficos

El archivo no es "algo" dado de antemano (Ricoeur, 2000) porque comienza con el gesto de separar, reunir, coleccionar y clasificar objetos (Catoggio, 2023). Como se mencionó, en este trabajo, la selección de los materiales se hizo de acuerdo con Barthes (1993).

La pregunta es: ¿qué ofrecen estos archivos para la investigación sobre memorias sociales? ¿Son un "reflejo" de la realidad? ¿Permiten acceder a algún tipo de "verdad"?

La prensa construye discursos sobre lo social, influenciada por contratos de lectura, intereses periodísticos, empresariales y políticos (Verón, 1993). Por lo tanto, el análisis de estos archivos no puede ser inmanente, tampoco externo, ya que lo que debe estudiarse es la relación entre, por un lado, el discurso y sus condiciones de producción y, por el otro, con sus condiciones de reconocimiento (Verón, 1993).

A pesar, de las limitaciones, es auspicioso investigar el vínculo entre prensa y memoria, considerando la incidencia de los medios en la vida social y su rol en la construcción de episodios traumáticos (Halbwachs, 2004).

3. Resultados

3.1. ¿Quiénes recuerdan y olvidan?

El corpus de este trabajo está compuesto por tres diarios de alcance nacional, con circulación dispar, editados en Buenos Aires. Cada uno ofrece un contrato de lectura específico (Verón, 1985) y posee una historia y trayectoria propias, las cuales condicionan su producción discursiva.

La Prensa fue fundado por José Clemente Paz en 1869. Como se aprecia en la Figura 1, hacia los años 80 mantenía el formato sábana y un discurso de corte conservador y antiperonista.[3] Se dirigía a un público interesado en noticias de política internacional y nacional, las cuales predominan en la portada. Durante el periodo analizado el diario incorporó una sección Policía, que no estaba presente en la superficie redaccional en períodos previos como, por ejemplo, 1976-1983.

2. Es importante aclarar que, cuando se hace referencia a la expresión "géneros periodísticos", se entiende como una categoría amplia que engloba tanto los géneros de opinión (editoriales, columnas de opinión), como los interpretativos o híbridos (textos que articulan información y opinión como, por ejemplo, las crónicas) e informativos (como las noticias que privilegian la información por sobre la opinión).
3. Durante el primer gobierno de Juan Domingo Perón (1946-1952), el diario sufrió la intervención estatal y posterior expropiación debido a su oposición al régimen. Fue devuelto a sus propietarios en 1956, tras la caída de Perón (Panella, 2006).

Figura 1

La Prensa, 5 de noviembre de 1987, portada

LA PRENSA

Se realizó bajo la lluvia la concentración de la CGT en la plaza de Mayo

Entra hoy en vigencia el plan de paz en Centroamérica

En la presente edición

Instancia decisiva para elegir al gobernador tucumano

Continúan los paros bancarios

Investiga la Unión un incidente en el Pérsico

Nueva caída del dólar y de las bolsas de valores

Esa divisa tuvo en Tokio el menor precio desde 1945

Cálculos y advertencias

Objetivos y demoras en la concertación

Fuente. Archivo de la autora.

Crónica fue fundado por el periodista Héctor Ricardo García en 1963. Tal como se visualiza en la Figura 2, en sus portadas se jerarquizaban noticias policiales, deportivas y de espectáculos. Se dirigía a un público interesado en acontecimientos conmocionantes o de alto impacto. No contaba con una sección de policiales en su superficie redaccional.

Página/12 fue fundado en 1987 por el periodista Jorge Lanata y Ernesto Tiffenberg. "Se caracterizó por llevar a cabo un periodismo de investigación y se presentó ante la sociedad con un profundo sentido crítico, dirigiéndose a sectores progresistas" (Basombrío, 2017, p. 8). Como se muestra en la Figura 3, es un diario que en su portada jerarquizaba un único tema por edición, generalmente de política nacional. Las secciones que presentaba el diario no eran estables, no aparecían de manera cotidiana y tampoco tuvieron extensa duración en el tiempo. Las unidades informativas relevadas para este trabajo se incluían en una sección titulada La Sociedad.

Para finalizar, quiénes recuerdan y olvidan son instituciones mediáticas. Sus lógicas de producción están condicionadas por su historia, la competencia en el mercado sus anunciantes, su público, sus intereses editoriales y su rol como actores políticos (Borrat, 1989; Verón, 1993).

Figura 2

Crónica, 17 de agosto de 1985, portada

Fuente. Archivo personal de la autora.

Figura 3

Página/12, 21 de mayo de 1987, portada

Fuente. Archivo personal de la autora.

3.2. ¿Cuándo se recuerda y olvida?

Raúl Alfonsín asumió la presidencia de Argentina el 10 de diciembre de 1983. Durante su mandato, se realizaron elecciones libres y se consolidaron las instituciones democráticas.

Según Feld y Franco (2018), en la historiografía y las memorias sobre el período transicional, prevalece una concepción homogénea sobre el pasado dictatorial y las políticas para revisarlo. Sin embargo, las autoras afirman que la fase entre la asunción de Alfonsín y la publicación del informe Nunca Más[4] fue particular y distinta del período posterior. A partir de entonces, se consolidaron sentidos sobre el terrorismo de Estado que perduran hasta hoy, pero que no estaban claramente establecidos antes. Este período inicial de la transición se caracterizó por ser "abierto, incierto, ambiguo y repleto de continuidades y dilemas cuya resolución no era objetiva ni evidente" (Feld & Franco, 2018, p. 11).

La cuestión militar fue central en el discurso de Alfonsín, quien estableció tres niveles de responsabilidad para los militares involucrados en violaciones de derechos humanos: quienes dieron las órdenes, quienes se excedieron y quienes obedecieron. Se opuso a la autoamnistía declarada por las Fuerzas Armadas y propuso su enjuiciamiento por vías judiciales (Acuña & Smulovitz, 2007).

Durante su gobierno, hubo tres levantamientos militares, conocidos como "levantamientos carapintada", realizados por sectores del Ejército Argentino opuestos a las políticas del gobierno y los juicios por violaciones a los derechos humanos. El primero, en Semana Santa de 1987, fue encabezado por el teniente coronel Aldo Rico en Campo de Mayo, exigiendo el fin de los juicios a los militares. El segundo, en enero de 1988, también liderado por Rico, ocurrió en Monte Caseros, Corrientes. La tercera sublevación, en diciembre de 1988 en Villa Martelli, Buenos Aires, fue liderada por el coronel Mohamed Alí Seineldín.

Durante este período, se hicieron públicos numerosos casos de abuso policial, especialmente en la provincia de Buenos Aires, bajo el mando de Ramón Camps[5] durante la dictadura. Un caso conmocionante (Fernández Pedemonte, 2010) ocurrido en mayo de 1987 llevó a la prensa a acuñar el término "gatillo fácil", refiriéndose a la facilidad con la que la policía causaba heridas o muertes (Pita, 2010). Galeano (2005) señala que la atención sobre la violencia estatal se centró en la regulación de las instituciones militares, omitiendo a la policía en el análisis.

3.3. ¿Qué y cómo se recuerda y olvida?

En este apartado se presentan los resultados obtenidos del análisis de los niveles temático, retórico y enunciativo del corpus.

4. El informe Nunca Más es el producto de la investigación realizada por la Comisión Nacional de Desaparición de Personas (CONADEP) sobre los detenidos desaparecidos durante el período 1976-1983. Dicha comisión fue creada por el presidente Alfonsín a pocos días de su asunción, el 15 de diciembre de 1983, como respuesta a las numerosas denuncias de desapariciones forzadas y violaciones de derechos humanos ocurridas durante el último gobierno dictatorial. Su misión fue la de investigar y documentar estos casos y su trabajo culminó en la publicación del informe antes mencionado.
5. Ramón Camps fue un militar argentino que se desempeñó como jefe de la Policía de la Provincia de Buenos Aires durante la última dictadura cívico-militar (1976-1983). Estuvo implicado en violaciones a los derechos humanos, incluyendo torturas, desapariciones forzadas y asesinatos.

3.3.1. El orden temático

En primer lugar, en el diario La Prensa, la sección policial compartía espacio con deportes, política y noticias del Gran Buenos Aires, como accidentes ferroviarios o siniestros viales. Entre 1983 y 1986, los temas predominantes eran estafas, homicidios, robos y secuestros que involucraban a exrepresores. Una excepción fue el caso Sivak, que se incluyó primero en Policía y luego en la sección Local. Entre 1987 y 1989, se añadieron temas como violencia institucional, droga y delitos contra la propiedad privada vinculados con la pobreza y la desigualdad social. Las noticias policiales ocupaban entre el 3 % y el 4,2 % de la superficie redaccional, sin un criterio regular, entre las páginas 5 a 11 y ocupando entre media y dos tercios de una página en la primera sección del diario, que tenía un total de 16. En la portada se destacaban secuestros por bandas delictivas y casos de violencia institucional.

Crónica no tenía sección policial. Los temas preponderantes eran asesinatos, narcotráfico, infanticidios, accidentes ferroviarios, siniestros viales y secuestros extorsivos con connotaciones políticas. Desde 1987, se incluyeron noticias sobre violencia institucional y delitos contra la propiedad vinculados con la pobreza. Estas noticias aparecían en la portada prácticamente a diario y ocupaban alrededor del 22,5 % de la superficie redaccional, distribuidas en varias páginas del diario, que contaba con aproximadamente 60 páginas.

En Página/12, las noticias con connotaciones policiales se incluían en la sección La Sociedad durante 1987, como la masacre de Budge. Entre 1987 y 1989, los temas relacionados con la policía fueron narcotráfico, violencia institucional, pobreza y criminalización de la pobreza. Estas noticias representaban aproximadamente el 2,5 % de la superficie redaccional, equivalente a un tercio de una página, en un diario que presentaba en ese entonces 16 páginas.

En la Tabla 1 se sintetizan de modo comparativo los motivos temáticos identificados en cada diario como la cantidad de superficie redaccional dedicada a las unidades informativas policiales.

Tabla 1

Superficie redaccional otorgada a policiales y motivos temáticos en La Prensa, Crónica y Página/12

	Superficie redaccional otorgada a policiales	Motivos temáticos (1983-1986)	Motivos temáticos (1987-1989)
La Prensa	3 % - 4.2 %	Estafas, asesinatos, robos, secuestros extorsivos con connotaciones políticas	Violencia institucional, droga, delitos contra la propiedad privada
Crónica	22,5 %	Asesinatos, narcotráfico, infanticidios, accidentes ferroviarios, siniestros viales, secuestros extorsivos con connotaciones políticas	Violencia institucional, delitos contra la propiedad privada
Página/12	2,5 %	-	Violencia institucional, narcotráfico, pobreza y delito, criminalización de la pobreza

Fuente. Elaboración propia.

3.3.2. El orden retórico

En La Prensa, el 87 % de las unidades informativas revisadas presentaban un lenguaje descriptivo y denotativo, sin figuras retóricas específicas. Ejemplos incluyen: "Una banda robaba a pasajeros de trenes de Once" (Policía, 5 de septiembre de 1985, p. 7) y "Fue reconstruido un homicidio cometido en septiembre último" (Policía, 13 de noviembre de 1987, p. 10). Sin embargo, en el 65 % de los titulares y en el desarrollo de las noticias se incorporaron subjetivemas –sustantivos, adjetivos y frases que aportan juicios o valoraciones sobre los hechos narrados– para calificar el tipo de delito, la víctima y los delincuentes, como en "Fue desbaratada y apresada una banda de secuestradores" (Policía, 25 de agosto de 1985, portada) y en el 75 % se usaron verbos impersonales como, por ejemplo, en "Fue desbaratada y apresada una banda de secuestradores" (Policía, 25 de agosto de 1985, portada) y "Está totalmente esclarecido el secuestro y asesinato de Sivak" (Policía, 8 de noviembre de 1987, portada).

En Crónica, el 95 % de las unidades informativas utilizaron hipérbole –figura retórica que se caracteriza por una exageración de los hechos– y un tono melodramático en titulares y desarrollo como, por ejemplo, en "Buscan al monstruo que mató a niña de 9 años" (Redacción, 17 de agosto de 1985, p. 7) y "Dan espectacular golpe en banco de Barcelona" (Redacción, 18 de agosto de 1985, p. 19). Además, el 97 % de los titulares emplearon subjetivemas para calificar delitos, víctimas o victimarios, por ejemplo: "Capturaron a dos de los matadores de la familia Palacio" (Redacción, 20 de septiembre de 1984, portada) y "Policías prófugos por muerte de tres jóvenes en Budge" (Redacción,14 de mayo de 1987, portada).

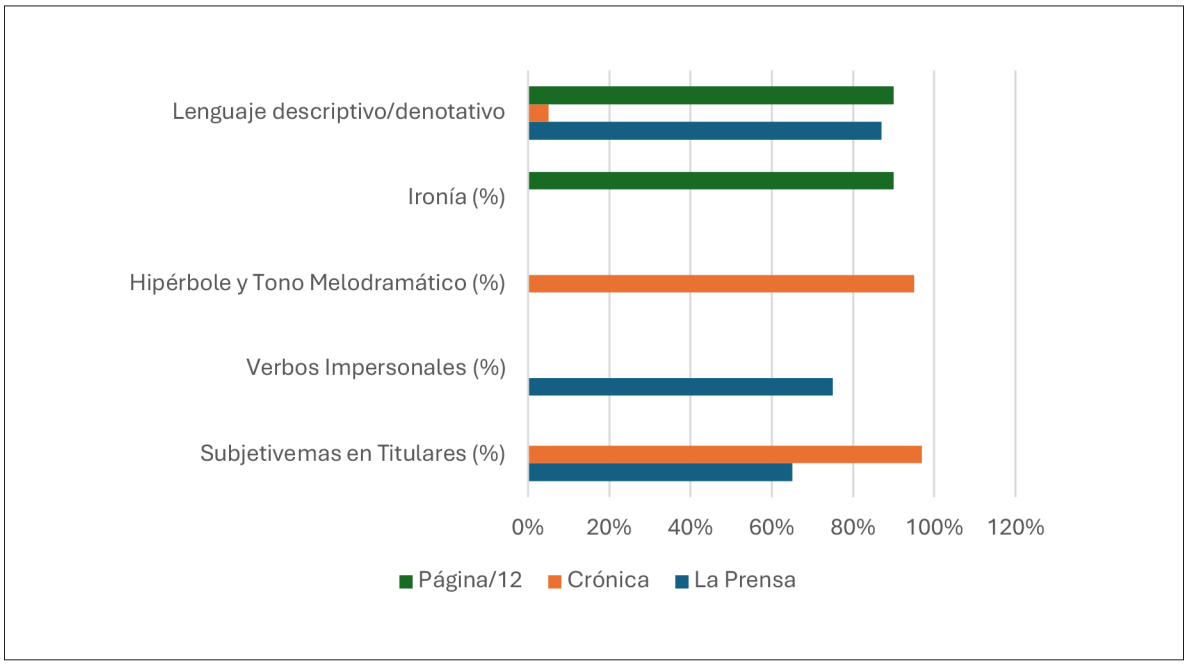
En Página/12, el 90 % del corpus utilizó la ironía –que consiste en expresar lo contrario de lo que se quiere dar a entender– como recurso expresivo en titulares y desarrollo de noticias sobre política local: "Vuelven los cortes ¿no extrañaba?" (El País, 28 de julio de 1989, s.p.). Sin embargo, para noticias sobre temas policiales o violencia institucional, el 90 % del contenido empleó un lenguaje descriptivo y denotativo: "El fiscal pide la reconstrucción de los hechos ocurridos en Budge" (La Sociedad, 28 de mayo de 1987, p. 7).

La Tabla 1 resume comparativamente los recursos expresivos utilizados por cada diario.

Finalmente, en todos los diarios se verificó que, en las noticias sobre secuestros extorsivos o crímenes con determinadas características aparecían conjuntos semánticos o palabras como "signos de tortura", "desaparición", "bandas", "secuestro", entre otras. En las unidades informativas sobre violencia institucional se identificó el uso de términos como "exceso policial", "gatillo fácil" y "fusilamiento".

Tabla 1

Formas expresivas utilizadas en La Prensa, Crónica y Página/12



Fuente. Elaboración propia.

3.3.1. El orden enunciativo

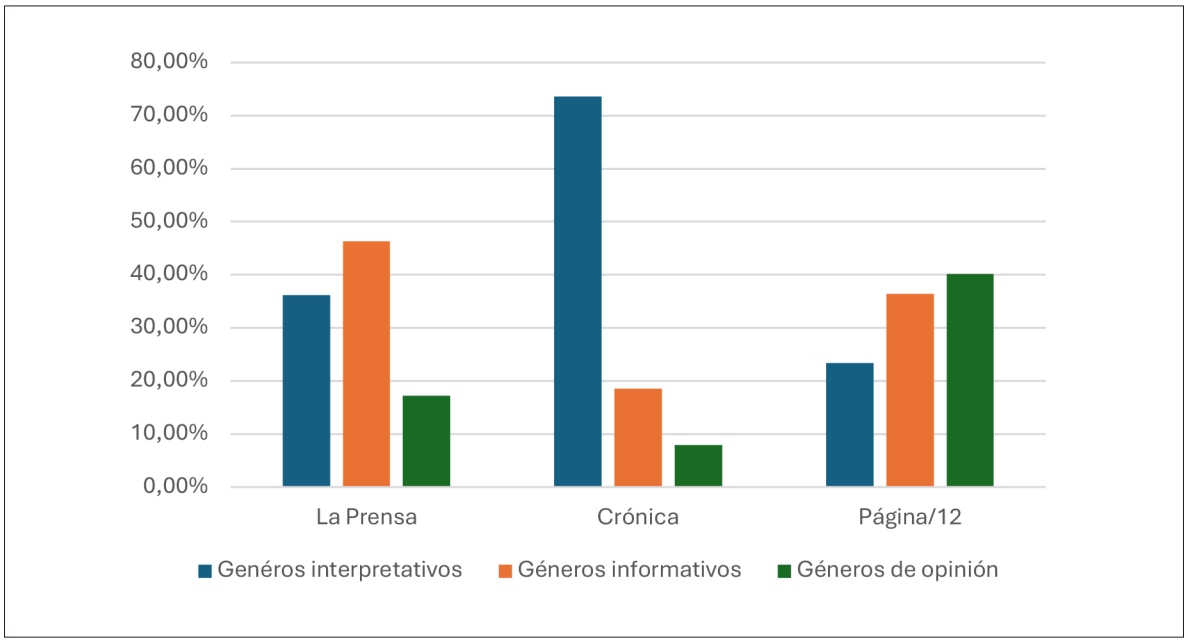
En el corpus se identificó la utilización de géneros informativos, de opinión e interpretativos (también conocidos como híbridos) para la cobertura de noticias policiales. El que apeló al género informativo de manera predominante fue La Prensa. Del total de 4228 unidades informativas 1528 son crónicas (36,15 %), 1956 artículos informativos (46,27 %) y 744 notas de opinión en las que aparece el delito mencionado como problemática (17,24 %). El género interpretativo fue preponderante en Crónica. De los 5598 artículos seleccionados, 4120 son crónicas (73,58 %), 1035 artículos informativos (18,49 %) y 443 son notas de opinión (7,91 %). Finalmente, el género de opinión fue el más utilizado en Página/12. Sobre el total de las 998 piezas informativas relevadas, 233 son crónicas (23,35 %), 364 artículos informativos (36,47 %) y 401 notas de opinión (40,18 %). La Tabla 2 sintetiza en términos visuales y porcentuales lo explicado.

En relación con los recursos expresivos utilizados para titular[6] y para construir un vínculo con su lectorado, se identificó que en La Prensa se utilizó en el 89 % del corpus las aserciones y en el 11 % interrogantes amplios. En el caso de Crónica, se relevó que el 62 % de las formas de titular fueron aserciones, el 29 % exclamaciones y el 8 % falsas personificaciones. En Página/12 se utilizaron aserciones en el 54 % de los casos, 20 % de falsas personificaciones y 36 % de interrogantes dirigidos. La Tabla 3 muestra visualmente lo mencionado con anterioridad.

6. Se identificaron aserciones (afirmaciones), exclamaciones, interrogantes amplios (habilitan al medio a desarrollar contenidos), interrogantes dirigidos (interpelan al público) y falsas personificaciones (frases textuales de entrevistados para titular).

Tabla 2

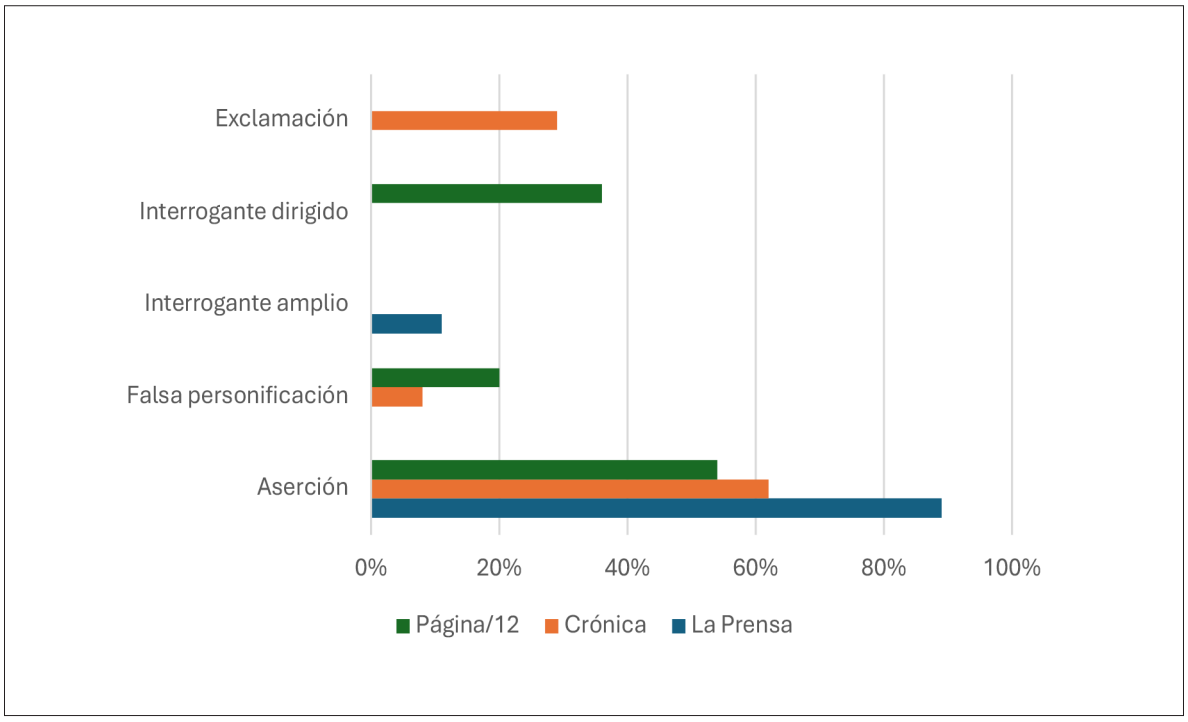
Géneros periodísticos relevados en La Prensa, Crónica y Página/12



Fuente. Elaboración propia.

Tabla 3

Recursos persuasivos utilizados para titular en La Prensa, Crónica y Página/12



Fuente. Elaboración propia.

Finalmente, los artículos policiales carecen de firma, excepto Página/12, que incluye signatura en el 12 %.

4. Discusión y conclusiones

En el estudio se analizó la agenda policial de los diarios La Prensa, Crónica y Página/12 con el objetivo de comprender las memorias que configuraron y activaron respecto al pasado dictatorial. Para ello, se examinaron las características de sus sumarios policiales en sus dimensiones temática, retórica y enunciativa desde la perspectiva de sus condiciones de producción. En esta sección, se presentan las interpretaciones de los resultados obtenidos, así como los principales hallazgos derivados de la investigación.

Luego de la derrota en la guerra de Malvinas en 1982, y aún bajo el gobierno de facto, en estudios previos se ha constatado que el discurso de la prensa incluía crímenes políticos en sus sumarios informativos, generalmente, en secciones de información general o política, pero no policiales y se verificó un esfuerzo deliberado de los medios para diferenciarlos del delito común mediante el uso de palabras clave que funcionaban como frames (Entman, 1993). Para informar sobre estos delitos, que remitían al pasado dictatorial, el diario apelaba a metáforas – figura retórica que consiste en la sustitución de un término por otro con el cual guarda una relación de semejanza o analogía– para enfatizar la nocividad y la crueldad inherente a ese régimen, cuyas prácticas eran inadmisibles para el proceso de restauración democrática (Gago, 2022; Gago, 2024). Por ejemplo:

> Lo cierto es que desde hace ya más de diez años al amparo de la lucha antisubversiva en la Argentina se puso en funcionamiento un sistema demoníaco mal llamado de represión del terrorismo, por el cual se marginó a la ley de la defensa del derecho y se creó un mecanismo de complicidades y de silencio en el que todo es posible. Hoy, simplemente, los argentinos vivimos –y a veces morimos – bajos los dictados de este sistema (Iglesias Rouco, 12 de octubre de 1982, p. 4)

Asimismo, estos delitos que tenían connotaciones políticas[7] impactaban en la agenda policial porque la denominada "mano de obra desocupada" –que eran bandas conformadas por exintegrantes de los servicios de inteligencia, militares que habían participado de la represión y policías en servicio– cometía delitos comunes en complicidad con civiles (Gago, 2022)[8].

Este trabajo corroboró cómo el contexto social e histórico de la transición democrática influyó en los criterios de noticiabilidad de los medios, favoreciendo la activación en la agenda policial de memorias sobre las prácticas represivas del período dictatorial.

Desde el punto de vista temático, se verificaron dos momentos. Un primero comprendido entre 1983-1986 en el que predominan los crímenes que involucraban actores que otrora habían participado de la represión como, por ejemplo, los secuestros extorsivos y una segunda etapa comprendida entre 1987-1989 en la que preponderan los casos de violencia institucional y delitos contra la propiedad privada vinculados con la cuestión social.

Los crímenes políticos incidieron en la clave interpretativa de los diarios en torno a los hechos delictivos. Esto significa que, a raíz de estos casos que formaban parte de la agenda política como

7. Los casos a los que se alude son los asesinatos del publicista Marcelo Dupont, ocurrido el 7 de octubre de 1982, y el secuestro y posterior crimen de los militantes Osvaldo Cambiaso y Eduardo Pereyra Rossi, en mayo de 1983.
8. El caso del clan Puccio ejemplifica este vínculo entre bandas "heredadas" del período dictatorial y civiles que se dedicaban a cometer secuestros extorsivos.

los ya mencionados asesinatos de Dupont (1982) y Cambiaso y Pereyra Rossi (1983), en el período que transcurre entre 1983-1986 casi todos los crímenes eran puestos en relación con el gobierno de facto y, tanto cuando involucraban a bandas "heredadas" del período anterior, como en el caso Puccio, como cuando no, como en el caso de la desaparición de la Dra. Cecilia Giubileo, se aclaraba. Los siguientes ejemplos ilustran parcialmente lo afirmado:

> Cinco miembros de una conocida familia de la residencial zona de San Isidro (...) son (...) los detenidos tras el espectacular operativo policial que permitió rescatar a una empresaria que permanecía secuestrada (...) pese al hermetismo determinado por el secreto de sumario, las fuentes señalaron (...) que existen fuertes presunciones de que la actividad del grupo tiene connotaciones políticas. (Policía, 25 de agosto de 1985, portada)

> ...si bien [la desaparición de la Dra. Cecilia Giubileo][9] presenta perfiles de incógnitas, parecería prevalecer que podría haber sido motivada por una cuestión de tipo pasional (...) la doctora Yoliben, es separada de su esposo desde hace varios años y, actualmente, figuraba como habitante en el domicilio de su madre (Redacción, 30 de junio de 1985, p. 9).

Respecto de los crímenes que tenían connotación política comprobada, se consideraban inadmisibles porque representaban una amenaza para la democracia y retrotraían a "épocas oscuras". Lo que tanto La Prensa como Crónica comparten es que lo que recuerdan se vincula con la represión estatal, pero lo que omiten es el accionar de los medios durante el período dictatorial, la visibilización de la lucha antisubversiva a partir de apelar a una retórica de tipo policial para naturalizarla (Gago, 2017; Schindel, 1998): "Murieron en dos enfrentamientos sendos sediciosos" (Información general, 3 de julio de 1976, p. 5); "Detienen a extremista, pero 4 huyen; pintaban leyendas" (Redacción, 22 de agosto de 1976, p. 4). Página/12 queda exento de estas apreciaciones porque aparece recién en 1987. Su posicionamiento, por ejemplo, respecto del accionar policial es crítico desde un inicio y lo pone en vínculo con prácticas que se venían desarrollando desde antaño.

Desde el punto de vista retórico, a pesar de que La Prensa tendía a adoptar un lenguaje descriptivo y denotativo que contrastaba frente a Crónica, que exacerbaba el tono melodramático e hiperbólico, y a Página/12 que apelaba a la ironía, en todos los medios términos como "asfixia", "tortura", "desaparición", "excesos policiales" funcionaban como marcos interpretativos que ponían en relación de manera directa el acontecimiento policial con el pasado dictatorial.

En el nivel enunciativo, según Borrat (1989), los diarios pueden ser narradores, comentaristas o participantes. En los medios analizados, cada uno asumió un rol acorde a su contrato de lectura. La Prensa actuaba como narrador externo, ofreciendo un discurso informativo para construir una imagen de verdad. Crónica combinaba narración y comentario, utilizando la crónica para ofrecer una visión interpretativa y creando un vínculo pedagógico, pero a la vez cómplice porque compartía con sus lectores ciertas "formas expresivas", vinculadas con la exageración y el melodrama. En

9. La desaparición de la Dra. Cecilia Giubileo, ocurrida en junio de 1985 tras tomar la guardia en la colonia psiquiátrica Montes de Oca, reveló irregularidades y maltrato a los pacientes de esa institución. Diversas hipótesis surgieron, por eso Crónica calificó el caso con "perfiles de incógnitas", incluyendo una posible connotación política vinculada a la militancia de su esposo y la desaparición de sus hermanos, hipótesis apoyada por Clarín, pero luego abandonada por falta de pruebas. Crónica, reconocido por su pericia en temas policiales, descartó esta línea desde el inicio y se inclinó por la tesis del crimen pasional, enfoque usual en la época para informar sobre lo que hoy se denomina feminicidio, donde la violencia del hombre es presentada como una reacción de ira o celos provocada por la conducta de la mujer.

Página/12 predominaba el género de opinión, posicionándose como comentarista crítico e irónico de la actualidad y narrador en temas de violencia institucional y delitos.

La discusión de este estudio resalta el rol de los diarios en configurar memorias sobre el pasado dictatorial desde sus agendas policiales. No obstante, su enfoque en un corpus limitado, compuesto por tres diarios en un periodo específico, restringe la generalización de los hallazgos. Además, al centrarse en la producción de noticias y no en la recepción, queda fuera el análisis de cómo estas narrativas fueron interpretadas por las audiencias, lo que constituye una limitación del trabajo.

Las conclusiones confirmaron la hipótesis inicial, que sostiene que la agenda policial sirvió como espacio para la configuración y activación de memorias sobre el pasado dictatorial. Además, se ratificó que las condiciones sociales e históricas de producción influyeron en los criterios de noticiabilidad y en el despliegue de marcos interpretativos que vinculaban el delito con el pasado dictatorial, favoreciendo la configuración de dichas memorias. Esta activación es similar en La Prensa y Crónica, con excepción de Página/12, aunque presenten distintos contratos de lectura. Para futuros estudios, se propone profundizar esta investigación en otros periódicos del período considerado y avanzar en el análisis del corpus estudiado durante los 90, con el objetivo de comprender, desde una perspectiva diacrónica, las variaciones y continuidades de las memorias construidas sobre episodios traumáticos de la historia argentina reciente.

Semblanza de la autora

María Paula Gago es Doctora en Ciencias Sociales, Magíster en Comunicación y Cultura y Profesora y Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social por la Facultad de Ciencias Sociales (FSOC) de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Es investigadora en el Instituto Gino Germani (FSOC-UBA) y en el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Se especializa en el análisis del discurso de medios de prensa argentinos en coyunturas democráticas y dictatoriales. En la UBA, es profesora adjunta de Semiología (CBC) y de Editorialidad y estrategias de comunicación (FSOC). Asimismo, es profesora asociada en la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo y profesora adjunta en el Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Raúl Scalabrini Ortiz. Publicó artículos en revistas nacionales e internacionales. Entre sus libros se encuentra *Semiología. De los signos a las mediatizaciones* (2017) publicado por la editorial Eudeba.

Referencias

Acuña, C., & Smulovitz, C. (2007). Militares en la transición argentina: del gobierno a la subordinación constitucional. En A. Pérotin-Dumon (Dir.), Historizar el pasado vivo en América Latina (pp. 1-94). Centro de Derechos Humanos de la Universidad Alberto Hurtado.

Baczko, B. (1999). Los imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas. Nueva Visión.

Barthes, R. (1993). La aventura semiológica. Paidós.

Basombrío, M. C. (2018). Discurso político y prensa escrita durante el alfonsinismo (1987-1989). Improntas, (5), 1-23. https://doi.org/10.24215/24690457e021

Benveniste, E. (1999). Problemas de lingüística general I. Siglo XXI.

Blaustein, E. & Zubieta, M. (1999). Decíamos ayer: la prensa argentina bajo el Proceso. Colihue.

Borrat, H. (1989). El periódico, actor político. Gustavo Gili.

Borrelli, M. (2010). ¿Víctimas, héroes o cómplices? Memorias en disputa sobre el rol de la prensa durante la última dictadura militar. Avatares de la comunicación y la cultura, (1), 2-17. https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/190004

Caimari, L. (2012). Mientras la ciudad duerme. Pistoleros, policías y periodistas en Buenos Aires, 1920-1945. Siglo XXI.

Calzado, M. C. (2015). Inseguros. El rol de los medios y la respuesta política frente a la violencia. De Blumberg a hoy. Aguilar-Penguin Random House.

Calzado, M., & Morales, S. (Comp.) (2021). Atravesar las pantallas. Noticia policial, producción informativa y experiencias de la seguridad. Editorial Teseo.

Catoggio, S. (2023). Módulo 3. Trabajar con el archivo, descifrar los indicios, interrogar los hechos y comprender sus escenarios. Curso virtual ¿Cómo estudiamos las memorias sociales? Herramientas metodológicas para la investigación. Núcleo de Estudios sobre Memoria, CIS-CONICET/IDES-UNTREF.

Díaz, C. L. (2002). La cuenta regresiva: la construcción periodística del Golpe de Estado de 1976. La Crujía.

Díaz Noci, J. (1995). Manual de redacción periodística: géneros informativos. Universidad del País Vasco.

El País (28 de julio de 1989). Vuelven los cortes ¿no extrañaba? Página/12, s.p.

Entman, R. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication, 43(3), 51-58.

Feld, C. (2002). Del estrado a la pantalla. Las imágenes del juicio a los ex comandantes en Argentina. Siglo XXI.

Feld, C., & Franco, M. (Dir.) (2018). Democracia, hora cero. Actores, políticas y debates en los inicios de la posdictadura. Fondo de Cultura Económica.

Fernández Pedemonte, D. (2010). Conmoción pública: los casos mediáticos y sus públicos. La Crujía.

Focás, B. (2020). El delito y sus públicos. Inseguridad, medios y polarización. UNSAM.

Gago, M. P. (2024). Entre la represión y el delito común. Agenda policial y prensa de referencia durante la transición democrática en Argentina (1982-1983). European Public & Social Innovation Review, (9), 1-20. https://doi.org/10.31637/epsir-2024-364

Gago, M. P. (2022). Agenda policial y crimen político en la prensa popular: El diario Crónica durante la transición a la democracia en la Argentina (1982-1983). Improntas, (10), 1-25. https://doi.org/10.24215/24690457e048

Gago, M. P. (2017). Modelos delincuenciales y narrativas mediáticas sobre el delito: Los diarios argentinos Clarín y Crónica durante el período 1976-1979. Austral Comunicación, 6(2), 305-342.

https://ojs.austral.edu.ar/index.php/australcomunicacion/article/view/203

Galeano, D. (2005). Olvidos, denuncias y reformas. Apuntes sobre la cuestión policial en la Argentina. [ponencia] IV Jornadas de Sociología de la UNLP, La Plata, Argentina. http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.6738/ev.6738.pdf

Gayol, S., & Kessler, G. (2018). Muertes que importan. Una mirada sociohistórica sobre los casos que marcaron la Argentina reciente. Siglo XXI.

García, H. (1997). Cien veces me quisieron matar. Planeta.

Garland, D. (2005). La cultura del control. Gedisa.

Halbwachs, M. (2004). La memoria colectiva. Prensas Universitarias de Zaragoza.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista, L. P. (2014). Metodología de la investigación. McGrawHill.

Iglesias Rouco, J. (12 de octubre de 1982). Camino del terror. La Prensa, p. 3.

Información general (3 de julio de 1976). Murieron en dos enfrentamientos sendos sediciosos. La Prensa, p. 5.

Jelin, E. (2002). Los trabajos de la memoria. Siglo XXI.

Kessler, G. (2010). Entre el terrorismo de Estado y la 'inseguridad'. Delito urbano y política en la transición democrática. En R. Gargarella, M. V. Murillo & M. Pecheny (Comps.), Discutir Alfonsín (pp. 115-138). Siglo XXI.

Kessler, G., Becerra, M., Aruguete, N. y Raimondo Anselmino, N. (Eds.) (2022). El delito televisado. Cómo se producen y consumen las noticias sobre inseguridad y violencia en la Argentina. Biblos.

Kornblit, A. (Coord.) (2016). Metodologías cualitativas en ciencias sociales. Modelos y procedimientos de análisis. Biblos.

La Sociedad (8 de mayo de 1987). El fiscal pide la reconstrucción de los hechos ocurridos en Budge. Página/12, p. 7.

Ludmer, J. (1999). El cuerpo del delito. Un manual. Perfil.

McQuail, D. (1999). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Paidós Comunicación.

Martini, S., & Pereyra, M. (Eds.) (2009). La irrupción del delito en la vida cotidiana. Biblos.

Morales, S. M. (2016). Seguridad, violencia y medios. Editorial CEA.

Panella, C. (Ed.) (2006). La prensa y el peronismo. De la Revolución Libertadora a Carlos Menem. Ediciones de Periodismo y Comunicación.

Pita, M. V. (2010). Formas de morir y formas de vivir. El activismo contra la violencia policial. Del Puerto-CELS.

Policía (2 de agosto de 1985). El automóvil de un empresario hallóse en Quilmes. La Prensa, p. 6.

Policía (8 de noviembre de 1987). Está totalmente esclarecido el secuestro y asesinato de Sivak. La Prensa, portada.

Policía (25 de agosto de 1985). Fue desbaratada y apresada una banda de secuestradores. La Prensa, portada.

Policía (13 de noviembre de 1987). Fue reconstruido un homicidio cometido en septiembre último (13 de noviembre de 1987) La Prensa, p. 10.

Policía (1 de agosto de 1985). Rápido esclarecimiento de un homicidio y robo. La Prensa, p. 11.

Policía (5 de septiembre de 1985). Una banda robaba a pasajeros de trenes de Once. La Prensa, p. 7.

Redacción (17 de agosto de 1985). Buscan al monstruo que mató a niña de 9 años Crónica, p. 7.

Redacción (20 de septiembre de 1984). Capturaron a dos de los matadores de la familia Palacio. Crónica, portada.

Redacción (18 de agosto de 1985). Dan espectacular golpe en banco de Barcelona. Crónica, p. 19.

Redacción (22 de agosto de 1976). Detienen a extremista, pero 4 huyen; pintaban leyendas. Crónica, p. 4.

Redacción (30 de junio de 1985). La médica de Luján aún no apareció. Crónica, p. 9.

Redacción (14 de mayo de 1987). Policías prófugos por muerte de tres jóvenes en Budge. Crónica, portada.

Redacción (8 de mayo de 1987). Tras asaltar una Pescadería, dos maleantes cubrieron huida a tiros. Crónica, p. 9.

Ricoeur, P. (2000). Fase documental: la memoria archivada. En P. Ricoeur, La memoria, la historia y el olvido (pp. 215-236). Fondo de Cultura Económica.

Saítta, S. (2013). Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920. Sudamericana.

Santagada, M. (2017). Inocencia y culpabilidad. Biblos.

Schindel, E. (2012). La desaparición a diario. Sociedad, prensa y dictadura (1975-1978). Eduvim.

Segre, C. (1985). Principios de análisis del texto literario. Grijalbo.

Sirvén, P. (2013). El rey de la tv. Goar Mestre y la pelea entre gobiernos y medios latinoamericanos. De Fidel Castro a Perón. Sudamericana.

Steimberg, O. (2000). Naturaleza y cultura en el ocaso (triunfal) del periodismo amarillo. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, (5), 235-240.

Verón, E. (1993). La semiosis social. Fragmentos para una teoría de la discursividad. Gedisa.

Verón, E. (1985). El análisis del 'contrato de lectura', un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media. En E. Touati (ed.), Les Medias: Experiences, recherches actuelles, aplications (s.p.). IREP.

Vilker, S. (2006). Truculencias. La Prensa Policial Popular entre el Terrorismo de Estado y la Inseguridad. Prometeo.

Zecchetto, V. (2002). La danza de los signos. Nociones de semiótica general. Abya-Yala.

ÁMBITOS
REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

Nº 67 | ABRIL 2025
ISSN: 1139-1979 | E-ISSN: 1988-5733
10.12795/Ambitos.2025.i67.09

Enfoques y discursos hegemónicos de los medios locales en el ámbito de la cooperación internacional. Un estudio de caso

Approaches and hegemonic discourses of local media in the field of international cooperation. A case study

José Manuel Moreno-Domínguez

Universidad de Sevilla | Calle Américo Vespucio, 27, 41092 Sevilla | España
0000-0003-4553-560X | jmoreno7@us.es

Recepción 31/05/2024 · Aceptación 21/10/2024 · Publicación 15/04/2025

Resumen

El análisis de la cobertura mediática de los medios locales sobre el ámbito de la cooperación internacional resulta de especial interés tanto para los debates en torno a la función social del periodismo local y su capacidad de construir una ciudadanía crítica, como para la propia cooperación internacional en el sentido de ver cómo se refleja su actividad en los medios de comunicación y, por ende, en la opinión pública. Para ello, esta investigación toma como estudio de caso la cobertura mediática de los principales medios locales de la Comunitat Valenciana durante un periodo de 4 meses (septiembre de 2022 a diciembre de 2022) sobre cuestiones de cooperación internacional, solidaridad y justicia global. Aplicando el análisis del discurso, así como las teorías del *framing*, el trabajo trata de evaluar si los enfoques y los marcos de interpretación desde los que se presentan estas informaciones están favoreciendo unos discursos hegemónicos en el ámbito de la cooperación internacional que, lejos de favorecer visiones transformadoras, más bien reproducen en gran medida una visión limitada y estereotipada de este ámbito. En este sentido, el trabajo aborda elementos para mejorar esta cobertura, pero también plantea la dificultad de conseguir cambios de visiones y actitudes cuando los discursos que parten desde el propio sector son aún muy diversos y no exentos de visiones tradicionales o conservadoras.

Palabras clave: medios locales, cooperación internacional, ciudadanía, encuadre, discurso.

Abstract

The analysis of the media coverage of the local media on the field of international cooperation is of special interest both for the debates around the social function of local journalism and its ability to build a critical citizenship, as well as for international cooperation itself in the sense of seeing how its activity is reflected in public opinion. For this purpose, this research takes as a case study the media coverage of the main local media of the Region of Valencia during a period of 4 months (September 2022 to December 2022) on issues of international cooperation, solidarity and global justice. Applying discourse analysis, as well as framing theories, the work tries to evaluate whether the approaches and frames of interpretation from which this information is presented are favoring hegemonic discourses in the field of international cooperation that, far from favoring transformative visions, rather reproduce to a large extent a limited and stereotyped vision of this field. In this sense, the work addresses elements to improve this coverage, but also

CC BY NC SA

raises the difficulty of achieving changes in visions and attitudes when the discourses coming from the sector itself are still very diverse and not free of traditional or conservative visions.

Keywords: *local media, international cooperation, citizenship, framing, discourse.*

1. Introducción

Cuando hablamos de discurso, es decir, de la transmisión y promoción de determinadas ideas, valores y actitudes que se desprenden de las comunicaciones y mensajes que se refieren a una determinada área o aspecto de la sociedad, casi siempre es el resultado de un proceso de negociación. De entre muchos discursos acaban imponiéndose algunas ideas o interpretaciones simbólicas que se convierten en hegemónicas y que acaban condicionando tanto las relaciones de los actores en ese ámbito de trabajo, la propia generación de mensajes, como finalmente las interpretaciones que se hacen de los mismos (Laclau & Mouffe, 1985).

Bajo esta premisa, este trabajo quiere evaluar el discurso sobre la cooperación al desarrollo y la solidaridad internacional a través de las informaciones que nos hacen llegar los medios de comunicación, en este caso los medios locales de una región específica del territorio español: la Comunitat Valenciana. Se trata de profundizar en el rol que juegan los medios locales de comunicación en la construcción de una ciudadanía global, abordando desde sus discursos la relación que han establecido con las temáticas de cooperación internacional y justicia global y analizando en qué medida están contribuyendo a fomentar un discurso transformador o, por el contrario, discursos que todavía incorporan muchos prejuicios o una visión sesgada o muy limitada de la solidaridad internacional.

Este análisis, junto al de la diversidad de valores y marcos de interpretación dominantes, evidencia la dificultad de establecer conclusiones sobre efectos directos y evidentes que provocan los medios. De esta manera, el interés no pasa tanto por evaluar la efectividad de las informaciones (en términos de su construcción periodística), sino más bien, reflexionar sobre si un conjunto constante de informaciones pueden contribuir o no, a largo plazo, a una transformación social de mayor calado que afecte a cuestiones estructurales de la sociedad, o a visiones conceptuales muy arraigadas en los contextos culturales donde se dan y también a los valores y actitudes de las personas frente a las mismas.

No por ser complejo y relativo, deja de ser cierto que el discurso periodístico continúa siendo uno de los espacios más interesantes para evaluar cómo se están reflejando estos discursos de cara a la opinión pública. Como señala Bourdieu (2005) los periodistas juegan un papel central a la hora de hacer circular e imponer discursos en nuestra sociedad.

El periodismo local ha ocupado, en este sentido, un espacio central de debate en torno a la función social de los medios y especialmente en su rol de construcción de ciudadanía (Mc Chesney & Nichols, 2011; Rosen, 2012; Kleis Nielsen, 2015). Ya sea, por sus desafíos financieros, por la pérdida de diversidad y pluralidad informativa, por las influencias o dependencias a intereses comerciales y/o políticos, o ya sea por la crisis de los modelos de producción y la pérdida de calidad informativa, el periodismo local ha sido un espacio de debate y lucha de fuerzas que refleja un debate más amplio sobre los retos de los medios como garantes de la democracia y como pieza fundamental para la

construcción de una ciudadanía informada y comprometida, que proporciona información relevante y contextualizada sobre cuestiones que afectan a la vida de las personas.

Trabajos ya clásicos como los de Franklin (2006) iniciaron una línea de investigación que subraya la relevancia crítica del periodismo local en la formación de comunidades informadas y comprometidas. Un debate que se ha acentuado después de la crisis económica y de la transformación digital del ecosistema mediático local. Las oportunidades de producción y de interacción con los públicos están caminando de manera paralela con otras dificultades en la calidad y ética periodística subordinada a la búsqueda del *clic* o la atomización de los públicos por las burbujas informativas, que pueden reducir los espacios compartidos para el debate público y la construcción de ciudadanía (Firmstone & Coleman, 2015).

Por otro lado, nos parece muy relevante algunas propuestas actuales que pretenden profundizar en las características que debe tener un periodismo transformador (Al Najjar, 2024). Partiendo de Brüggemann et al. (2022) se realiza una propuesta que contempla por un lado las dimensiones organizativas y, por otro, las dimensiones narrativas de este periodismo transformador que debería incorporar: los derechos y la justicia ecosocial entre sus temas y enfoques, las causas y relaciones desiguales de poder, la defensa de la dignidad, reconocimiento y protagonismo de las personas y las minorías, la interseccionalidad de las problemáticas, el foco en las soluciones, logros y propuestas y, por último, la incorporación de la participación y la movilización ciudadana.

Muchas de estas cuestiones están incorporadas en los debates y en las prácticas del ámbito de la cooperación internacional, que es un campo profesional, pero también ideológico y de construcción de sentidos y saberes sociales. Desde ahí, por ejemplo, se han abierto debates de calado social como el propio concepto de solidaridad, frente al de competencia y/o individualismo (Díaz-Salazar, 1996) sobre la construcción de una ciudadanía crítica o una ciudadanía global (Mesa, 2000) o sobre las relaciones entre espacios locales y problemáticas globales (Murga-Menoyo & Novo, 2017), cuestiones que nos parece especialmente relevantes a la hora de evaluar la influencia y posición que toman los medios locales cuando cubren este ámbito.

Para profundizar en esto, el trabajo ha tomado un estudio de caso, las informaciones referidas a estos temas de los principales medios locales de la Comunitat Valenciana durante un periodo de tiempo delimitado (4 meses) partiendo del análisis de tres aspectos que ya han sido estudiados a lo largo de los últimos años y que contextualizan y dimensionan algunas de las conclusiones a las que llega nuestro análisis que, para este trabajo, se centra fundamentalmente en el tercero. Estos aspectos son:

- El rol que juegan los medios de comunicación locales en la construcción de estos discursos sobre cooperación internacional, justicia global y ciudadanía crítica, así como la capacidad de influencia que han tomado, como indican las teorías del *framing* o de los encuadres informativos.
- La relación entre comunicación y cooperación internacional, revisando los trabajos principales que ya han analizado los elementos más destacados de la práctica periodística en relación con este sector, analizando algunas inercias y prácticas periodísticas y tratando de establecer avances, retrocesos o dinámicas que se mantienen a través de una cierta evolución histórica.
- Los valores y marcos de interpretación que predominan en estas informaciones, tratando de definir los hegemónicos y cuestionando si el conjunto de sus informaciones aporta una visión transformadora de las problemáticas a las que se refieren.

2. Medios de comunicación y cooperación internacional

En nuestro país hemos tenido ya algunas investigaciones que han puesto el foco en esta cobertura mediática. Podemos citar, por ejemplo, el trabajo coordinado por Marcial Murciano "La prensa y la cooperación internacional: cobertura de la cooperación para el desarrollo en nueve diarios europeos" donde se analizaba cómo nueve diarios europeos –*El País, Le Monde, The Guardian, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Corriere della Sera, Aftenposten, Politiken, Helsingin Sanomat* y *Diario de Noticias*– abordaban la cooperación internacional y el desarrollo en países de África, Asia y América Latina. A través de esta comparación, se exploraban las diferencias en los enfoques, perspectivas y actitudes de los periódicos hacia la cooperación internacional.

Enmarcados en el territorio de la Comunitat Valenciana se puede destacar en esta línea el informe que llevó a cabo el Observatorio de Cooperación y Medios de Comunicación, una iniciativa de la Fundación Instituto Sindical de Cooperación al Desarrollo (ISCOD), cofinanciada por la Generalitat Valenciana. Este informe recopila y analiza las noticias vinculadas a la cooperación al desarrollo, publicadas entre enero y junio de 2014, en diversos medios de carácter nacional y regional con presencia en la región. El objetivo tanto del Observatorio como del informe que se extrajo de sus estadísticas era el de reflexionar sobre el tratamiento informativo que se realizaba en la prensa sobre las temáticas vinculadas a la cooperación al desarrollo, evaluando el seguimiento y el enfoque que se daba a estas informaciones, las fuentes que se utilizaban o los asuntos priorizados.

Existen otros trabajos que, en el marco de un proyecto más amplio, analizaron los medios desde un enfoque regional. Es el caso del trabajo de Xavier Giró et al. (2015) que analizaron, para el proyecto europeo *Devreporter*, las noticias sobre cooperación y desarrollo publicadas entre 2010 y 2013 en los principales medios catalanes. Giró descubrió cómo los *frames* hegemónicos son tan poderosos que llegan a neutralizar los contenidos que los contradicen, además de condicionar en gran medida la mirada de organizaciones, instituciones y medios de comunicación.

La teoría del *framing*, traducida al español como teoría del encuadre o de los marcos, aplicada primero al lenguaje y después a los medios de comunicación tiene ya un largo recorrido de investigación (Gamson, 1992; Entman, 1993). Esta teoría parte de que la información es, sin duda, una ventana desde la que observamos la realidad. Una realidad (textual y visual) que ha sido seleccionada y organizada para que la observemos desde ahí y no desde otra posición y que, por tanto, orienta nuestra mirada y nuestro proceso de interpretación de la misma. Según Entman (1993), nos estamos refiriendo a un proceso en el que se seleccionan (y, por tanto, se descartan también) algunos aspectos de la realidad, a los que se les otorga un mayor énfasis o importancia, de manera que se define el problema, se diagnostican sus causas, se sugieren juicios morales y se proponen soluciones y conductas apropiadas a seguir.

Si hacemos una mirada retrospectiva sobre estas investigaciones, han sido efectivamente las ONGD las que mayor atención han recibido, evaluando tanto su presencia pública en los medios como sus herramientas y estrategias para comunicar el trabajo que realizan. Desde los trabajos más generales sobre la relación entre comunicación y solidaridad (Erro & Burgui, 2003) o la representación de las organizaciones solidarias en los medios de comunicación (Jerez & Sampedro, 2004), el trabajo pionero de Javier Erro sobre la comunicación de las ONGD (2003), pasando por los trabajos de Nos Aldás (2010), Marí Sáez (2011) y Santolino (2010), así como las distintas investigaciones y trabajos

que se realizaron bajo el amparo de la Coordinadora de ONGD - España o de Lafede.cat, podemos trazar una línea evolutiva en estas investigaciones.

Entre estos trabajos nos parece muy interesante el que realizó Lafed.cat con el apoyo de la Diputación de Barcelona, sobre la comunicación de la cooperación en diez municipios de la provincia de Barcelona. El estudio que se publicó en 2014 bajo el título "La comunicació de la cooperació local. Diagnòstic a 10 municipis de la província de Barcelona", partía de un enfoque local para tratar de extraer conclusiones generales y planteaba una premisa que, hoy en día, consideramos que sigue teniendo validez: "mejorar la comunicación de la cooperación puede ser un paso clave a la hora de mejorar la salud del modelo público de cooperación". En este sentido, atribuía a los medios, pero también a los responsables de comunicación de organizaciones y de instituciones locales la capacidad de influir con su labor sobre las políticas públicas de este campo.

Una referencia más actual es el trabajo realizado por la Coordinadora Estatal de Organizaciones para el Desarrollo en colaboración con *La Marea*, *Comunicar con enfoque de derechos humanos*[1]. Después de realizar encuentros, talleres, charlas en las que han participado más de 130 profesionales de universidades, medios de comunicación, movimientos sociales y ONG del Estado español, de México, Chile, Brasil, Kenia o Estados Unidos, se ha construido una web que ofrece formación y herramientas esenciales para garantizar que el enfoque de derechos humanos empapa la comunicación de medios y organizaciones que quieren trabajar desde este enfoque.

2.1. Trasladando el foco a los valores y marcos de interpretación

Del lado de las audiencias, de la visión que trasladan los medios a éstas, pero también de la traducción que éstas hacen de las informaciones según sus formas de interpretar la realidad desde un determinado contexto, no existen tantas investigaciones en el ámbito de la cooperación internacional. Quizás la más significativa fue la que realizó Oxfam en 2011, con el apoyo del Departamento para el Desarrollo Internacional del Reino Unido (DFID), titulada: *Finding Frames: New Ways to Engage the UK Public in Global Poverty*. Este estudio pone de relieve un cierto fracaso en las formas de comunicar e implicar a la ciudadanía en cuestiones como la pobreza o la justicia global, proponiendo nuevos marcos de referencia para la comunicación de informaciones sobre estas temáticas y sugiriendo formas más efectivas de involucrar al público británico en la lucha contra la pobreza, a través de nuevas narrativas que apelen a valores que impliquen a la ciudadanía en términos de movilización y acción colectiva.

Los valores son los principios o normas que las personas utilizan en su vida para guiar sus pensamientos, actitudes y acciones. Los valores ayudan a determinar lo que es importante para cada persona y dan forma a cómo interactuamos entre los seres humanos y también con todos los seres vivos del mundo que nos rodea. Estos valores influyen y son influenciados por nuestra experiencia en la sociedad en la que vivimos.

*Finding frame*s utiliza el modelo de valores del psicólogo Shalom Schwartz que se compone de diez valores básicos, agrupados en cuatro dimensiones. Como se puede observar en la Figura 1, cada valor básico representa una meta u objetivo que las personas consideran importante en sus vidas. Las cuatro dimensiones son las siguientes:

1. Más información en el siguiente enlace: https://coordinadoraongd.org/2022/11/comunicar-con-enfoque-de-derechos-humanos/

- Apertura al cambio: que incluye valores que se relacionan con la búsqueda de nuevas experiencias y la exploración del mundo como la autonomía y la estimulación.
- Conservación: esta dimensión incluye los valores de la seguridad, la conformidad y la humildad. Valores que se relacionan con la preservación de las tradiciones y la estabilidad social.
- Trascendencia: esta dimensión incluye los valores de la benevolencia y el universalismo. Estos valores se relacionan con la preocupación por el bienestar de los demás y con la búsqueda de un sentido trascendental de la vida.
- Promoción: esta dimensión incluye los valores del poder, el logro y el hedonismo. Valores que se relacionan con la búsqueda de la excelencia personal y la realización de los propios deseos y necesidades.

En el modelo de Schwartz (1992) estos valores no son estáticos y están interrelacionados, de tal manera que los cambios en uno afectan a los demás. Los tipos de valores pueden representarse mediante un círculo de valores compatibles y opuestos, que se conoce como circunflejo. Si se reafirman los valores que se encuentran en uno de los lados de este círculo, se reprimen valores que se encuentran en el lado contrario. Es decir, nuestro sistema de valores puede predisponernos más o menos a una justicia social global, hacia una cultura de la solidaridad. Como señala Nos Aldás,

Figura 1

Modelo circunflejo de valores de Schwartz

Fuente. Tomado de Gómez Pérez et al., 2019.

> aunque nuestros valores pueden ser a veces incluso contradictorios, la relación entre ellos nos predispone a creer en la posibilidad de cambio, a tener mayor empatía o cuidado por los demás o a dar mayor importancia a nuestro prestigio personal, a la competitividad o la estabilidad de nuestra situación (mantenimiento del statu quo) y seguridad. En otras palabras, podemos tener valores que tienden más a lo individual o que incorporan más lo colectivo (valores prosociales). Que nos predisponen a creer que tenemos la capacidad de innovar y cambiar las injusticias, o que nos hacen pensar que las cosas son así y eso no es posible. Y aplicando esto a la comunicación, centrarnos en activar ciertos valores puede reforzar también otros valores cercanos. (Nos Aldás, 2019, p. 24)

Existen organizaciones como la fundación británica *Common Cause* que plantea que para abordar con éxito y de manera duradera problemas como el cambio climático y la desigualdad, debemos comprometernos con los valores culturales arraigados (pero a menudo pasados por alto) que sustentan nuestra preocupación por los demás y por el resto del mundo. En ese sentido, plantean toda una línea de trabajo en "alfabetización de valores", apoyando una comunidad global de personas y organizaciones que trabajan para fortalecer y defender determinados valores que favorezcan la implicación de la ciudadanía en la justicia social. Para ello, realizan investigaciones, desarrollan recursos y ejecutan programas de aprendizaje junto a personas influyentes y organizaciones sociales y culturales. En su "Kit de herramientas para organizaciones benéficas" (Crompton & Weinstein, 2015) establecen recomendaciones para usar estos valores en beneficio de una mejor y más eficaz comunicación de las organizaciones, utilizando el mapa de valores construido por Schwartz (2006), pero agregando la idea de metas intrínsecas y extrínsecas.

Los "valores intrínsecos" serían aquellos que perseguimos para sentirnos bien con nosotros mismos y con nuestro entorno (como por ejemplo, la comunidad, la creatividad o la amistad), frente a aquellos que vienen determinados por la aprobación o consideración que vamos a recibir de otros o desde fuera que serían los valores extrínsecos (como, por ejemplo, la imagen pública, la riqueza o el poder). Estas metas funcionan también de manera circunfleja y se activan de manera desequilibrada en la medida en que cuando priorizamos unas dejamos de lado los otros.

Cuando observamos algunas de las fuentes clave de influencia en la cultura dominante, por ejemplo, el gobierno, los medios, la publicidad, podemos ver que enfatizan algunos valores más que otros. A través de una exaltación de la riqueza, la celebridad y el consumismo, nuestra cultura se ha inclinado hacia valores extrínsecos. Aunque la mayoría de las personas todavía priorizan los valores intrínsecos más que los valores extrínsecos, este recordatorio constante de la importancia de los valores extrínsecos socava el cuidado social y ambiental. Construir nuestras instituciones sociales, negocios y servicios públicos de manera que reflejen valores intrínsecos profundizaría nuestro cuidado mutuo, fortalecería las respuestas a los problemas sociales y ambientales y mejoraría el bienestar personal.

Ahora bien, todos estos valores aterrizan en unas estructuras de conocimiento determinadas y en unos contextos específicos que marcan la capacidad de influencia de los discursos. Parece evidente que los mensajes no sólo tienen que estar orientados hacia unos determinados valores, sino que tienen que encajar en formas adecuadas para que puedan influir en la ciudadanía y a través de una presencia pública relevante y constante. Es aquí donde recuperamos la teoría de los marcos, ahora sí, aplicada especialmente, a las audiencias y los efectos que provocan en ellas.

Los marcos, según Lakoff (2006, p. 25) son "las estructuras mentales que permiten a los seres humanos comprender la realidad y, a veces, crear lo que tomamos como realidad [...]. Estructuran nuestras ideas y conceptos, moldean la forma en que razonamos e incluso afectan la forma en que percibimos y actuamos. En su mayor parte, nuestro uso de marcos es inconsciente y automático, es decir, los usamos sin darnos cuenta". de ahí la importancia de profundizar en la idea de la responsabilidad social de los medios, de la toma de conciencia sobre el rol que juegan y la importancia de visibilizar los marcos que desde ellos se promueven.

No obstante, hay que poner en evidencia, como señalábamos anteriormente, que la capacidad de influencia y, sobre todo, de cambiar conductas, que tienen estos marcos es relativa y ha sido, incluso, sobrevalorada (Druckman, 2004). Esto ha hecho que nos encontremos distintos énfasis y denominaciones, hablándose, por ejemplo, de marcos débiles y marcos fuertes o de marcos superficiales y marcos profundos.

Estos cuestionamientos tratan de matizar y complejizar la influencia del *framing* debido al nivel de atención y seguimiento de la actualidad a través de los medios, una cuestión cada vez más evidente en la medida en que en la generación de la opinión pública los medios están perdiendo relevancia. Por otro lado, la cultura desempeña un rol central en los procesos de *framing*, "al actuar como un 'reservorio' de encuadres, marcando a la vez límites sobre lo que es socialmente aceptable o no: si los encuadres chocan frontalmente con principios culturales ampliamente aceptados, es poco probable que tengan efectos relevantes" (Ardevol - Abreu, 2015, p. 437).

Igualmente, habría que tener en cuenta la predisposición de cada persona y el contexto particular desde el que traduce cualquier mensaje. La interpretación de los hechos sociales y la elaboración de un modelo discursivo por parte del individuo derivan de un proceso de negociación entre la información nueva a la que se expone y su conocimiento social previo. En este sentido, aceptamos y nos exponemos con mayor facilidad a mensajes que reafirman nuestros valores y juicios previos y somos más reacios a la exposición a aquellos que nos contradicen. Por último, hay que considerar que los encuadres no son únicos, que sobre muchos temas conviven distintos encuadres en la sociedad y también en los medios. De hecho, como veremos en nuestro análisis en una misma información pueden recogerse distintos valores y encuadres, por lo que podemos encontrar dificultad para determinar los hegemónicos.

En este sentido, vemos como en un sector o sobre un determinado tema los discursos van evolucionando, lo que no quiere decir que los nuevos vengan a hacer desaparecer los anteriores, sino que más bien se suman y en muchos casos pueden convivir durante mucho tiempo. Esto ha ocurrido, por ejemplo, en relación con el discurso sobre la cooperación descentralizada y su puesta en valor dentro del conjunto de la cooperación internacional y de la sociedad. Ahí hemos pasado de la narrativa de los hermanamientos, a la narrativa del 0,7 %, a la narrativa de las competencias propias, a la narrativa de la localización de los ODS o, en los últimos años, a la narrativa de la ciudadanía global (Pérez, 2020).

Una de las pocas investigaciones que se han realizado en España incorporando la teoría de los valores y los marcos ha sido el estudio *Nadie dijo que fuera fácil* realizado por ONGAWA (2019) de cara a evaluar las estrategias y las prácticas comunicativas y educativas a través de las cuales las ONGD responden al reto de implicar activamente a la ciudadanía en procesos de transformación social. Este

trabajo incorpora igualmente una mirada muy interesante sobre las aportaciones que la Educación para la Ciudadanía Global ha realizado no sólo en términos conceptuales sino también en la manera de concebirse y de concebir el trabajo en las organizaciones que trabajan en favor de la justicia global.

3. Metodología aplicada

Hemos pretendido abordar todas estas cuestiones desde el análisis crítico del discurso que supone un subcampo disciplinario dentro de la perspectiva más amplia del análisis del discurso y del análisis del discurso periodístico que nos sirve, no sólo como metodología sino como campo de acción y reflexión. El análisis crítico del discurso examina cómo se articulan y mantienen las relaciones de poder a través del lenguaje y el discurso en diversas esferas sociales, como los medios de comunicación, la política, la educación, entre otros. Se preocupa por entender quién tiene el poder para hablar, qué voces son excluidas o marginadas, y cómo se negocian y se perpetúan las relaciones de poder en el discurso.

Esto implica una perspectiva teórica y crítica sobre el papel del lenguaje periodístico en la sociedad, de la configuración de marcos de interpretación y de los valores que promocionan los medios, destacando su función en la creación y reproducción de realidades sociales, en la construcción de identidades y en la negociación de significados en su proceso de mediación con la comunicación humana.

Igualmente, abordaremos el análisis del discurso en su acepción metodológica de conjunto de técnicas y herramientas utilizadas para investigar y examinar cómo se construyen los significados, se negocian relaciones de poder y se expresan ideologías a través del uso del lenguaje y las prácticas discursivas (en este caso periodísticas) en diferentes contextos sociales, políticos y culturales. Véanse, por ejemplo, los trabajos de Van Dijk (1988), Fairclough (1995) o Richardson (2007).

Una metodología complementaria a otras que también están incorporadas en el análisis como son:

- El análisis de contenido; examinando y cuantificando temáticas o enfoques de las informaciones seleccionadas.
- El análisis del *framing* o encuadre: Examinando cómo se seleccionan y presentan ciertos aspectos de una temática o áreas de conocimiento para tratar de anticipar interpretaciones hegemónicas por parte de las audiencias.

En concreto, para realizar este estudio analizamos la representación que los medios de comunicación hacen de los discursos de la cooperación al desarrollo y la solidaridad internacional en la prensa local y autonómica de la Comunitat Valenciana, seleccionando cinco medios de referencia en la prensa escrita, tanto por tradición en sus localidades y/o provincias como por su difusión y alcance. Estos medios son *Información, Las Provincias, Levante EMV, Mediterráneo* y *Valencia Plaza.* Además, se sumaron al análisis los programas informativos de la Cadena SER en la región, la radio de mayor audiencia autonómica, así como los informativos y magazines de Á Punt, la radiotelevisión pública de esta comunidad autónoma.

Hay que señalar que, además del servicio público, están incluidos en la elección de la muestra algunos de los grupos de comunicación más representativos de nuestro país y los más importantes en la

Comunitat Valenciana: Grupo Prisa (Cadena Ser), Grupo Prensa Ibérica (Información, Levante EMV, Mediterráneo), Grupo Vocento (Las Provincias) y Grupo Ediciones Plaza (Valencia Plaza). Al mismo tiempo, estos medios representan distintas orientaciones ideológicas.

La muestra de piezas informativas a analizar se ha obtenido a través de la base de datos MyNews, por medio de la búsqueda de palabras clave en los buscadores instalados en las páginas web de los medios anteriores y, en el caso particular de À Punt, a través de su servicio de documentación. El marco temporal de búsqueda ha comprendido 4 meses de información, concretamente desde el 1 de septiembre de 2022 al 31 de diciembre de 2022.

En una primera búsqueda de contenidos relacionados con la cooperación internacional aparecieron más de 500 piezas informativas que recogían los conceptos de búsqueda introducidos (pobreza, desigualdad, cambio climático, desarrollo sostenible, cooperación internacional, solidaridad, ONG, ciudadanía global) o que en algún momento hacían referencia a estas temáticas. Se eligieron estos ocho conceptos intentando abarcar de forma amplia cualquier noticia que implicase al sector de la cooperación internacional.

No obstante, para los fines de este estudio, se discriminaron más de la mitad de estas piezas, porque sólo se seleccionaron aquellas donde el tema central era la cooperación internacional o donde aparecía desarrollado alguno de los aspectos de la misma (las ONGD, la justicia global, la ciudadanía global, etc.) como parte relevante de su contenido. Esto nos permite identificar relatos, focos o marcos suficientemente explicitados para analizarlos desde el punto de vista del análisis del discurso periodístico.

La muestra, por tanto, sometida a análisis ha estado compuesta por un total de 276 piezas informativas centradas en la cooperación y la solidaridad internacional que, además de codificarlas en términos de medio, fecha, título y sinopsis, se han analizado en base a los siguientes criterios se han analizado en base a los siguientes criterios que explicaremos detalladamente en el apartado de resultados:

- Foco informativo.
- Marco principal promovido.
- Valor principal promovido.
- Discurso hegemónico promovido.

4. Resultados

Lo primero que tenemos que decir es que, cuando analizamos enfoques, valores, marcos y discursos en las piezas informativas lo más habitual es que no encontremos uno solo, sino una combinación de dos o más de ellos. No obstante, nuestra labor ha sido determinar de manera cualitativa los predominantes con el objetivo de obtener conclusiones generales sobre la mirada que ofrecen los medios de comunicación locales a las personas que acceden a la información sobre cooperación y solidaridad internacional a través de sus publicaciones. Resumimos a continuación los principales resultados alcanzados.

4.1. Sobre los enfoques

En el caso de los enfoques, se han categorizado las piezas informativas según las siguientes denominaciones:

- Problema: piezas informativas centradas en una situación concreta que se considera perjudicial y que se produce en un país o región del Sur global. Por ejemplo, casos de malaria que afectan al África subsahariana.
- Solución: piezas informativas que destacan vías para abordar alguno de los problemas que afectan al Sur global. Por ejemplo, propuesta de reparto de mosquiteras para evitar la malaria en África subsahariana.
- Causa: espacios en medios de comunicación dedicados a las razones que explican alguno de los problemas que se producen en un país o región del Sur global. Por ejemplo, incremento de los casos de malaria derivados de la mayor proliferación de mosquitos relacionados con el incremento de temperaturas por el cambio climático.
- Consecuencia: piezas informativas que hacen referencia a las derivadas de un problema que se produce en un país o región del Sur global. Por ejemplo, muertes y colapso de sistemas sanitarios como consecuencia del incremento de la malaria en África subsahariana.
- Logros: informaciones que muestran la superación de problemas que afectan a países o regiones del Sur global o avances en este sentido. Por ejemplo, reducción de la mortalidad por malaria en África subsahariana gracias a la financiación de programas de vacunación por parte de la cooperación europea.

Tomando como referencia lo anterior, podemos observar en la Figura 2 que algo más de un tercio de las piezas informativas analizadas se centran principalmente en posibles soluciones relacionadas con la lucha contra la pobreza y la desigualdad y que otro tercio pone el foco en dichos problemas. El tercio restante engloba, entre otras, causas, consecuencias y logros.

Podemos señalar, por tanto, que hay cierto equilibrio en los enfoques de las informaciones, aunque, llama la atención la falta de incorporación de causas y consecuencias en los hechos narrados, especialmente, cuando se refieren a situaciones muy complejas, relacionadas con problemáticas globales y que afectan al futuro inmediato de nuestras sociedades.

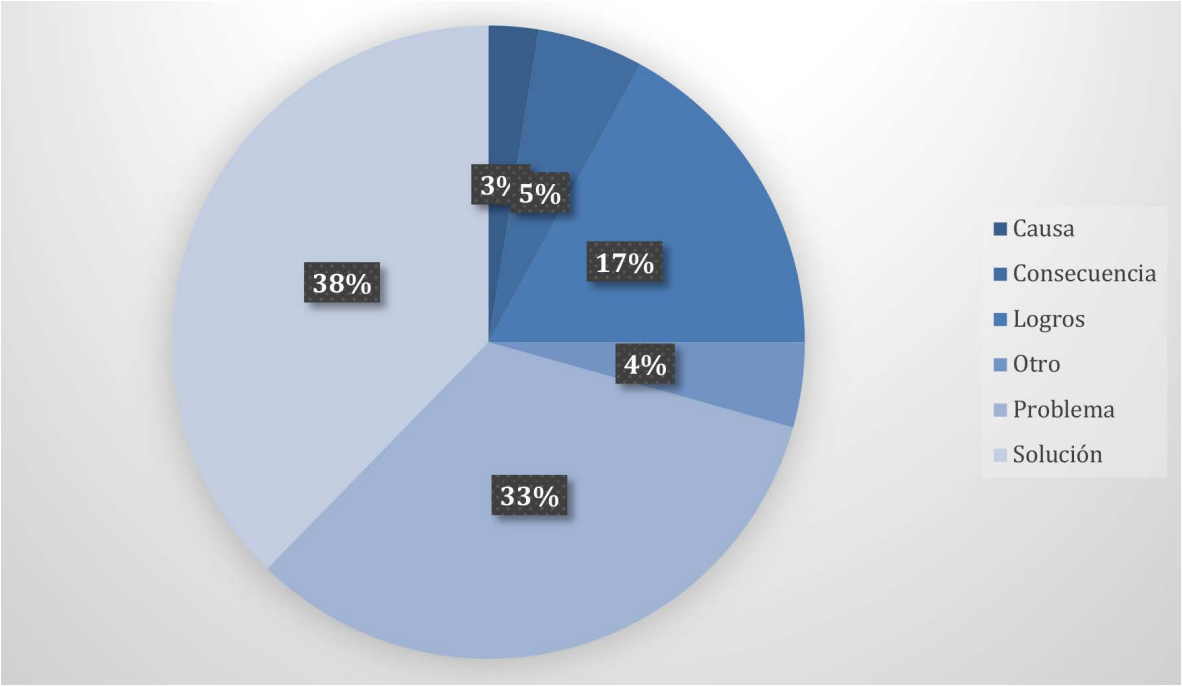
Por otra parte, hay que destacar que más de la mitad de las piezas analizadas tienen cierto enfoque positivo ya que se centran en soluciones y logros. Esto desmonta en parte el discurso instalado entre la sociedad civil de que las y los periodistas atienden con más interés a los problemas del mundo que a los avances logrados a través de la cooperación al desarrollo y la solidaridad internacional.

Por otro lado, hay que decir que, cuando las piezas informativas se centran en los logros, en su gran mayoría lo hacen en términos de resultados –ejecución de proyectos, incremento de la ayuda oficial, incremento de donaciones,...– y no tanto en términos de objetivos finalistas (reducción de la pobreza, consolidación o defensa de los derechos humanos, por ejemplo). Además, en numerosas ocasiones, los logros tienen un enfoque claramente asistencialista o desarrollista[2] lo que no contribuye a los procesos de construcción de una ciudadanía activa y crítica. Esta cuestión también es notable en el caso de piezas informativas enfocadas en las soluciones, ya que las que se plantean tienen un claro enfoque caritativo o están exclusivamente centradas en la donación.

2. Se considera enfoque asistencialista aquel que se centra en la ayuda o incluso en la caridad como vía para superar problemas vinculados con la pobreza, sin atender a sus causas o consecuencias. En el caso del enfoque desarrollista, el foco se pone en las entidades vinculadas a la cooperación al desarrollo y secundariamente en los esfuerzos de las personas, comunidades y países del Sur global para progresar.

Figura 2

Foco de las informaciones analizadas



Fuente. Elaboración propia.

4.2. Sobre los marcos

Para el análisis de los marcos predominantes, se ha partido de una simplificación de los marcos superficiales recogidos en el documento ya mencionado "Finding frames: new ways to engage the UK public in global poverty"[3].

En nuestro trabajo lo hemos caracterizado del siguiente modo:

- Marco de ayuda y caridad: se centra en destacar la importancia de la ayuda desde el Norte hacia Sur global ya sea por personas, entidades o Administraciones públicas, así como en acciones caritativas y centradas en la captación y la transmisión de fondos.
- Marco de justicia social y bien común: pone el acento en la solidaridad, la empatía, la justicia y el bien común, en la preocupación por otras personas y la búsqueda del bienestar colectivo.
- Marco de experiencia personal: destaca por centrarse en el papel individual, en el "héroe" que ayuda a personas en situación de pobreza.
- Marco de cambiar del sistema: se centra en la importancia de modificar las estructuras de poder y reformar las instituciones para alcanzar objetivos relacionados con la lucha contra la pobreza y la desigualdad.
- Marco sistémico: pone el foco en explicar las interrelaciones que se producen en un mundo complejo y que explican los problemas que lo caracterizan.

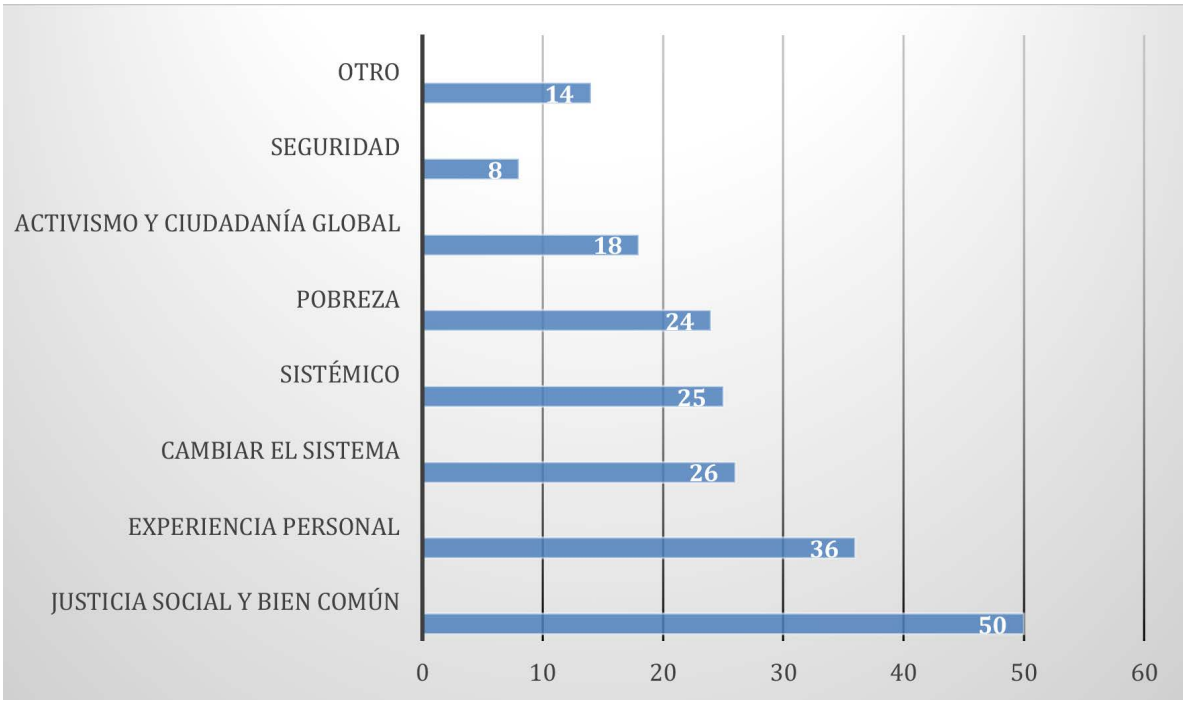
3. Existe una versión en español disponible en el siguiente enlace: https://www.kaidara.org/wp-content/uploads/2019/06/BuscandoMarcos.pdf

- Marco de pobreza: hace referencia a la pobreza exclusivamente, sin tener en cuenta una visión más general que incluya otras cuestiones relacionadas como el comercio, el cambio climático, etc.
- Marco de activismo y ciudadanía global: hace hincapié en la capacidad de las personas de generar cambios a favor de la lucha contra las injusticias en colaboración con otras.
- Marco de seguridad: se centra en una visión instrumental de la cooperación al desarrollo y la solidaridad internacional, buscando la seguridad propia.

Si analizamos los resultados obtenidos en la Figura 3, podemos decir que hay cierto equilibrio entre marcos que tienden hacia la transformación social y los que no lo hacen. Los primeros –justicia social y bien común, cambiar el sistema, sistémico y activismo y ciudadanía global– se encuentran en 119 piezas de las 276 analizadas. Los menos transformadores –ayuda y caridad, experiencia personal, pobreza y seguridad– suman 143 piezas informativas. En cualquier caso, no debe dejarse de destacar que el marco más utilizado en el conjunto de informaciones es el de ayuda y caridad con una distancia considerable respecto al resto.

Figura 3

Número de piezas según el marco principal que promueven



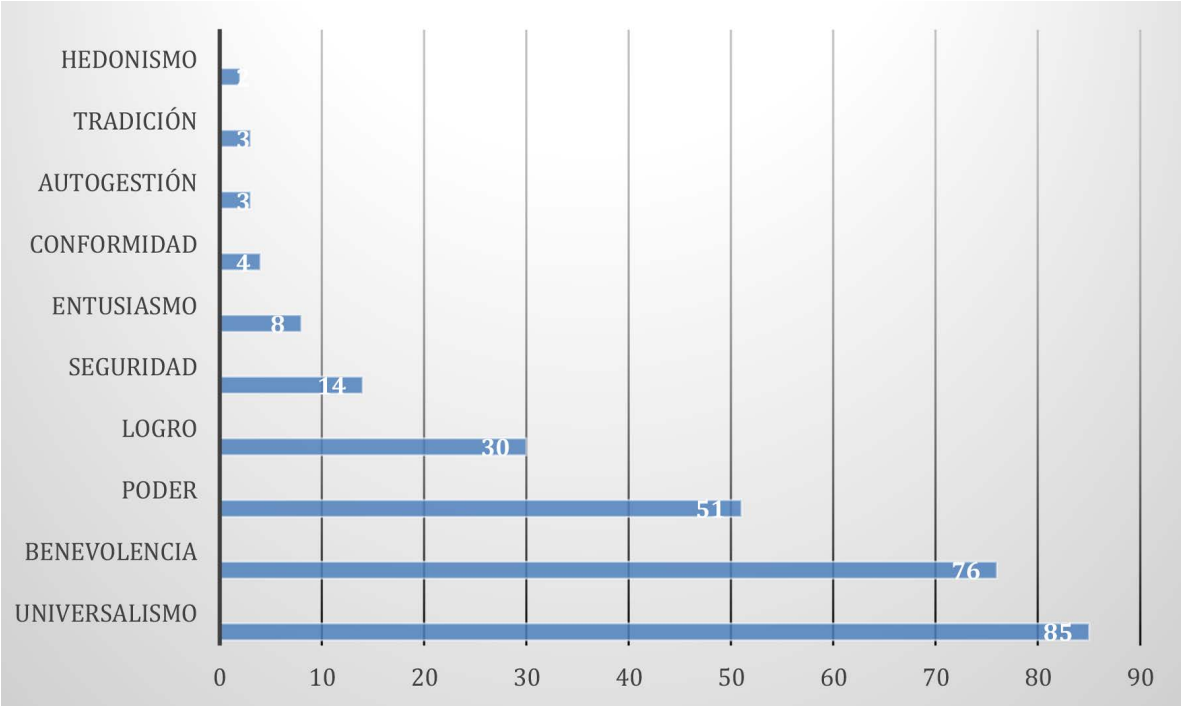
Fuente. Elaboración propia.

4.3. Sobre los valores

Al mismo tiempo, hemos realizado un análisis de las piezas informativas en base a los valores que promueven. Para ello se ha tomado como referencia el mapa de valores culturales de Schwartz y los hemos caracterizado de la siguiente forma:

Figura 4

Número de informaciones en función del valor que transmiten



Fuente. Elaboración propia.

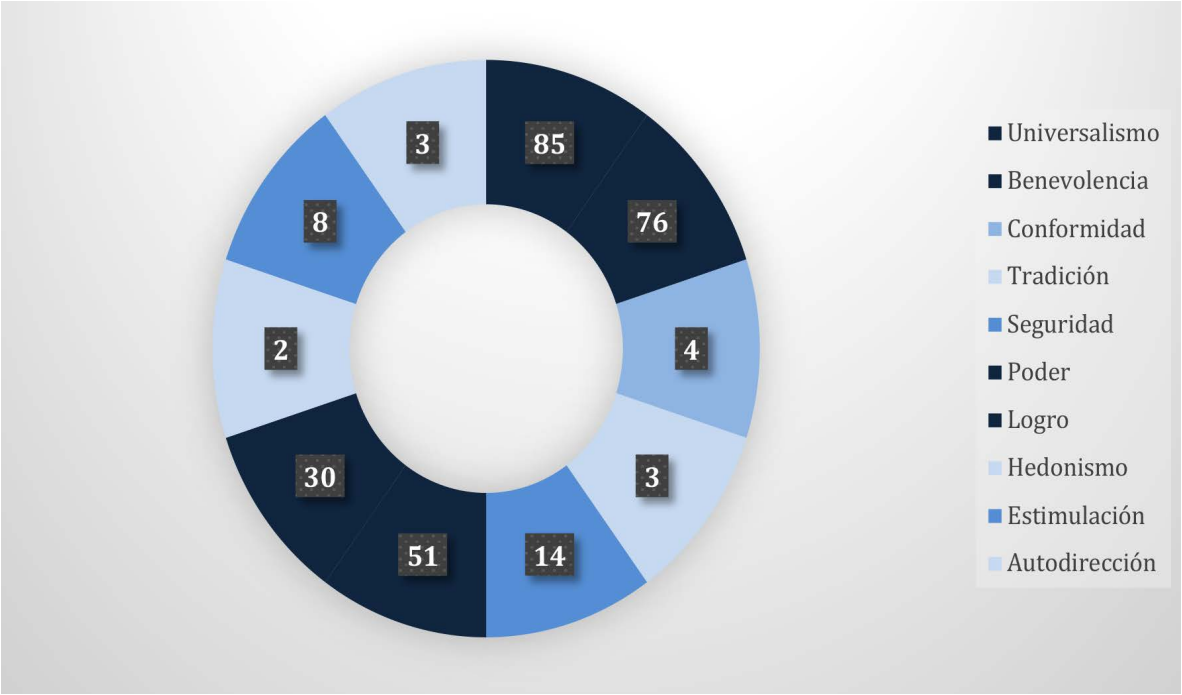
- Universalismo, valor asociado a la protección del medio ambiente, la armonía con la naturaleza, la justicia social, la igualdad y la paz.
- Benevolencia, valor que se vincula con amabilidad, honestidad, perdón, responsabilidad y amor.
- Poder, valor vinculado a conceptos como autoridad, riqueza, imagen pública y reconocimiento social.
- Logro, valor que tiene relación con el éxito, la ambición, la influencia y la inteligencia.
- Seguridad, valor que se asocia con limpieza, seguridad nacional, reciprocidad de favores, orden social y pertenencia.
- Entusiasmo, valor que asociamos a atrevimiento y vida excitante.

La Figura 4 nos muestra que el valor que más aparece es el del universalismo, un valor claramente asociado a la transformación social. Pueden serlo también los valores adyacentes de autodirección y benevolencia, aunque hay que destacar que entre las noticias categorizadas con este último valor se encuentran un número considerable que apuntan a enfoques caritativos o asistenciales. Por otra parte, en las piezas en las que predomina el valor de autodirección se encuentran varias referidas a comportamientos individuales que quedan lejos de la visión social que incorpora el concepto de ciudadanía global. Por tanto, podemos decir que solo un 30 % de las noticias están vinculadas a un valor completamente transformador y que otro tercio de las mismas puede estarlo parcialmente.

Si volvemos al mapa de valores culturales de Schwartz y lo adaptamos a las piezas informativas analizadas, el resultado es el siguiente:

Figura 5

Número de piezas, según valores transmitidos, bajo el modelo de Schwartz



Fuente. Elaboración propia.

En la Figura 5, la intensidad del color refleja la mayor presencia de un valor o de otro (en cada sector se incluye el número de piezas asociadas a cada valor). Por tanto, como puede verse, hay una clara predominancia de "valores espejo", universalismo y benevolencia por una parte, y logro y poder por la otra. Según la teoría de Schwartz estos valores, situados justo en lados opuestos de la figura, se desactivan unos a otros, por lo que una de las grandes conclusiones de la investigación es que, analizándolas a nivel general, aunque hay un ligero predominio de la promoción de valores relacionados con la ciudadanía global, la alta presencia de otros que vinculamos con el individualismo, la celebridad o el consumismo se neutralizan con los anteriores, limitando el poder transformador de la información que recogen los medios de comunicación en el ámbito de la Comunitat Valenciana.

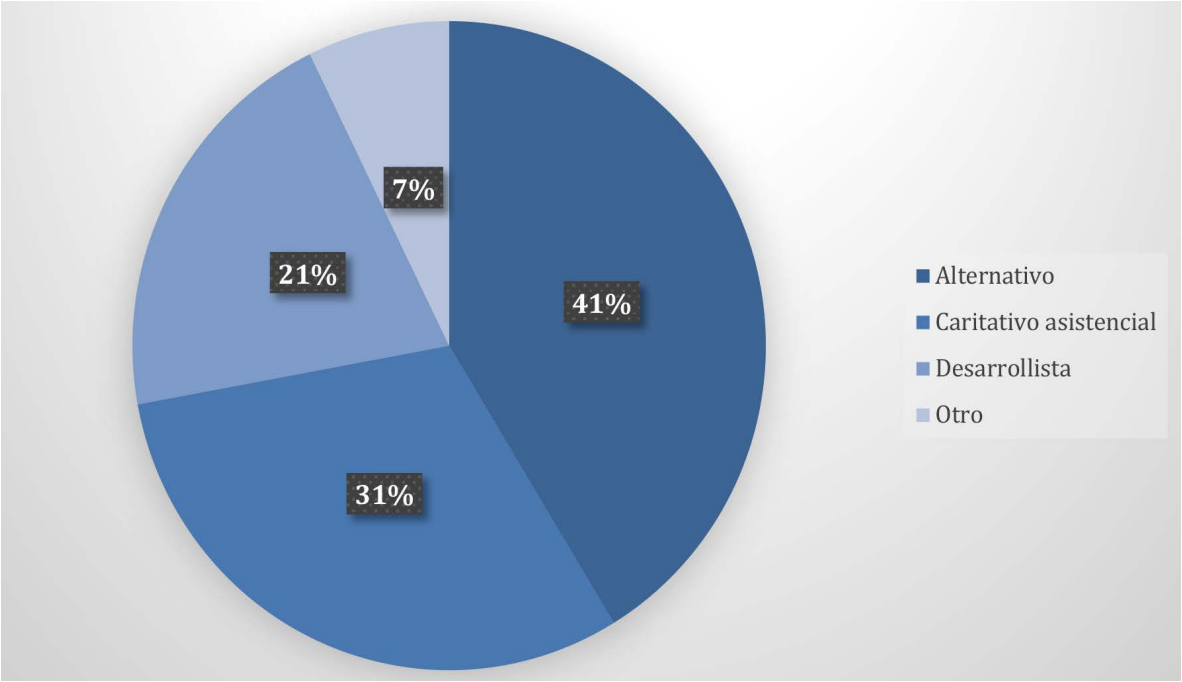
4.4. Sobre los discursos hegemónicos

Tomando como referencia todo lo anterior, se puede establecer a modo de segunda gran conclusión de la investigación qué discursos hegemónicos se promueven desde las piezas analizadas. En este sentido, se han establecido tres categorías:

- Alternativo: se relaciona con la justicia social y la ciudadanía global. Las piezas informativas de esta categoría son valoradas por su contribución a la transformación social.
- Desarrollista: su foco principal está puesto en el trabajo de las entidades vinculadas con la cooperación al desarrollo y en los esfuerzos de las personas, comunidades y países del Sur global para progresar.
- Caritativo asistencial: centrado en la ayuda e incluso la caridad, así como en la pobreza y sus consecuencias, sin atender a sus causas.

Figura 6

Porcentaje de informaciones según el discurso hegemónico que promueven



Fuente. Elaboración propia.

El análisis de la Figura 6 desprende, en línea similar a lo descrito para el análisis de marcos y valores, que algo más del 40% de las piezas informativas analizadas tienen un discurso alternativo y un poco más del 30% un discurso caritativo asistencial. El discurso desarrollista supera por unas décimas el 20% de las piezas analizadas.

Por tanto, podemos decir que en los medios de comunicación de la Comunitat Valenciana conviven diferentes tipos de discursos hegemónicos sin una clara preeminencia de ninguno de ellos. Teniendo en cuenta, como se indicó anteriormente, que una de las fuentes principales de información para los medios es el propio tercer sector, y que en él –e incluso en las propias organizaciones– se simultanean distintas formas de representar y reflejar el sector de la cooperación internacional, no es de extrañar este resultado en los medios de comunicación de la región.

Vinculado con esta cuestión es interesante destacar que hay una mayor presencia del discurso caritativo asistencial en las piezas informativas de carácter local.

5. Conclusiones y elementos para reflexionar

Más de la mitad de las piezas analizadas tienen cierto enfoque positivo ya que se centran en soluciones y logros. Esto desmonta en parte el discurso instalado entre la sociedad civil de que las y los periodistas atienden con más interés a los problemas del mundo que a los avances logrados a través de la cooperación al desarrollo y la solidaridad internacional. Esta visión positiva no parece estar condicionada ni por la temática abordada ni por el tipo de actuación a la que se alude (conferencia internacional, proyecto de cooperación, acción de captación de fondos, voluntariado, entre otros).

Las piezas informativas que se centran en logros, en su gran mayoría lo hacen en términos de resultados –ejecución de proyectos, incremento de AOD, incremento de donaciones, trabajo del voluntariado, etc.– y no tanto en términos de objetivos (reducción de la pobreza o reducción de impactos del cambio climático, por ejemplo). Además, en numerosas ocasiones, los logros tienen un enfoque claramente asistencialista o desarrollista lo que no contribuye a los procesos de construcción de una ciudadanía activa y crítica. Esta cuestión también es notable en el caso de piezas informativas enfocadas en las soluciones, ya que las que se plantean tienen un claro enfoque caritativo o están exclusivamente centradas en la donación o en los recursos que se necesitan para una cuestión determinada, soluciones puntuales y a corto plazo que no abordan las causas estructurales de la pobreza y la desigualdad.

Hay que señalar, además, que las piezas centradas en las causas que explican los problemas de pobreza y desigualdad que sufren los países del Sur global son prácticamente residuales (tan sólo el 2,5 % de lo analizado). Esto claramente limita la contribución de los medios locales analizados a la comprensión de los problemas estructurales y a sus interrelaciones con otros lo que dificulta alcanzar una comprensión multifactorial de la realidad internacional, elemento clave para generar conciencia sobre la necesidad de abordar procesos de transformación social.

En general puede decirse que hay cierto equilibrio entre marcos que tienden hacia la transformación social –justicia social y bien común, cambiar el sistema, sistémico y activismo y ciudadanía global– y los que no lo hacen –ayuda y caridad, experiencia personal, pobreza y seguridad–. En cualquier caso, no debe dejarse de destacar que el marco más relevante es el de ayuda y caridad con una distancia considerable respecto al resto.

Los valores predominantes son universalismo, benevolencia, poder y logro. El primero, el de universalismo, está claramente asociado a la transformación social. El de benevolencia, adyacente al anterior, también puede serlo, aunque hay que destacar que entre las noticias categorizadas con este último valor se encuentran un número considerable que apuntan a enfoques caritativos o asistenciales. Por otra parte, en las piezas en las que predomina el valor de autodirección, que también tiene cierto enfoque transformador, se encuentran varias referidas a comportamientos individuales que quedan lejos de la visión social que incorpora el concepto de ciudadanía global. Por tanto, podemos decir que solo un 30 % de las noticias están vinculadas a un valor completamente transformador y que otro tercio de estas puede estarlo tan sólo parcialmente.

Aunque las piezas informativas con valores transformadores tienen un lugar destacado en el análisis, también es cierto que la presencia de los que no lo son –logro y poder principalmente– son muy relevantes. Como consecuencia, unas noticias se neutralizan con otras, reduciendo la capacidad de transformación del conjunto de informaciones analizadas. Se cumpliría así, la idea del esquema circunflejo de Schwartz (1992) donde unos valores desactivan a otros y donde, si no se consigue cambiar esta relación de fuerzas, difícilmente se pueden provocar grandes cambios.

El análisis muestra la convivencia de diferentes tipos de discursos hegemónicos –caritativo asistencial, desarrollista y alternativo– sin una clara preeminencia de ninguno de ellos. Teniendo en cuenta que una de las fuentes principales de información para los medios es el propio tercer sector, y que en él –e incluso dentro de las propias organizaciones no gubernamentales– se simultanean distintas formas de representar y reflejar la cooperación internacional, el resultado no muestra tanto

una distorsión de los medios sino más bien un reflejo de un sector muy diverso y que no ha conseguido trasladar un discurso común que impregne a todo el sector y al conjunto de la sociedad valenciana.

Vinculado con esta cuestión es interesante destacar que hay una mayor presencia del discurso caritativo asistencial en las piezas informativas de carácter local. Cuanto más vinculada a lo local está una información más se acentúa su limitación en el discurso, sin una vinculación a problemáticas globales y sin referencias a procesos colectivos de cambio social. Probablemente esto nuevamente esté vinculado con el papel del tercer sector como fuente de información, unido a la escasa formación, falta de profesionales de comunicación y acompañamiento en cuestiones comunicativas con la que cuentan las sedes locales y autonómicas de las ONGD.

No obstante, estas hipótesis quedan pendiente de confirmación en la segunda etapa de esta investigación que contrastará estos resultados con las opiniones de los profesionales de la comunicación (los que difunden informaciones desde los gabinetes de organizaciones e instituciones) y de los propios periodistas de los medios locales analizados.

En cualquier caso, creemos que además de aportar datos y un análisis sectorial para investigadores del campo de la cooperación internacional y del análisis del discurso, puede tener un interés especial para los profesionales de la comunicación que trabajan en este ámbito. Ya sean periodistas de los medios que puedan ver evaluado su trabajo y tomen ideas y referencias para mejorar el enfoque de sus informaciones como profesionales de la comunicación que trabajen en departamentos de comunicación de organizaciones o instituciones del ámbito de la cooperación internacional que reformulen su forma de establecer discursos y comunicados dirigidos a los medios o a la opinión pública de tal forma que se garantice una mirada más comprometida colectivamente y con mayor capacidad de transformación social.

Agradecimientos

Este trabajo contó con el apoyo de la Coordinadora Valenciana de ONGD y con la colaboración de Jorge Castañeda en la recopilación y análisis de las informaciones.

Semblanza del autor

José Manuel Moreno-Domínguez es licenciado en Periodismo por la Universidad de Sevilla y especializado en políticas de comunicación, gestión cultural y procesos de participación ciudadana. Trabaja como Profesor Asociado de la Facultad de Comunicación de dicha Universidad donde imparte las asignaturas de Gabinetes de Comunicación y Comunicación para el Desarrollo. Ha sido miembro fundador y forma parte del Grupo de Estudios Interdisciplinarios en Comunicación, Política y Cambio Social (COMPOLÍTICAS) donde coordina el área de cooperación al desarrollo. Ha impartido clases en el Máster de Cooperación Internacional de la Universidad Pontificia de Comillas y en los cursos de experto sobre Voluntariado y Cooperación Internacional de la Universidad Pablo de Olavide. Ha sido consultor independiente y ha colaborado con varias agencias de comunicación en la realización de planes y estrategias de comunicación. Entre sus últimas publicaciones destacan el libro El Cambio social a través de las imágenes. Guía para entender y utilizar el video participativo (Los Libros de la

Catarata, 2014) y los capítulos "La comunicación para el desarrollo en el marco de la Agenda 2030 ¿Derecho fundamental, política estratégica o herramienta instrumental?" (Comunicación Social, 2023) y "Audiovisual y Tercer Sector: un campo abonado a la participación y las demandas sociales" (Comunicación Social, 2023).

Referencias

Al Najjar Trujillo, T. (2024). Dimensiones y criterios del periodismo transformador: una propuesta de reforma mediática. *Index.comunicación, 14*(1), 155-180. https://doi.org/10.62008/ixc/14/01Dimens

Ardèvol-Abreu, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Socia*l, *70*(1), 423-450. https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1053

Bourdieu, P. (2005). *Pensamiento y acción.* Los Libros del Zorzal.

Brüggemann, M., Frech, J., & Schäfer, T. (2022). Transformative Journalisms: How the ecological crisis is transforming journalism. En A. Hansen (Ed.), *The Routledge Handbook of Environment and Communication*. Routledge. https://doi.org/10.31219/OSF.IO/MQV5W

Crompton, T., & Weinstein, N. (2015). *Common Cause Communication. A toolkit for charities.* Common Cause Foundation. https://acortar.link/MAbzMb

Darnton, A., & Kirk, M. (2011). *Finding frames: new ways to engage the UK public in global poverty*. Bond.

Díaz-Salazar, R. (1996) *Redes de solidaridad internacional. Para derribar el muro norte-sur.* Ediciones H.O.A.C.

Druckman, J. N. (2004). Political preference formation: Competition, deliberation, and the (ir) relevance of framing effects. *American Political Science Review*, *98*(4), 671-686. https://doi.org/10.1017/S0003055404041413

Entman, R. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, *43*(4), 51-58. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Erro, J., & Burgui, T. (2003). *El campo de la comunicación, sensibilización y desarrollo para el desarrollo en Navarra (1998-2002).* Universidad Pública de Navarra.

Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. Edward Arnold.

Firmstone, J., & Coleman, S. (2015). Rethinking local communicative spaces: reflecting on the implications of digital media and citizen journalism for the role of local journalism in engaging citizens in local democracies. En R. Kleis Nielsen (Ed.), *Local Journalism. The decline of newspapers and the rise of digital media* (pp. 117-140). Oxford University.

Franklin, B. (2006). *Local journalism and local media: Making the local news.* Routledge

Gamson, W.A. (1992). *Talking politics*. Cambridge University Press.

Giró, X., Farrera, L., & Giró, V. (2015). La cooperació i la solidaritat internacional segons els mèdia a Catalunya: percepció i discurs reflectit. (1 ed.). Federació Catalana d'ONG per al Desenvolupament. http://surl.li/wpuhsl

Jerez, A., & Sampedro, V. (2004). Visibilidad pública y tratamiento informativo del movimiento de cooperación al desarrollo (1992-2002). *Política y Sociedad*, *41*(1), 49-63. https://hdl.handle.net/20.500.14352/51970

Kleis Nielsen, R. (2015). *Local Journalism. The decline of newspapers and the rise of digital media*. Reuters Institute for the Study of Journalism. Oxford University.

Laclau E., & Mouffe C. (1985). *Hegemony and Socialist Strategy*. Verso.

Lakoff, G. (2006). *Don't think of an elephant! know your values and frame the debate: the essential guide for progressives*. Chelsea Green Publishing.

Lorente, M. (2014). La comunicació de la cooperació local. Diagnòstic a 10 municipis de la província de Barcelona. Lafede.cat. Organitzacions per la justícia global. https://www.sabadell.cat/images/cooperacio/documents/informediu

Marí Sáez, V. (2011). *Comunicar para transformar, transformar para comunicar.* Editorial Popular.

McChesney, R. W., & Nichols, J. (2011). *The death and life of American journalism: The media revolution that will begin the world again*. Nation Books.

Mesa, M. (2000). La educación para el desarrollo: entre la caridad y la ciudadanía global. *Papeles de Cuestiones Internacionales*, (70), 11-26.

Murciano, M. (2010). *La prensa y la cooperación internacional. Cobertura de la cooperación para el desarrollo en nueve diarios europeos*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Murga-Menoyo, M. A., & Novo, M. (2017). Sostenibilidad, desarrollo «glocal» y ciudadanía planetaria. Referentes de una Pedagogía para el desarrollo sostenible. *Teoría De La Educación. Revista Interuniversitaria*, *29*(1), 55-78. https://doi.org/10.14201/teoredu2915579

Nos Aldás, E. (2010). Comunicación, cultura y educación para la solidaridad y el desarrollo. Un análisis desde el discurso. En J. Erro & T. Burgui (Coords.), *Comunicando para la solidaridad y la cooperación*. Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía.

Nos Aldás, E. (2019). *Comunicación transgresora de cambio social.* Universitat Jaume I.

Gómez Pérez, J. M., Jiménez Rivero, M., Rosado Morón, I., & Sánchez Jacob, E. (2019). *Nadie dijo que fuera fácil. Un relato colectivo, optimista y cuestionador sobre cómo las ONGD implicamos a la ciudadanía*. ONGAWA. https://ongawa.org/nadiedijofacil/

Pérez, A. (2020). Nuevas narrativas en la cooperación descentralizada española. *Análisis del Real Instituto Elcano (ARI)*, 80. https://acortar.link/6GiCNu

Richardson, J. (2007). *Analyzing Newspapers. An Approach from Critical Discourse Analysis*. Palgrave Macmillan.

Rosen, J. (2012). *What Are Journalists For?* Yale University Press.

Santolino, M., Giró, X., & Navarro, R. (2017). Hacia una estrategia compartida de comunicación para el desarrollo desde las políticas de cooperación de la Comunitat Valenciana. *E-DHC, Quaderns Electrònics sobre el Desenvolupament Humà i la Cooperació*, (8), 56-68.

Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, *49*(1), 103-122. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x

Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology*, *25*(1), 1-65. https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6

Schwartz, S. (2006). Les valeurs de base de la personne: théorie, mesures et applications. *Revue française de sociologie*, *47*(4), 929-968. https://doi.org/10.3917/rfs.474.0929

Van Dijk, T. A. (1988). *News as discourse.* Lawrence Erlbaum Associates.

ÁMBITOS
REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

Nº 67 | ABRIL 2025
ISSN: 1139-1979 | E-ISSN: 1988-5733
10.12795/Ambitos.2025.i67.10

Tendencias académicas en el análisis del periodismo de proximidad: propuesta de una revisión bibliográfica

Academic Trends in the Analysis of Community Journalism: a Proposal for a Literature Review

María Rosario Onieva Mallero

Universidad Complutense de Madrid | Avenida de Séneca, 2 (Ciudad Universitaria), 28040 Madrid | España
0000-0002-0485-0876 | maroniev@ucm.es

Recepción 31/05/2024 · Aceptación 21/10/2024 · Publicación 15/04/2025

Resumen

Una realidad como la desinformación a escala internacional refuerza el valor otorgado a los medios de comunicación locales como garantes no solo del libre acceso a la información sino del propio sistema democrático. Se revisa la literatura científica generada en torno al periodismo de proximidad a lo largo de estas tres últimas décadas con el objetivo de proporcionar un repertorio bibliográfico de relevancia a los investigadores en la materia. Se consideran los textos que examinan el tema desde un punto de vista que tiene que ver con la contribución a la definición de la noción o que centran su atención en áreas territoriales o en países específicos. Para ello, se han considerado aportaciones referenciadas que han sido extraídas de artículos de revistas científicas, monografías, capítulos de libros, comunicaciones y ponencias presentadas en congresos y tesis doctorales. Como índices de referencia se han empleado de modo prioritario: JCR, SJR, FECYT y IDR para revistas; SPI para monografías y capítulos de libros; CPCI-S para comunicaciones y ponencias; y las bases de datos NDLTD, OATD y Teseo para tesis doctorales. La revisión permite establecer cuatro líneas prioritarias para la academia: conceptualización del término; impacto de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, que asimismo engloba facetas como la disrupción del mercado y la transición digital; examen de la realidad por áreas geográficas y/o por países; y todo lo que tiene que ver con el fenómeno de los desiertos informativos. A ellas se incorpora una quinta estrictamente referida a la producción científica en el caso de España.

Palabras clave: periodismo, prensa local, prensa regional, prensa de proximidad, desiertos informativos.

Abstract

A reality such as disinformation on an international scale reinforces the value of local media as guarantors not only of free access to information but also of the democratic system itself. The scientific literature on community journalism generated over the last three decades is reviewed with the aim of providing a bibliographical repertoire of relevance to researchers in the field. Texts that deal with the topic from a point of view that contributes to the definition of the term or that focus on territorial areas or specific countries are considered. References were taken from articles in scientific journals, monographs, book chapters, communications and papers presented at conferences and doctoral theses. Priority has been given to the following reference indices: JCR, SJR, FECYT and IDR for journals; SPI for monographs

CC BY NC SA

and book chapters; CPCI-S for communications and papers; and the NDLTD, OATD and Teseo databases for theses. The review makes it possible to identify four priority areas for science: the conceptualisation of the term; the impact of the new information and communication technologies, which also includes facets such as market disruption and digital transition; the study of the reality by geographical area and/or country; and everything related to the phenomenon of news deserts. A fifth one is added, referred to scientific production in Spain.

Keywords: *journalism, local press, regional press, community press, news deserts.*

1. Introducción

La prensa local, regional o de proximidad ha recibido una considerable atención por parte de la literatura científica a lo largo de estos últimos treinta años, sustentada en las aportaciones pioneras de Byerly (1961) quien destaca el valor añadido de la proximidad sobre los receptores, Kennedy (1974) asimismo referido a su capacidad para generar comunidad en un determinado escenario geográfico, Mabileau & Tudesq (1980) que diseccionan sus singularidades o Lavrakas-Holley (1989) en torno a la búsqueda de una identidad corporativa propia

Martínez Juan (2003) subraya que, más allá del término empleado para describir esta realidad, lo verdaderamente relevante es que se trata de un tipo de periodismo caracterizado por aspectos como su ubicación en un lugar delimitado tanto desde el punto de vista geográfico como jurídico cuyos habitantes reúnen una unicidad cultural y cuentan con unos intereses comunes, una audiencia en la que se percibe una cercanía entre los ciudadanos y los poderes públicos, unos contenidos de variada índole pero siempre elaborados a partir de ese espacio limitado, unos intereses mediáticos ligados con las coordinadas geográficas y una responsabilidad social del medio con el territorio en el que se encuentra.

Esteve & Fernández-del-Moral (2007) ponen de relieve que nos encontramos ante una clase de prensa que, sin despreciar otros contenidos que son también tratados por su redacción, pone particular énfasis en las novedades que afectan a una determinada área geográfica e inciden en múltiples facetas que van desde lo político hasta lo económico pasando por lo cultural, lo social, lo deportivo, lo científico-tecnológico o lo urbanístico, entre otras posibilidades.

Este artículo surge con el objetivo de llevar a cabo una revisión de la bibliografía científica existente en torno a este fenómeno que se ha acumulado durante la última década del siglo XX y el ya casi primer cuarto del XXI. De esta manera seguimos y ampliamos una senda que, en el caso concreto de España, ha comenzado a ser recorrida por autoras como De-Haro & Salinas (2024), centradas en la exploración sistemática de la realidad en la prensa murciana.

Consideramos que, más allá de cómo se denomine esta realidad (local, regional, de proximidad), lo verdaderamente relevante es la amplia variedad de facetas de estudio que proporciona esta modalidad periodística, lo que nos mueve a plantear tres preguntas de investigación:

1. ¿Cómo se contempla desde la academia la estela de la mercantilización (López-García, 2004) y la existencia de una doble y simultánea tendencia de la comunicación que alude a la globalización y a la atención de lo local como dos caras dentro del mismo mundo informativo (Parratt, 2002)?

2. ¿Hasta qué punto la literatura científica atiende el conjunto de vicisitudes que la afectan y que ocasionan la disrupción del negocio (Pickard, 2022) provocando la adopción de estrategias de la más variada naturaleza por parte de las empresas periodísticas (WAN-IFRA, 2022)?
3. ¿De qué manera el examen holístico de esta realidad sienta las bases no solamente para su mejor conocimiento sino también para servir de herramienta estratégica que mejore la política corporativa de aquellas empresas de la información que se han decantado por desarrollar su actividad en este segmento de mercado?

2. Método

Se ha procedido a la revisión sistemática de la bibliografía científica generada en torno al periodismo de proximidad. El periodo temporal tratado se sitúa de modo prioritario entre 1990 y 2024. Por motivos de espacio, se consideran únicamente los textos que examinan el tema desde un punto de vista que tiene que ver con la contribución a la definición de la noción o que centran su atención en áreas territoriales o en países específicos, descartándose los trabajos sobre regiones o municipios dentro de una nación, los referidos a grupos empresariales o los que tienen que ver con un determinado medio de comunicación.

Las aportaciones referenciadas han sido extraídas de artículos de revistas científicas, monografías, capítulos de libros, comunicaciones y ponencias presentadas en congresos y tesis doctorales. Se han excluido textos procedentes de artículos de divulgación, trabajos de fin de máster y trabajos de fin de grado por estimarse que su valor de relevancia potencial para la comunidad científica se encontraba muy por debajo de las contribuciones citadas con anterioridad. El volumen total de documentos analizados alcanza las 2.670 obras.

En el caso de las revistas científicas se han tenido en cuenta las indexadas en los indicadores Journal Citation Reports (JCR) y SCImago Journal Rank (SJR), así como las aportaciones de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) y el Índice Dialnet de Revistas (IDR). Tanto las monografías como los capítulos de libros considerados han sido seleccionados conforme a su publicación en editoriales incorporadas al Scholarly Publishers Indicators (SPI).

En lo que se refiere a comunicaciones y ponencias correspondientes a congresos científicos se ha empleado la base de datos del Conference Proceedings Citation Index of Science (CPCI-S) extraído de la plataforma Web of Science (WoS). Las tesis doctorales proceden de la búsqueda a través de las bases de datos Networked Digital Library of Theses and Dissertations (NDLTD), Open Access Theses and Dissertations (OATD) y Teseo (únicamente tesis españolas).

Del análisis bibliográfico llevado a cabo se deriva la detección de cuatro principales líneas de investigación por parte de la academia. Las tres primeras se refieren al fenómeno en sí: conceptualización del término; impacto de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones; y examen de la realidad por áreas geográficas y/o por países (de ella, en este artículo extraemos una línea específicamente referida a la realidad de España). La cuarta tiene que ver con el reverso de la moneda: la carencia de medios de comunicación especializados en información local que conlleva el fenómeno de los desiertos informativos, cuyo carácter novedoso y hondo impacto social llaman la atención de un creciente número de investigadores.

3. Resultados

3.1. Conceptualización del término

Prensa local, regional o de proximidad son vocablos empleados de manera habitual por la bibliografía científica internacional y española, por regla general con un significado común. Esteve (2002) introduce la matización de que información local o regional es el más frecuentemente empleado si bien la información de proximidad lo define con mayor exactitud.

López-de-Zuazo (1976) y De-la-Mota (1988), en sus compilaciones dedicadas respectivamente al periodismo y a la comunicación, optan por la palabra local por considerar que se adecua mejor tanto al tipo de contenido habitualmente presentado como a la identificación territorial de dichos medios. López-de-Zuazo entiende que "suele incluir noticias y comentarios sobre la gestión municipal, vida de sociedad, actos públicos, etc." (1976, p. 120) mientras que De-la-Mota apostilla que asimismo engloba "cualquier información o mensaje que se refiere a la zona donde radica el Medio" (1988, p. 73).

Hallamos un empleo prioritario de la información local en los trabajos de Anderson (2013) que reflexiona sobre su capacidad para adecuarse al cambiante ecosistema de las ciudades, Nielsen (2015) que sitúa tal realidad en la base estratégica del periodismo considerado en términos generales y Leupold et al. (2016), quienes ponen de relieve de qué manera estos medios aportan el valor añadido de pertenencia a una determinada comunidad. Hess & Waller (2017) ponen en valor su práctica profesional y Napoli et al. (2017) lo identifican con las necesidades de unas audiencias geográficamente determinadas. En esta línea se encuentran Halliday et al., (2020) con su reflexión sobre su potencial impacto en la lucha contra las desigualdades que se producen en el seno de un espacio territorialmente delimitado, Jenkins & Nielsen (2020a) quienes se adentran en su capacidad de evolución en un entorno cambiante y competitivo y Hayes & Lawless (2021) que enfatizan la relación entre su erosión y el incremento del desencanto político.

Asimismo, resulta notable la cantidad de estudiosos que aluden al concepto de prensa regional. Gaunt & Pritchard (1990) examinan las relaciones entre los medios regionales franceses y las agencias de noticias, McNair (1994) analiza el mercado británico de la información y alude a medios impresos y de carácter audiovisual y Aldridge (2001) considera el peso específico de las profesionales de la información femeninas en las redacciones. Por su parte, Correia et al. (2011) reflexionan sobre su engarce con las nociones de esfera pública y sociedad civil, Hess & Bowd (2015) lo examinan en relación con las redes sociales, Longden (2017) centra la atención en cuestiones que guardan relación con la deontología profesional y Wessels et al. (2018) estudian su rol de ancla de confianza dentro del contexto de la comunicación global digital a partir de la experiencia sueca.

El tercero de los vocablos, proximidad, es también empleado por un considerable número de autores. Entre ellos destacamos a Camponez (2002), quien a partir del caso de una incineradora de residuos ubicada en Leiria advierte sobre las repercusiones de llevar hasta sus últimas consecuencias el compromiso con una comunidad local. En buena medida su trabajo marca la considerable influencia lusa en esta terminología. Caldevilla (2013) se aproxima a la incidencia de la web 2.0 en esta realidad, Negrea (2019) examina su capacidad para la generación de vínculos que contribuyan a la consolidación del consenso democrático y Alves (2020) reflexiona en torno a las relaciones que se establecen entre esta clase de prensa y las redes sociales.

En una línea ligeramente diferente, Moragas (1988) emplea el concepto de mesocomunicación y subraya la necesidad de ir más allá del análisis del control de las políticas democráticas de control y considerar la democratización de su uso; por su parte, García-Leiva (2015) liga la proximidad como parte de los derechos humanos de índole cultural, explícitamente reconocidos en la Convención sobre la promoción y protección de la diversidad de las expresiones culturales de la UNESCO (2005).

Guillamet (2002) establece una diferenciación entre lo local y lo regional que trasciende lo meramente territorial y se incardina dentro de lo conceptual y subraya de qué manera el desarrollo industrial del periodismo a finales del siglo XIX y la aparición de la prensa de masas en el primer tercio del siglo XX relegan a la prensa local a una función secundaria frente a los grandes diarios que se desarrollan en las capitales pero al mismo tiempo dan lugar al nacimiento y desarrollo de la prensa regional, que no es más que un estadio superior de la prensa local y "es fruto del crecimiento de las ciudades, del desarrollo de las comunicaciones interiores y del crecimiento de la influencia que una serie de ciudades pueden adquirir sobre el territorio más próximo" (p. 187).

3.2. Impacto de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones

Franklin (1998) constituye uno de los primeros autores que reflexiona en torno a cuáles es el impacto de las NTIC sobre la estructura productiva de los medios locales. Sparks (2002) estima que la ruptura de las usuales barreras de distribución geográfica por una parte le resta la ventaja competitiva de la proximidad, pero, al mismo tiempo, incrementa sus mercados potenciales.

Hume (2012) indica que el influjo de las NTIC ocasiona la globalización en el acceso a los contenidos *online* e implica la dilución de la noción de lo local que apenas conserva a duras penas su nombre. Por su parte, Salaverría et al. (2018) consideran que por medios locales se entienden "todos aquellos comprendidos desde los medios municipales hasta los medios orientados a toda una comunidad autónoma, pasando por los medios comarcales y provinciales" (p. 1043), excluyéndose los cibermedios hiperlocales que se identifican con los publicados para un barrio o distrito.

En relación con las posibilidades de interacción entre los medios regionales y las audiencias gracias al acceso *online* de los contenidos resaltamos las aportaciones de Lewis et al., (2010), Loosen & Schmidt (2012), Ihlebaek & Krumsvik (2015), Carson et al. (2016), McCollough et al. (2017) y Weber & Mathews (2022), en las que se subraya la existencia de un formidable potencial de *feedback* sustentado en la figura del prosumidor.

Frente a dicha concepción, existe otra línea de pensamiento que expresa una opinión de mayor escepticismo y que es esgrimida por investigadores como Boczkowski & De-Santos (2007), García-Orosa (2018) y Welbers et al. (2018), quienes consideran que la experiencia ha demostrado que el incremento de cibermedios de toda índole y alcance geográfico no ha supuesto ni una mayor variedad de los temas abordados ni unos superiores niveles de interactividad por parte de los receptores.

Los efectos de la disrupción del mercado son abordados por Parks (2021), quien pone de relieve su vulnerabilidad ante el cúmulo de circunstancias desfavorables donde tiene que desarrollar su actividad, pero de modo adicional advierte que se trata del segmento de la industria de la información que cuenta con un mayor potencial para conformar un nuevo ecosistema mediático más sólido y adaptado a los verdaderos requerimientos de la sociedad. Peña et al. (2016) y Jenkins

& Nielsen (2018) exponen que la transición digital resulta particularmente complicada para los medios locales, en muchas ocasiones incapaces de generar las imprescindibles economías de escala en materia tecnológica, productiva y comercial.

Schulz (2021), a partir de un análisis de 38 países y una lista de 15 temas locales, traza una estadística para medir su relevancia que cruza los niveles de apego a la comunidad local con la tasa media de acceso a temas locales, llegando a la conclusión de que dicho apego es un factor asociado con un mayor uso de las noticias locales, si bien las diferencias en su consumo entre los países pueden tener muchas otras causas, de tal modo que quienes más se involucran en la comunidad consumen más noticias locales.

Galletero & Jerónimo (2019) realizan un análisis comparativo de las realidades de España y Portugal y concluyen con la percepción de que "el volumen de negocio de las empresas editoras, desigual en ambos países, condiciona los recursos para desarrollar portales más competitivos en lo tecnológico" (p. 74).

Martin & McCrain (2019) centran su atención en cómo dicho proceso está reforzando las presiones económicas y dificultando la supervivencia de las empresas informativas que han apostado por este segmento de negocio en un estudio que pese a referirse a la realidad de Estados Unidos resulta de utilidad para la comprensión de otros mercados locales. LeBrun et al. (2022) indican la dificultad que para el mantenimiento de su rentabilidad supone la creciente competencia de medios de alcance transregional. Cook et al., (2016) y Jerónimo et al. (2022) subrayan la generalizada caída de ingresos derivada de la menor circulación de ejemplares y el consiguiente descenso de la publicidad.

En una línea diferente Pantic (2022) señala como un aspecto a considerar que las reducidas plantillas de que disponen los medios locales favorecen, en determinadas ocasiones, que parte de los contenidos sean producidos por voluntarios y estudiantes de periodismo, lo que por una parte conlleva un reforzamiento de los nexos entre el periódico y la comunidad a la que se dirige pero al mismo tiempo plantea consideraciones laborales y deontológicas.

Jenkins & Jerónimo (2021) presentan un análisis comparado de Alemania, Francia, Finlandia y Portugal, basado en entrevistas con miembros del personal de periódicos locales y regionales de esos cinco países, y subrayan los diferentes niveles de integración en sus procesos editoriales que conlleva concluyendo que las implicaciones de la transformación digital en los medios son evidentes en la estructura organizativa y la cultura, las estrategias de liderazgo y las funciones y responsabilidades de editores y reporteros. Mathisen (2023) pone de relieve la particular relación que se produce con las fuentes de información sustentada en el caso de 24 medios de comunicación noruegos, que incluyen prensa impresa y *online* así como emisoras de radio, cuya estructura productiva es examinada de manera exhaustiva.

Adentrándose en el terreno de los nuevos formatos, Nel & Westlund (2012) exponen las posibilidades que la telefonía móvil brinda a esta clase de medios para optimizar sus procesos productivos y focalizarse en un conjunto de actividades que se encuadran dentro de las cuatro Cs (canales, conversación, contenido y comercialización). Se abre así una senda que posteriormente ha sido retomada por Goggin et al. (2015) y por Schmitz (2020) al estudiar dicho fenómeno en el conjunto de la industria.

La tecnología del *podcasting* y sus posibilidades para los medios locales da paso a una línea de investigación que resulta particularmente fecunda. El fenómeno es analizado por Martínez –García & Navarro (2019), focalizados en la necesidad de atraer nuevas audiencias mediante el vector de la proximidad, Jenkins & Nielsen (2020b), quienes ponen de relieve cómo se están incorporando en su estructura productiva, así como Crider (2023), que resalta sus expectativas de futuro consideradas principalmente en el corto y medio plazo.

Delgado (2018) analiza el *podcasting* en medios de comunicación radicados en Navarra; Martínez-Costa et al. (2021), a partir del análisis de su empleo en algunos medios regionales de Castilla y León, consideran que se presenta como una oportunidad más para la necesaria transformación digital de los medios tradicionales de ámbito local y regional; y De Sola & Segura (2022) se centran en la comunidad autónoma de Aragón y se refieren exclusivamente al pódcast generado por *Heraldo de Aragón*, examinando facetas como el tipo de contenidos tratados, los géneros predominantes o la organización de los recursos humanos que intervienen en su producción.

Antunes & Salaverría (2018) subrayan, como elemento clave en su proceso de consolidación y expansión dentro del mercado comunicativo a escala global, que "están propiciando una fragmentación de las audiencias, una diversificación de la oferta de contenido, proliferando múltiples centros de producción, a veces vinculados a un solo individuo" (p. 1775), mientras que McHugh (2012) lo enraíza con la noción de COHRD (*Crafted Oral History Radio Documentary*), entendido como un verdadero género informativo que combina historia oral, arte y periodismo radiofónico, y Gutiérrez García et al. (2019) hacen hincapié en la faceta de la serialización aplicada al caso de los pódcast de esencia narrativa.

Barnett & Townend (2015) se refieren al fenómeno de los medios hiperlocales y Firmstone (2016) a la percepción de sus propios periodistas. Hastjarjo (2017) centra la atención en las oportunidades y desafíos en el medio y corto plazo y Wadbring & Bergström (2017) subrayan la profunda crisis estructural a la que deben hacer frente en un entorno tan globalizado como competitivo. Ahva & Wiard (2018) ponen el acento en las relaciones que se establecen entre los medios de proximidad y sus audiencias, Tenor (2019) se refiere al emprendimiento y Bowden et al. (2021) aluden a su incidencia en determinados temas críticos dentro de la agenda social.

Y, por último, Lauterer (2006) reflexiona acerca de una cuestión como el periodismo comunitario, entendido como una realidad que conlleva un conjunto de implicaciones estratégicas que van más allá de la noción del periodismo local y cuya práctica, por consiguiente, plantea numerosos retos a los profesionales de la información. Su línea de trabajo es seguida y ampliada por autores como Lowrey et al. (2008), quienes trazan una escala para medir el grado en que los medios de comunicación ayudan a la comunidad, Reader (2012), que profundiza en la conceptualización del término, y Robinson (2014), centrada en contextualizar su evolución diacrónica, así como en subrayar su vigencia en el nuevo entorno mediático.

3.3. Examen de la realidad por áreas geográficas

Dentro de la vertiente que examina los diversos mercados locales, cada cual con sus singularidades pese a sus evidentes puntos en común, destacamos los análisis relativos a Alemania de Handstein (2010), centrado en la definición de estándares de calidad, y Möhring (2015), referido al estado de

la investigación sobre el periodismo de proximidad; Hess & Waller (2016), partir del estudio de tres casos reales en Australia, subrayan las ventajas añadidas aportadas a los ciudadanos que se informan mediante esta clase de medios.

En la evaluación de la situación en Francia, Holubowicz (2012) plantea, a partir del caso de *Le Dauphiné Libéré*, cómo afectan las nuevas herramientas a las prácticas profesionales y a la percepción que los periodistas tienen de su rol en la sociedad mientras que Amiel & Powers (2019) reflexionan sobre el conocido como periodismo de soluciones y su impacto sobre las comunidades locales del país.

Kerkhoven & Bakker (2014) se refieren a Países Bajos y analizan 123 medios hiperlocales, explicando cuáles son los principales modelos de negocio que adoptan para subsistir en un mercado cada vez más competitivo; Halvorsen & Bjerke (2019) identifican 67 de estos medios en Noruega y exponen que menos de un tercio generan los suficientes ingresos propios para garantizar su pervivencia; Hujanen et al. (2019) se focalizan en Finlandia y disertan sobre su capacidad para involucrar a las audiencias en la construcción de comunidades; y Berthelsen & Hameleers (2021) examinan el estado de la cuestión en Dinamarca y concluyen que un enfoque en el periodismo de servicio puede contribuir a alcanzar a los grupos poblacionales de menor edad y más reacios al consumo de estos contenidos.

Con relación al caso de Portugal citamos las aportaciones de Camponez (2002), quien a partir del caso de una incineradora de residuos ubicada en Leiria advierte sobre las repercusiones de llevar hasta sus últimas consecuencias el compromiso con una comunidad local, Jerónimo (2013), referida a la escasa apuesta por la innovación en aspectos como la hipertextualidad, la multimedialidad o la interactividad que resultan básicos para acceder a las nuevas generaciones de lectores, y la propia ERC (*Entidade Reguladora para a Comunicação Social*) (2010), que realiza un extenso y profundo análisis transversal elaborado a partir de testimonios de responsables de diarios locales y regionales.

En lo que respecta al Reino Unido, Harte (2013) subraya la preocupación de los reguladores ante la pluralidad de fuentes de noticias a las que se exponen los ciudadanos en sus localidades y establece las bases estratégicas para medir el crecimiento de este tipo de medios en el corto y medio plazo; y Radcliffe (2015) evidencia su contribución a la vida cívica y a la pluralidad mediática en un contexto de cierres, fusiones, recortes y caída de las ventas.

Richards (2013) traza una propuesta comparativa entre Australia y Canadá y concluye que, pese a las dificultades que deben atravesar, los medios locales no solo benefician a la comunidad en la que desarrollan su acción sino que contribuyen al desarrollo del capital social de ambos países. La realidad de Estados Unidos es recogida por Althaus et al. (2009), quienes determinan la notable correlación entre las tendencias demográficas propias de los mercados de noticias locales y los patrones de exposición a las noticias a nivel individual, así como por Horning (2012), que pone particular énfasis en la afirmación de que, pese a sus menores recursos, este tipo de periodismo resulta sostenible si apuesta por la innovación y por el reforzamiento del compromiso con su comunidad.

En la esfera castellanoparlante, descontado el caso de España recogido en el siguiente subepígrafe, se encuentran los trabajos sobre Argentina de Segura et al. (2018), quienes a partir de un detallado análisis que recopila la relación de los operativos en ese momento examinan los medios comunitarios audiovisuales, y Sánchez & London (2020), que estudian el diario *La Nueva* de la localidad de Bahía Blanca y ponen de relieve la escasa atención que presta a la pobreza endémica de la zona.

Del-Valle et al. (2015) centran su atención en el papel que desempeñan las prácticas de los profesionales del periodismo de Chile para asegurar el pluralismo informativo del país; Zamora (2014), a partir del estudio de *Diario del Callao* de Perú, reflexiona sobre la manera en que los temas locales son abordados; y Hayden (2005) analiza la prensa del Estado de Zulia en Venezuela y subraya las dificultades de los medios de comunicación para adecuarse a las necesidades de las comunidades de la región.

A todos ellos añadimos la aportación de Rodríguez Urra et al. (2023) que plantean un mapa general de los medios de comunicación en Hispanoamérica, en el que se identifican un total de 2.403 iniciativas de las que únicamente el diez por ciento corresponden a nativos digitales, donde la información de proximidad tiene un relevante peso específico y destaca por sus dificultades de financiación económica.

Por su carácter integrador referimos la obra coordinada por Gulyas & Baines (2020) en la que desde distintas perspectivas se estudian, entre otros, los mercados de Australia, Bélgica, Brasil, área del Caribe, Colombia, Estados Unidos, Japón, Noruega, Nueva Zelanda, Polonia, Reino Unido, Rusia y Suecia. La obra incide en la manera en que sus respectivas industrias de la información afectan no solo a los profesionales sino a las audiencias y al conjunto de sus opiniones públicas. Por otra parte, la realidad específica de Brasil es abordada por Da Silva & Vidigal (2024), quienes se centran en la utilización de las plataformas digitales.

Asimismo, por su capacidad para combinar los escenarios de diversos países de la Unión Europea, resaltamos las aportaciones de López-García et al. (2015), donde se cotejan las realidades de España y Portugal y se concluye que existen pocos medios que aprovechen las posibilidades de la web 2.0 para dinamizar sus comunidades digitales; Rivas-de-Roca et al. (2020), en la que se examinan tanto de modo individual como comparativo distintas iniciativas correspondientes a Alemania, España y Reino Unido, subrayándose la superficialidad y falta de lenguajes digitales que contrastan con la necesidad de buscar nuevas fórmulas que conecten en mayor medida con las audiencias; y Rivas-de-Roca & García Gordillo (2024) que proponen un código de buenas prácticas para el tratamiento informativo de la UE.

3.4. Análisis del caso español

Por ser pioneros en la materia, citamos en primer lugar las aportaciones de Macià (1994) quien distingue entre prensa interregional y regional, interprovincial y provincial y comarcal y local, Fontcuberta (1997) al reflexionar sobre la relevancia que adquiere la identidad de esta clase de medios, Cantalapiedra (1997) que alude a la particular idiosincrasia del periodista local González Borjas (2000) que examina su proceso de confrontación dialéctica con los medios de alcance nacional.

Egea (2001) aborda los movimientos de los grupos empresariales a finales de los años noventa y subraya las alianzas que se están produciendo tanto a escala regional como en función de intereses editoriales. La obra coordinada por López-Lita et al. (2002) examina la prensa local a partir de los retos estratégicos planteados por el mercado y propone tanto un análisis comparativo con lo que sucede en otros países del entorno como un examen de determinados proyectos recién surgidos en España.

Ese mismo carácter global preside los trabajos de Segovia (2005) sobre la presencia de capital extranjero en estos medios, López-García & Macià (2007) y López-García (2008) quienes estudian

de manera detallada el fenómeno del periodismo de proximidad, Izquierdo (2010) que proporciona pistas sobre las estrategias corporativas estructuradas en torno a este segmento de mercado y Melián & Campos (2010) sobre el emprendimiento en este específico ámbito de actuación.

Flores (2014) conceptualiza la noción de lo hiperlocal, Pérez-Curiel et al. (2015) reflexionan en torno al uso de las fuentes de la información por parte del periodismo de proximidad y Rodríguez-Reyes et al., (2015) examinan la relación con las fuentes institucionales y gabinetes de comunicación. García-Santamaría (2016) lleva a cabo un pormenorizado estudio sobre el proceso de evolución seguida por los principales grupos multimedia, tanto de alcance nacional como de índole regional, que desarrollan su actividad en el país y traza una completa radiografía de este escenario mediático.

Martínez-Fernández et al. (2017) centran su atención en el debate sobre el posible fin de ciclo de los medios locales impresos, tomando como muestra las cabeceras locales editadas en Galicia por ser la comunidad española con un mayor número de ediciones locales. Negreira, et al. (2020) trazan un mapa de los cibermedios locales e hiperlocales en el que analizan variables como las plataformas, los ciclos de publicación, la titularidad o la lengua utilizada, entre otras. Su recopilación, que permite advertir algunos de los principales rasgos de esta clase de iniciativas e incluye un total de 1.148 cibermedios locales y 62 de naturaleza hiperlocal, profundiza una investigación planteada unos años antes por López-García et al. (2016) en la que también se tenía en cuenta el caso de Portugal.

Dos propuestas focalizada en la innovación tecnológica de la prensa local son las aportada por Santos (2023), quien examina los niveles de utilización de aplicaciones móviles de geolocalización centrándose en los casos de *Información*, *La Crónica de Badajoz*, *La Provincia*, *La Voz de Almería* y *La Voz de Galicia*, y por Martori (2024) en torno a *Semanari de l'Alt Empordà*, *Revista del Baix Empordà*, *El 9 Nou*, *Regió 7*, *Diari de Sabadell*, *Revista Alella*, *Som Garrigues*, *Segre*, *El Vallenç* y *Setmanari L'Ebre*. Por su parte Pérez-Serrano, et al. (2021) subrayan sus dificultades para consolidar la senda de la rentabilidad empresarial.

Una línea particular es la que se refiere a la en su momento conocida como *Cadena de Medios del Movimiento*, constituida en 1940, y el ente sustituto creado en 1977 bajo la denominación *Organismo Autónomo de Medios de Comunicación Social del Estado*, embrión de buena parte de los principales grupos periodísticos españoles especializados en prensa regional tras la subasta pública de los diarios que lo conformaban. Este proceso es examinado, en términos generales, por autores como Sánchez-Rada (1996), Zabildea (1996), De-las-Heras (2000), Fernández-del-Moral (2002), Davara (2005), Laguna & Martínez-Gallego (2013) y García- Santamaría & Pérez-Serrano (2018).

La aplicación concreta de dicha línea de investigación la encontramos en las aportaciones de Pryzbyl (1990), alrededor del fenómeno de la sindicación de contenidos que auspicia la colaboración de medios pertenecientes a un mismo grupo; Reig (1998), referida a la gradual pérdida de peso específico de la empresa familiar y/o el pequeño empresario; Barrera (2005), sobre la compra de cabeceras locales por parte de las cabeceras de alcance nacional; y Quintana & Oliva (2012) focalizados en los efectos en los medios de proximidad de la conclusión de las ayudas del Estado tras la entrada de España en la por entonces denominada Comunidad Económica Europea.

3.5. El fenómeno de los desiertos informativos

La noción de desiertos informativos, entendida como un hecho cuyos efectos perniciosos van más allá de la industria de la información e inciden sobre el conjunto de la estructura social de un país, comenzó a ser analizada de forma sistemática en Estados Unidos (Abernathy, 2016), prosiguió en el ámbito europeo con los casos de Portugal, Croacia y Turquía (EFJ, 2023) y en la actualidad es objeto, entre otros, de un estudio de alcance global dentro de la Unión Europea liderado por el *Centre for Media Pluralism and Media Fredom* (CMPF, 2022).

Esta realidad da paso a una creciente bibliografía particularmente perceptible a partir de ese año 2016 anteriormente indicado. A escala internacional, destacamos los trabajos de Miller (2018), referido a Estados Unidos, Napoli et al. (2019), quienes proponen un marco metodológico específico para esta realidad, Abernathy (2020), que amplía sus anteriores análisis, o Ramos (2021), acerca de Portugal. Más recientes son las aportaciones de Barclay et al. (2022), quienes se centran en el Reino Unido, Heese et al. (2022), sobre su impacto social o Madrid, Rodríguez-Amat & Lindner (2023), que aluden al singular caso de África.

Esta adversa coyuntura ha sido pormenorizadamente estudiada por Jerónimo & Sánchez –Esparza (2022), focalizados en cómo la prensa de proximidad trata de mejorar sus niveles de credibilidad y reconocimiento social, Rivas-de-Roca et al. (2022), quienes determinan de qué manera afrontan los efectos anestésicos que la trivialización de contenidos tiene sobre la opinión pública local y Torre & Jerónimo (2023), que se centran en la capacidad para sanear sus deterioradas cuentas de resultados.

En lo que atañe a España la primera aportación de la literatura científica de la que tenemos constancia es la de Negreira et al. (2023), quienes analizan el fenómeno en la totalidad del país y ofrecen como principal conclusión el dato de que existen más de 11,6 millones de personas que viven en municipios sin ningún medio de comunicación que les proporcione información local sobre la zona en la que viven, lo que representa casi un cuarto del total de la población española, identificándose 6.304 municipios que recibirían la categoría de desierto informativo.

No obstante, con anterioridad Galletero (2021) ya había analizado la cuestión referida estrictamente a la comunidad autónoma de Castilla-la Mancha, examinando la evolución de los periódicos, con una fase de auge a la que siguió a partir de 2008 la gradual decadencia, hasta llegar a la actual situación de un único diario impreso de pago en la totalidad de este territorio.

4. Discusión y conclusiones

El análisis del fenómeno del periodismo de proximidad, mediante dicha denominación o bajo los términos de prensa local y/o regional, constituye una macrolínea de investigación particularmente fecunda dentro del entorno científico que se centra en el examen de la industria de la información y en los diversos fenómenos de la comunicación que inciden sobre dicho sector y que da lugar a las cuatro líneas de producción científica consideradas en los resultados.

Más allá de la diversidad terminológica, la producción acumulada ha permitido la construcción conceptual de una realidad que se caracteriza por atributos como su devenir en un entorno geográfico

determinado, su compromiso con la comunidad local que se encuentra en dicho territorio, el fomento de la innovación en formatos y rutinas de trabajo como fórmula estratégica para garantizar su pervivencia en el mercado y su apuesta por modelos de negocio variados pero siempre supeditados a la cercanía con unas audiencias en muchas ocasiones necesitadas de orientación en un entorno con un creciente flujo de contenidos falsos y/o inexactos.

Precisamente por dichos atributos, la carencia de esta clase de medios de comunicación, identificada por la literatura científica con el fenómeno de los desiertos informativos, resulta particularmente grave no solo para quienes la padecen de manera directa en sus respectivos territorios, ante el deterioro en el acceso a contenidos informativos plurales y veraces, sino para la totalidad de la sociedad por socavar los propios cimientos de la democracia, uno de cuyos principios fundamentales radica en el derecho a la información y en la subsiguiente libertad de prensa.

La revisión de las diversas propuestas bibliográficas recogidas permite comprender hasta qué punto a lo largo de las tres últimas décadas desde la academia se está prestando particular atención al influjo de internet sobre los medios regionales, concretado en el impacto de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones que de modo adicional conlleva la transición digital, fomentándose la reflexión acerca de realidades que guardan estrecha relación con la estela de la mercantilización o la coexistencia entre lo local y lo global establecidas en nuestra pregunta de investigación número 1.

Asimismo la producción científica recogida responde de manera favorable a nuestra pregunta de investigación número 2, puesto que sienta las bases para una mejor comprensión de la manera en que la disrupción del negocio que se advierte en la industria de la información, considerada en su conjunto, incide sobre la prensa local, afectándola de forma particularmente relevante dada la debilidad financiera y estratégica de buena parte de los proyectos periodísticos que se desarrollan en el entorno de proximidad.

Por el contrario, consideramos que pese al notable esfuerzo epistemológico llevado a cabo por la comunidad investigadora todavía existe una significativa brecha operativa entre la bibliografía científica generada y las auténticas necesidades de la industria de los medios de proximidad, referidas a las empresas periodísticas que apuestan por este segmento, los profesionales de la información que desarrollan su actividad en estas entidades y las audiencias a las que se dirigen este tipo de contenidos, lo que impide proporcionar una respuesta plenamente satisfactoria a la pregunta de investigación número 3. Avanzar en esta línea implica, entre otras facetas, una mayor dedicación por parte de la academia a aportaciones que tengan que ver con la búsqueda de nuevos formatos eficaces para acceder a las nuevas generaciones y con la apuesta por el periodismo colaborativo entre empresas periodísticas regionales considerado como una herramienta estratégica que facilite la generación de economías de escala y de sinergias tecnológicas y que mejore otros aspectos adicionales como los relativos a cobertura en materia legal.

Semblanza de la autora

María Rosario Onieva Mallero es profesora de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, donde imparte las asignaturas "Influencia sociocultural y medioambiental de las TIC" y "Multimedia". En la actualidad forma parte del proyecto de investigación "Las alianzas mediáticas europeas como motor de la supervivencia del periodismo

frente a la desintermediación y la desinformación (CROSSMEDIA-EU)" financiado por del Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España y es miembro del Grupo de Investigación y Análisis de Internet en el Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid (GIAIP-UCM). Ha participado en distintos congresos internacionales y nacionales y es autora de diversos artículos de investigación y de dos manuales docentes dirigidos a los alumnos de periodismo.

Propuesta de referencias sobre periodismo de proximidad

Abernathy, P.M. (2020). *News Deserts and Ghost Newspapers: Will Local News Survive?* University of North Carolina. Center for Innovation and Sustainability in Local Media. https://bit.ly/464sKyl

Abernathy, P.M. (2016). *The Rise of a New Media Baron and The Emerging Threat of News Deserts*. University of North Carolina. Center for Innovation and Sustainability in Local Media. https://bit.ly/3WnPhCR

Ahva, L., & Wiard, V. (2018). Participation in Local Journalism. Assessing Two Approaches through Access, Dialogue and Deliberation. *Sur le journalisme, 7*(2), 64-79. https://bit.ly/3ZsZgsa

Aldridge, M. (2001). The Paradigm Contingent Career? (pp. 89-100). Women in Regional Newspaper Journalism. *Sociological Research Online, 6*(3). https://doi.org/10.5153/sro.626

Althaus, S.L., Cizmar, A.M., & Gimpel, J.G. (2009). Media Supply, Audience Demand, and the Geography of News Consumption in the United States. *Political Communication, 26*(3), 249-277. https://doi.org/10.1080/10584600903053361

Alves, C.F. (2020). *A Imprensa de Proximidade em Portugal: estratégia editorial do papel* às *redes sociais* [Tesis doctoral, Universidade Nova]. https://bit.ly/4fLZ1OM

Amiel, P., & Powers, M. (2019). A Trojan Horse for marketing? Solutions journalism in the French regional press. *European Journal of Communication, 34*(3), 233-247. https://doi.org/10.1177/0267323119830054

Anderson, C.W. (2013). *Rebuilding the News: Metropolitan Journalism in the Digital Age*. Temple University Press.

Antunes, M.J., & Salaverría, R. (2018). PodcastSpain: análisis de los podcast de audio más populares en iTunes de España. (pp. 1773-1790). *VI Congreso Internacional de la AE-IC: Comunicación y conocimiento* (Salamanca, 26 a 29 de junio de 2018). https://bit.ly/3xZonrC

Barclay, S., Barnett, S., Moore, M., & Townsend, J. (2022). *Local News Deserts in the UK: What Effect is the Decline in Provision and Information Having on communities?* JRSST Charitable Trust. https://bit.ly/3ScOAdk

Barnett, S., & Townend, J. (2015). Plurality, Policy and the Local. Can hyperlocals fill the gap? *Journalism Practice, 9*(3), 332-349. https://bit.ly/3BbRfOU

Barrera, C. (2005). Los Medios de Comunicación durante los gobiernos de Aznar (1996-2004): Un panorama cambiante. *Sphera* Pública, (5), *165-180* https://bit.ly/469nae2

Berthelsen, R., & Hameleers, M. (2021). Meet Today's Young News Users: An Exploration of How Young News Users Assess Which News Providers Are Worth Their While in Today's High-Choice News Landscape. *Digital Journalism, 9*(5), 619-635. https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1858438

Boczkowski, P., & De Santos, M. (2007). When More Media Equals Less News: Patterns of Content Homogenization in Argentina's Leading Print and Online Newspapers. *Political Communication, 24*(2), 167-180. https://doi.org/10.1080/10584600701313025

Bowden, V., Nyberg, D., & Wright, C. (2021). "We're Going Under": The Role of Local News Media in Dislocating Climate Change Adaptation. *Environmental Communication, 15*(5), 625-640. https://doi.org/10.1080/17524032.2021.1877762

Byerly, K.R. (1961). *Community Journalism*. Chilton.

Caldevilla, D. (2013). Nuevas fórmulas de periodismo: Periodismo de proximidad 2.0. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación,* (18), 165-176. https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2013.v18.41722

Camponez, C. (2002). *Jornalismo de Proximidade*. Minerva Coimbra Ediçoes.

Cantalapiedra, M.J. (1997). Periodistas locales. *Zer Revista de Estudios de Comunicación,* 2(3), 1-7. https://bit.ly/4f8uZ7G

Carson, A., Muller, D., Martin, J., & Simons, M. (2016). A new symbiosis? Opportunities and challenges to hyperlocal journalism in the digital age. *Media International Australia, 161*(1). 132-146. https://doi.org/10.1177/1329878X16648390

CMPF. (15 de diciembre de 2022). New project to tackle the 'news deserts' across Europe. *Centre for Media Pluralism and Media Fredom*. https://bit.ly/3LLKghD

Cook, C., Geels, K., & Bakker, P. (2016). *Hyperlocal Revenues in the UK and Europe. Mappping the road to sustainability and resilience*. Nesta. https://bit.ly/4d4aura

Correia, J.C., Carvalheiro, J.R., Canavilhas, J.M., Morais, R.J., & Sousa, J.C. (2011). Public journalism and education for the media: suggestions base on a research project into the Portuguese regional press. *Brazilian Journalism Research,* 7(2), 59-75. https://doi.org/10.25200/BJR.v7n2.2011.352

Crider, D. (2023). A public sphere, on-demand: an assessment of local podcasting. *Popular Communication, 21*(1), 43-56. https://doi.org/10.1080/15405702.2022.2028157

Da Silva, A.M., & Vidigal, L. (2024). Jornalismo local plataformizado: uma análise dos veículos jornalísticos Voz Bico, Folha do Bico e Tocnotícias. *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*, (66), 33-52. https://doi.org/10.12795/Ambitos.2024.i66.02

Davara, F.J. (2005). Los periódicos españoles en el tardo franquismo. Consecuencias de la nueva ley de prensa. *Comunicación y Hombre*, (1), 131-147

De Haro, M.V., & Salinas, M. (2024). Revisión, propuesta de catálogo y prospectiva de estudio de la prensa murciana. Ámbitos Revista Internacional de Comunicación, (64), 26-50. https://doi.org/10.12795/Ambitos.2024.i64.03

De la Mota, I.H. (1988). *Diccionario de la comunicación. Televisión, publicidad, prensa, radio*. Paraninfo.

De las Heras, C. (2000). *La Prensa del Movimiento y su gestión publicitaria (1936-1984)*. Universidad de Málaga.

Delgado, A. (2018). La oferta de pódcast de los medios locales como oportunidad para ganar audiencia joven y estrategia de nuevos ingresos. En C. González Oñate & C. Fanjul (eds.), *COMLOC 2018: el negocio publicitario en la sociedad digital* (pp. 73-89). Universitat Jaume I. http://dx.doi.org/10.6035/Humanitats.2019.59

Del Valle, C., Salinas, C., Jara, R., & Stange Marcus, H. (2015). Los desafíos de la integración y el periodismo: la prensa nacional regional en Chile. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (130), 313-328. https://bit.ly/3xXMmaO

De Sola, J., & Segura, A. (2022). Los medios de comunicación autonómicos, del papel al podcast: el caso de Heraldo de Aragón. En J. de Sola, A. Segura, Y. Cabrera, & C. González Oñate (coords.), *Reinventar contenidos en prensa y radio* (pp. 75-90). Fragua.

EFJ. (2023). *News Deserts Aren't New: The cases of Croatia, Portugal and Turkey*. European Federation of Journalists.

Egea, C. (2001). La carrera por la comunicación local (1998-2000). Los "grandes" se atreven con lo "pequeño". Ámbitos Revista Internacional de Comunicación, (6), 237-260 https://bit.ly/3Y0RbL2

ERC. (2010). *Imprensa Local e Regional em Portugal*. Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social. https://bit.ly/3zSmxt4

Esteve, F. (2002). La información local como área de especialización periodística. En R. López Lita, F. López Beltrán & Á. Durán (eds.), *La prensa local y la prensa gratuita* (pp. 483-492). Servicio de Comunicación y Publicaciones de la Universitat Jaume I.

Esteve, F., & Fernández del Moral, J. (2007). Áreas de especialización periodística. Fragua.

Fernández del Moral, J. (2002). La política local como contenido de información periodística especializada. En R. López Lita, F. López Beltrán & Á. Durán (eds.), *La prensa local y la prensa gratuita* (pp. 83-111). Servicio de Comunicación y Publicaciones de la Universitat Jaume I.

Firmstone, J. (2016). Mapping Changes in Local News. *Journalism Practice, 10*(7), 928-938. https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1165136

Flores, J.M. (2014). Periodismo hiperlocal, sinergia de dos entornos. *Cuadernos de Periodistas,* (29), 38-54. https://bit.ly/3xW34Y7

Fontcuberta, M. (1997). La identidad regional de los medios. *Cuadernos Info,* (12), 44-50. https://doi.org/10.7764/cdi.12.207

Franklin, B. (ed.). (1998). *Local Journalism and Local Media*. Routledge.

Galletero, B. (2021). *Ciudades sin periódico. Auge y declive de la prensa provincial de Castilla La Mancha*. Fragua.

Galletero, B., & Jerónimo, P. (2019). La transición digital de la prensa de proximidad: Estudio comparado de los diarios de España y Portugal. *Estudos en Comunicação, 28*(1), 55-79. https://doi.org/10.25768/fal.ec.n28.a03

García Leiva, M.T. (2015). La Convención de la UNESCO sobre diversidad y las políticas de comunicación y cultura de proximidad. En A. Nerekan, M.Á. Casado, R. Zallo & J.C. Miguel de Bustos (eds.), *Comunicación de proximidad: cada vez más lejos. Marco, experiencias y regulación* (pp. 39-52). Universidad del País Vasco. https://bit.ly/3Z9eD7W

García Orosa, B. (2018). Perfil de la audiencia de cibermedios: representación discursiva y praxis del receptor 2.0. *Palabra Clave, 21*(1), 111-133. http://dx.doi.org/10.5294/pacla.2018.21.1.6

García Santamaría, J.V. (2016). *Los grupos multimedia españoles. Análisis y estrategias*. UOC.

García Santamaría, J.V., & Pérez Serrano, M.J. (2018). El fin de los grandes grupos de comunicación españoles: profundos cambios en la estructura de los media en España (pp. 515-529). *VI Congreso Internacional de la AE-IC: Comunicación y conocimiento* (Salamanca, 26 a 29 de junio de 2018).

Gaunt, P., & Pritchard, D. (1990). Outside Over National News Agencies? A Study of Preferences in the French Regional Press. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 67*(1). https://doi.org/10.1177/107769909006700127

Goggin, G., Martin, F., & Dwyer, T. (2015). Locative News. Mobile media, place informatics, and digital news. *Journalism Studies, 16*(1), 41-59. https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.890329

González Borjas, A. (2000). El fenómeno de la "edinacionalización" y la prensa local. (pp. 87-97). Ámbitos Revista Internacional de Comunicación, 3-4. https://bit.ly/4eQDjrw

Guillamet, J. (2002). Pasado y futuro de la prensa local. En R. López Lita, F. López Beltrán & Á. Durán (eds.), *La prensa local y la prensa gratuita* (pp. 181-196). Servicio de Comunicación y Publicaciones de la Universitat Jaume I.

Gulyas, A., & Baines, D. (eds.). (2020). *The Routledge Companion to Local Media and Journalism*. Routledge.

Gutiérrez García, M., Sellas, A., & Esteban, J.Á. (2019). Periodismo radiofónico en el entorno online: el podcast narrativo. En L.M. Pedrero, & J.M. García Lastra-Núñez (eds.), *La transformación digital de la radio. Diez claves para su comprensión profesional y académica* (pp. 131-150). Tirant Humanidades.

Halliday, E., Collins, M., Egan, M., Ponsford, R., Scott, C., & Popay, J. (2020). A 'strategy of resistance'? How can a place-based empowerment programme influence local media portrayals of neighbourhoods and what are the implications for tackling health inequalities? *Health & Place,* (63), 1-10. https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2020.102353

Halvorsen, L.J., & Bjerke, P. (2019). All Seats Taken? Hyperlocal Online Media in Strong Print Newspaper Surroundings. *Nordicom Review, 40*(2), 115-128. http://dx.doi.org/https://doi.org/10.2478/nor-2019-0030

Handstein, H. (2010). *Qualität im lokalen Zeitungsjournalismus: Theoretischer Entwurf und empirische Fallstudie*. Akademische Verlagsgemeinschaft München.

Harte, D. (2013). One Every Two Minutes: Assessing the Scale of Hyperlocal. *JOMEC Journal,* (3), 1-14. https://doi.org/10.18573/j.2013.10240

Hastjarjo, S. (2017). Local Journalism in the New Media Landscape: Opportunities and Challenges. *KnE Social Sciences*, *2*(4), 21-27. https://doi.org/10.18502/kss.v2i4.863

Hayden, N.B. (2005). *Función de la prensa en un territorio. Prensa regional en el Estado de Zulia (Venezuela)* [Tesis doctoral, Universidad del País Vasco].

Hayes, D., & Lawless, J.L. (2021). *News Hole: The Demise of Local Journalism and Political Engagement*. Cambridge University Press.

Heese, J., Pérez Cavazos, G., & Peter, C.D. (2022). When the local newspaper leaves town: The effects of local newspaper closures on corporate misconduct. *Journal of Financial Economics, 145*(2), 445-463. https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2021.08.015

Hess, K., & Bowd, K. (2015). Friend or Foe? Regional Newspapers and the Power of Facebook. *Media International Australia*, *156*(1), 19-28. https://doi.org/10.1177/1329878X1515600104

Hess, K., & Waller, L. (2017). *Local Journalism in a Digital World*. Springer Publishing.

Hess, K., & Waller, L. (2016). River Flows and Profit Flows. The powerful logic driving local news. *Journalism Studies, 17*(3), 263-276. https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.981099

Holubowicz, M. (2012). Be a journalist within the French regional press at the Web age. Example of the *Dauphiné Libéré*. *ISOJ (International Symposium on Online Journalism), The Official Research Journal of the International Symposium on Online Journalism,* 2(1), 65-73. https://bit.ly/3OwsZdG

Horning, M.A. (2012). *In search of hyperlocal news: An examination of the organizational, technological and economic forces that shape 21st Century approaches to independent online journalism* [Tesis doctoral, The Pennsylvania University]. https://bit.ly/3Ove82Z

Hujanen, J., Lehtisaari, K., Lindén, C.G., & Grönlund, M. (2019). Emerging Forms of Hyperlocal Media. *Nordicom Review, 40*(2), 101-114. https://doi.org/10.2478/nor-2019-0029

Hume, J. (2012). Community Journalism and Community History. En B. Reader y J.A. Hatcher (eds.), *Foundations of Community Journalism* (pp. 65-82). SAGE Publications.

Ihlebaek, K.A., & Krumsvik, A.H. (2015). Editorial power and public participation in online newspapers. *Journalism, 16*(4), 470-487. https://doi.org/10.1177/1464884913520200

Izquierdo, L. (2010). *Manual de periodismo local*. Fragua.

Jenkins, R., & Jerónimo, P. (2021). Changing the Beat? Local Online Newsmaking in Finland, France, Germany, Portugal, and the U.K. *Journalism Practice, 15*(9), 1222-1239. https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1913626

Jenkins, R., & Nielsen, R.K. (2020a). Proximity, Public Service, and Popularity: A Comparative Study of How Local Journalists View Quality News. *Journalism Studies, 21*(2), 236-253. https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1636704

Jenkins, R., & Nielsen, R.K. (2020b). Preservation and evolution: Local newspapers as ambidextrous organizations. *Journalism, 21*(4), 472-488. https://doi.org/10.1177/1464884919886421

Jenkins, R., & Nielsen, R.K. (2018). *The Digital Transition of Local News*. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://bit.ly/4idT6Dx

Jerónimo, P. (2013). *Ciberjornalismo de proximidade: A construção de notícias online na imprensa regional em Portugal* [Tesis doctoral, Universidade de Porto]. https://bit.ly/3CLoNEe

Jerónimo, P., Correia, J.C., & Gradim, A. (2022). "Are We Close Enough?". (Digital Challenges to Local Journalists. *Journalism Practice, 16*(5), 813-827. https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1818607

Jerónimo, P., & Sánchez Esparza, M. (2022). Disinformation at a Local Level: An Emerging Discussion. *Publications, 10*(2), 15. https://doi.org/10.3390/publications10020015

Kennedy, B.M. (1974). *Community Journalism: A Way of Life*. Iowa State University Press.

Kerkhoven, M., & Bakker, P. (2014). The Hyperlocal in Practice. (pp. 296-309). Innovation, Creativity and Diversity. *Digital Journalism, 2*(3). http://dx.doi.org/https://doi.org/10.1080/21670811.2014.900236

Laguna, A., & Martínez Gallego, F.A. (2013). De la dictadura al mercado: la transición de los medios de comunicación en España o dónde quedó la responsabilidad social de los medios. *Trípodos, 32*, 171-184. https://bit.ly/4eQYc5J

Lauterer, J. (2006). *Community Journalism: Relentlessly Local*. The University of North Carolina Press.

Lavrakas, P.J., & Holley, J.K. (1989). Images of daily newspapers in their local markets. *Newspaper Research Journal, 10*(3), 51-56. https://doi.org/10.1177/073953298901000306

Leupold, A., Klinger, U., & Jarren, O. (2016). Imagining the City. *Journalism Studies, 19*(7), 960-982. https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1245111

Lewis, S.C., Kaufhold, K., & Lasorsa, D.L. (2010). Thinking about Citizen Journalism. The philosophical and practical challenges of user-generated content for community newspapers. *Journalism Practice, 4*(2), 163-179. https://doi.org/10.1080/14616700903156919

Longden, A. (2017). What lies ahead for regional journalism. *Journal of Applied Journalism & Media Studies, 6*(1), 97-102. https://doi.org/10.1386/ajms.6.1.97_1

Loosen, W., & Schmidt, J.H. (2012). (Re)Discovering the Audience. The relationship between journalism and audience in networked digital media. *Information, Communication & Society, 15*(6), 867-887. https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.665467

López García, X. (2004). La prensa local en Internet. *Telos,* (59), 1-8. https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero059/la-prensa-local-en-internet/

López García, X. (2008). *Ciberperiodismo en la proximidad*. Comunicación Social.

López García, X., & Macià, J. (2007). *Periodismo de proximidad*. Síntesis.

López García, X., Negreira, M.C., & Rodríguez Vázquez, A.I. (2016). Cibermedios hiperlocales ibéricos: el nacimiento de una nueva red de proximidad. *Cuadernos.info,* (39), 225-240 https://doi.org/10.7764/cdi.39.966

López García, X., Toural, C., Rodríguez Vázquez, A.I., & Silva, A. (2015). Cibermedios de proximidad en España y Portugal en las redes sociales: vías para estrechar vínculos en comunidades locales. *Revista Latina de Comunicación Social,* (70), 833-858. https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1074

López Lita, R., López Beltrán, F., & Durán, Á. (eds.). (2002). *La prensa local y la prensa gratuita*. Servicio de Comunicación y Publicaciones de la Universitat Jaume I.

López de Zuazo, A. (1976). *Diccionario del Periodismo*. Pirámide.

Lowrey, W., Brozana, A., & Mackay, J.B. (2008). Toward a Measure of Community Journalism. *Mass Communication and Society, 11*(3), 275-299. https://doi.org/10.1080/15205430701668105

Mabileau, A., & Tudesq, A.J. (dirs.). (1980). *L'information locale*. Pédone.

Macià, J. (1994). *La Comunicación Regional y Local*. Ciencia 3.

Madrid, D., Rodríguez Amat, J.R., & Lindner, P. (2023). A Computational Mapping of Online News Deserts on African News Websites. *Media and Communication, 11*(3), 1-13. https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6857

Martin, G.J., & McCrain, J. (2019). Local News and National Politics. *American Politician Science Review, 113*(2), 372-384. https://doi.org/10.1017/S0003055418000965

Martínez Fernández, V.A., Juanatey, Ó., & Castellanos, P. (2017). La edición en papel de la prensa local ante el final de su ciclo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 23*(1), 91-100. https://doi.org/10.5209/ESMP.55584

Martínez García, L., & Navarro, C. (2019). Características de los periodistas online españoles: consolidación de una profesión en un contexto de crisis económica. *Revista Latina de Comunicación Social,* (74), 1014-1030. http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2019-1369

Martínez Juan, A. (2003). Los retos del periodismo local en la red: hacia una definición del espacio local en la Era global. *Sala de Prensa,* (59).

Martínez-Costa, P., Sánchez Serrano, C., Pérez Maíllo, A., & Lus, E. (2021). La oferta de pódcast de la prensa regional en España: estudio de las marcas centenarias de Castilla y León y Navarra. *adComunica,* (21), 211-234. https://doi.org/10.6035//2174-0992.2021.21.11

Martori, A. (2024). Prensa local ante la digitalización: innovación y viabilidad del periodismo de proximidad. Ámbitos Revista Internacional de Comunicación, (64), 104-119. https://doi.org/10.12795/Ambitos.2024.i64.02

Mathisen, B.R. (2023). Sourcing Practice in Local Media: Diversity and Media Shadows. *Journalism Practice, 17*(4), 647-663. https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1942147

McCollough, K., Crowell, J.K., & Napoli, P.M. (2017). Portrait of the Online Local News Audience. *Digital Journalism, 5*(1), 100-118. https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1152160

McHugh, S. (2012). Oral history and the radio documentary/feature: Introducing the 'COHRD' form. *Radio Journal: International Stories in Broadcast & Audio Media, 10*(1), 35-51. https://doi.org/10.1386/rjao.10.1.35_1

McNair, B. (1994). *News and Journalism in the UK*. Routledge.

Melián, A., & Campos, V. (2010). Emprendurismo y economía social como mecanismos de inserción sociolaboral en tiempos de crisis. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos, 100,* 43-67. https://bit.ly/3LnJeYV

Miller, J. (2018). News Deserts: No News is Bad News. En W.J. Bratton, S. Eide, S. Goldsmith, M. Hendrix, H. Husock, J. Miller, J., A.M. Renn, & P.D. Salins, *Urban Policy 2018* (pp. 55-76). Manhattan Institute for Policy Research. https://bit.ly/3xNrt24

Möhring, W. (2015). *Lokaljournalismus im Fokus der Wissenschaft*. Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen. https://bit.ly/3W4HsAU

Moragas, M. (1988). *Espais de comunicació: experiències i perspectives a Catalunya*. Edicions 62.

Napoli, P.M., Stonbely, S., McCollough, K., & Renninger, B. (2019). Local Journalism and the Information Needs of Local Communities: Toward a Scalable Assessment Approach. *Journalism Practice, 13*(8), 1024-1028. https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1647110

Napoli, P.M., Stonbely, S., McCollough, K., & Renninger, B. (2017). Local Journalism and the Information Needs of Local Communities. *Journalism Practice, 11*(4), 373-395. https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1146625

Negrea, X. (2019). Social Journalism in Online World. Conceptual Delimitations. *Social Sciences and Education Research Review, 6*(1), 227-234. https://bit.ly/3W4urHj

Negreira, M.C., Vázquez Herrero, J., & López García, X. (2023). No People, No News: News Deserts and Areas at Risk in Spain. *Media and Communication, 11*(3), 293-303. https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6727

Negreira, M.C. López García, X., & Vázquez Herrero, J. (2020). Mapa y características de los cibermedios locales e hiperlocales en España. *Revista de Comunicación, 19*(2), 193-214. http://dx.doi.org/10.26441/RC19.2-2020-A11

Nel, F. & Westlund, O. (2012). The 4C'S of Mobile News. Channels, conversation, content and commerce. *Journalism Practice, 6*(5-6), 744-753. https://doi.org/10.1080/17512786.2012.667278

Nielsen, R.K. (ed.). (2015). *Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*. Oxford Institute for the Study of Journalism.

Pantic, M. (2022). Local Media in a Digital Market: Establishing Niche and Promoting Original Reporting to Ensure Sustainability. *Journalism Practice, 16*(8), 1736-1752. https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1874483

Parks, J. (2021). *Around the corner, around the world: Reviving local news, globally*. International Press Institute. https://bit.ly/4g80IJ8

Parratt, S. (2002). La Glocalización de la Comunicación. Ámbitos *Revista Internacional de Comunicación, 7-8,* 151-163. https://bit.ly/3VeQHyR

Peña, S., Lazkano, I., & García González, D. (2016). La transición digital de los diarios europeos: nuevos productos y nuevas audiencias. *Comunicar,* (46), 27-36 https://doi.org/10.3916/C46-2016-03

Pérez Curiel, C., Gutiérrez Rubio, D., Sánchez González, T., & Zurbano, B. (2015). El uso de fuentes periodísticas en las secciones de Política, Economía y Cultura en el periodismo de proximidad español. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico,* (21), 101-117. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.50661

Pérez Serrano, M.J., García Santamaría, J.V., & Rodríguez Pallares, M. (2021). La prensa regional en España: análisis y prospectiva económica y editorial. *Historia y Comunicación Social, 26*(1), 181-190. https://doi.org/10.5209/hics.75707

Pickard, V. (2022). Can Journalism Survive in the Age of Platforms Monopolies? Confronting Facebook's Negative Externalities. En T. Flew & F.R. Martin (eds.), *Digital Platform Regulation. Global Perspectives on Internet Governance* (pp. 23-41). Palmgrave McMillan. https://bit.ly/4147S9W

Pryzbyl, H. (1990). Evolución y perspectivas de la prensa española. En B. Díaz Nosty (dir.), *Comunicación social 1990* (pp. 101-113). *Tendencias*. Fundesco.

Quintana, A., & Oliva, C. (2012). Subvenciones a la prensa en España: sinergias políticas y empresariales en Andalucía, Cataluña, Galicia y El País Vasco. *Miguel Hernández Communication Journal,* (3), 101-120. https://doi.org/10.21134/mhcj.v1i3.45

Radcliffe, D. (2015). *Where are we now? UK hyperlocal media and community journalism in 2015*. Centre for Community Journalism. https://bit.ly/3ATjIsV

Ramos, G. (2021). Deserto de Notícias: panorama da crise do jornalismo regional em Portugal. *Estudos de Jornalismo,* (13), 30-51. https://bit.ly/4eQ3631

Reader, B. (2012). Community Journalism. A Concept of Connectedness. En B. Reader & J.A. Hatcher (eds.), *Foundations of Community Journalism* (pp. 3-19). Sage.

Reig, R. (1998). *Medios de comunicación y poder en España*. Paidós Papeles de Comunicación 21.

Richards, I. (2013). Beyond city limits: Regional journalism and social capital. *Journalism, 14*(5), 627-642. https://doi.org/10.1177/1464884912453280

Rivas-de-Roca, R., & García Gordillo, M. (2024). Propuesta de un código de buenas prácticas para el tratamiento informativo sobre la Unión Europea en medios locales. Ámbitos Revista Internacional de Comunicación, (66), 13-32. https://doi.org/10.12795/Ambitos.2024.i66.01

Rivas-de-Roca, R., Morais, R., & Jerónimo, P. (2022). Communication and disinformation in elections: research trends in Spain and Portugal. *Universitas-XX1,* (36), 65-86. https://doi.org/10.17163/uni.n36.2022.03

Rivas-de-Roca, R., García Gordillo, M., & Caro, F.J. (2020). La construcción del periodismo "localizado" en medios digitales europeos. Estudio de casos. *Revista Latina de Comunicación Social,* (75), 1-26. https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1414

Robinson, S. (2014). Introduction. Community journalism midst media revolution. *Journalism Practice, 8*(2), 113-120. https://doi.org/10.1080/17512786.2013.859822

Rodríguez Reyes, A., Enguix, A., Rojas, J.L., & García Gordillo, M.M. (2015). La calidad de los medios y el uso de fuentes periodísticas en la prensa local de referencia en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico,* (21), 85-100. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.50659

Rodríguez Urra, C., Trillo, M. & Herrero, V. (2023). Mapa mediático hispanoamericano: una aproximación desde la academia. *Revista de Comunicación, 22*(1), 435-452. https://bit.ly/3CMqvoT

Salaverría, R., Martínez-Costa, P., & Breiner, J. (2018). Mapa de los cibermedios de España en 2018: análisis cuantitativo. *Revista Latina de Comunicación Social,* (73), 1034-1053. https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1295

Sánchez, M.R., & London, S. (2020). La pobreza y el discurso de los mass media. Un estudio de la prensa local argentina. Ámbitos Revista Internacional de Comunicación, (49), 136-157. https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i49.09

Sánchez Rada, J. (1996). *Prensa: del Movimiento al Socialismo. 60 años de dirigismo informativo*. Fragua.

Santos, T. (2023). El uso de la geolocalización en apps de prensa local en España. *Miguel Hernández Communication Journal, 14*(1), 179-200. https://doi.org/10.21134/mhjournal.v14i.1838

Schmitz, A. (2020). Journalists and Their Perceptions of Location: Making Meaning in the Community. *Journalism Studies, 21*(3), 352-369. https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1664315

Schulz, A. (2021). Local News Unbundled: Where Audience Value Still Lies. En N. Newman, R. Fletcher, A. Schulz, S. Andi, C.T. Robertson, & R.K. Nielsen. *Reuters Institute Digital News Report 2021* (pp. 42-47). Reuters Institute for the Study of Journalism. https://bit.ly/4gcOV9v

Segovia, A.I. (2005). Gigantes globales y grupos regionales en España: una estrategia conjunta. *Sphera Pública,* (5), 41-57. https://bit.ly/4fNhk5Z

Segura, M.S., Linares, A., Espada, A., Longo, V., Hidalgo, A.L., Traversaro, N., & Vinelli, N. (2018). La multiplicación exponencial de los medios comunitarios, populares y alternativos en Argentina. Explicaciones, alcances y limitaciones. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo, 2*(9), 88-114. https://doi.org/10.15304/ricd.2.9.5530

Sparks, C. (2002). La influencia de Internet en los medios de comunicación convencionales. En J. Vidal (coord.), *La Ventana Global: ciberespacio, esfera pública mundial y universo mediático* (pp. 81-98). Taurus.

Tenor, C. (2019). Logic of an Effectuating Hyperlocal. Entrepreneurial processes and passions of online news start-ups. *Nordicom Review, 40*(52), 129-145. https://doi.org/10.2478/nor-2019-0031

Torre, L., & Jerónimo, P. (2023). Esfera pública e desinformação em contexto local. *Texto Livre,* (16), 1-14. https://doi.org/10.1590/1983-3652.2023.41881

UNESCO. (2005). *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*. United Nations Educational Scientific and Cultural Organization. https://bit.ly/4fPHkh7

Wadbring, I., & Bergström, A. (2017). A Print Crisis or a Local Crisis? Local news use over three decades. *Journalism Studies, 18*(2), 175-190 https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1042988

WAN-IFRA. (2022). *Report: The Disrupted Newsroom*. World Association of Newspapers and News Publishers-WAN/IFRA. https://bit.ly/4i8s5Bv

Weber, M. S., & Mathews, N. (2022). Explicating Local: An Audience-Based Framing of Local Community and Local News. *Digital Journalism*, *12*(1), 28-47. https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2142629

Welbers, K., Atteveldt, W., Kleinnijenhuis, J., & Ruigrok, N. (2018). A Gatekeeper among Gatekeepers. News agency influence in print and online newspapers in the Netherlands. *Journalism Studies, 19*(3), 315-333. https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1190663

Wessels, B., Ekelin, A., Kempe, E., Forsberg, A., Ringfjord, B.M., & Wahlberg, M. (2018). Regional press as 'trust anchor' in global digital communication: the voices of journalism in Southern Sweden. *68th Annual ICA Conference* (Praga, 24 a 28 de mayo de 2018). https://bit.ly/3Y7e3IW

Zabildea, B. (1996). *Prensa del movimiento en España: 1936-1983*. Universidad del País Vasco.

Zamora, I.A. (2014). *La Prensa regional en la provincia constitucional del Callao: el caso del diario El Callao durante las elecciones municipales y regionales 2006* [Tesis doctoral, Universidad Mayor Nacional de San Marcos]. https://bit.ly/3VZ4rgo

ÁMBITOS
REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

Nº 67 | ABRIL 2025
ISSN: 1139-1979 | E-ISSN: 1988-5733
10.12795/Ambitos.2025.i67.11

Violencias sexuales contra las mujeres: aproximación deontológica para un periodismo de calidad

Sexual violence against women: a deontological approach to quality journalism

María Sánchez-Ramos

Universidad de Sevilla | Calle Américo Vespucio, 27, 41092 Sevilla | España
0000-0002-9903-116X | msanchez103@us.es

Belén Zurbano-Berenguer

Universidad de Sevilla | Calle Américo Vespucio, 27, 41092 Sevilla | España
0000-0002-2743-236X | bzurbano@us.es

Recepción 19/12/2024 · Aceptación 27/02/2025 · Publicación 15/04/2025

Resumen

Las violencias sexuales contra las mujeres han alcanzado un grado de visibilización sin precedentes en la agenda mediática bajo el parteaguas del movimiento #MeToo en el marco de la cuarta ola feminista. En este escenario, el periodismo enfrenta el reto de narrar las violencias sexuales desde los máximos estándares de calidad ética, rompiendo con los "andamiajes culturales" (Gavey, 2005) que sostienen la tolerancia social hacia la violencia machista. En concreto, el discurso periodístico presenta un rol ambivalente en la construcción de sociedades igualitarias, siendo profusa la literatura en torno al análisis de los "sesgos no legítimos" (Amorós, 2008) de los mensajes que incurren en violencia mediática: culpabilización de la víctima, sensacionalismo, sexualización, revictimización, espectacularización y naturalización de la violencia, entre otras (Vega-Montiel, 2025). Este artículo aborda la dimensión deontológica del tratamiento mediático de las violencias sexuales contra las mujeres en España. Partiendo de la responsabilidad democrática de los medios, se realiza una revisión de los consensos éticos en el Estado español a partir del corpus deontológico existente (1999-2023). Como principal resultado de la revisión de la literatura y del análisis de las recomendaciones, se propone un código compilado de buenas prácticas periodísticas basado en el diseño categorial del Mínimo Común Ético (MCE) sobre: contexto, emplazamiento, fuentes, figura de la víctima, figura del agresor, terminología y presentación de la información. Esta herramienta de corte teórico-exploratorio persigue la consolidación de estrategias de transformación de las narrativas mediáticas desde los marcos del periodismo feminista y de calidad.

Palabras clave: violencia sexual, ética de la comunicación, género, feminismo, periodismo de calidad.

Abstract

Sexual violence against women has reached an unprecedented level of visibility in the media agenda under the watershed of the #MeToo movement in the framework of the fourth feminist wave. In this scenario, journalism faces

CC BY NC SA

the challenge of narrating sexual violence from the highest standards of ethical quality, breaking with the "cultural scaffolding" (Gavey, 2005) that sustains social tolerance towards male violence. Specifically, journalistic discourse plays an ambivalent role in the construction of egalitarian societies, and there is a profuse literature on the analysis of the "non-legitimate biases" (Amorós, 2008) of messages that incur media violence: victim-blaming, sensationalism, sexualisation, revictimisation, spectacularisation and naturalisation of violence, among others (Vega-Montiel, 2025). This article addresses the deontological dimension of the media's treatment of sexual violence against women in Spain. Starting from the democratic responsibility of the media, a review of the ethical consensus in Spain is carried out based on the existing deontological corpus (1999-2023). As the main result of the literature review and the analysis of the recommendations, a compiled code of good journalistic practices is proposed based on the categorical design of the Common Ethical Minimum (CEM) on context, location, sources, the figure of the victim, the figure of the aggressor, terminology and the presentation of information. This theoretical-exploratory tool aims to consolidate strategies for the transformation of media narratives within the framework of feminist and quality journalism.

Keywords: *sexual violence, communication ethics, gender, feminism, quality journalism.*

1. Introducción. Viejas violencias, nuevos escenarios

"Jare no quiere que su agresión sexual caiga en el olvido" (Fernández, 2022). La periodista de *Pikara Magazine* June Fernández titula así el reportaje en el que articula con sensibilidad y rigor el relato de una joven superviviente de agresión sexual ante la revictimización mediática e institucional que enfrenta tras la denuncia. El reportaje, que sitúa la agresión de Jare en lo estructural, apuesta por la comunicación "como herramienta de sanación" y se destaca por aunar con destreza los consensos deontológicos trazados en las últimas décadas por la academia y el periodismo feminista.

La comunicación social, y el periodismo en particular, se encuentran en el epicentro del movimiento global de denuncia y visibilización social sin precedentes de las violencias sexuales contra las mujeres en la cuarta ola feminista (Bennett, 2017; Cobo, 2019). En el Estado español, el estudio de la representación mediática de las violencias machistas (entre las que se encuentran las violencias sexuales) se ha desarrollado con profusión en las dos últimas décadas (Bernárdez Rodal, 2015; De-Frutos-García, 2025; Gallego, 2003; Gámez-Fuentes & Núñez-Puente, 2013; Vera-Balanza & Ballesteros, 2004; Zurbano-Berenguer, 2015).

Sin embargo, esta etapa floreciente en el marco de los *Feminist Media Studies* (Van Zoonen, 1994), especialmente centrada en el estudio de las violencias, no ha tenido un correlato claro de impacto material. A pesar de la proliferación de numerosos códigos y manuales deontológicos bienintencionados por parte de colegios profesionales, asociaciones de la prensa, medios y otros agentes institucionales, no puede hablarse de una transferencia clara entre los valores éticos de estos documentos y su implementación inequívoca en las redacciones. Quedando estas propuestas mayormente ancladas a criterios de deseabilidad social más que a prácticas éticas consolidadas en el ejercicio profesional (Zurbano-Berenguer, 2015).

¿Por qué los y las periodistas continúan reproduciendo las dinámicas informativas que se vienen denunciando desde 1999[1] al hablar de violencias machistas? ¿Qué continúa fallando? Estas son las

1. Fecha en la que se publica el primer documento deontológico en España realizado por la filóloga Eulàlia Lledó para el Instituto Andaluz de la Mujer.

preguntas originarias que guían la investigación y que nos cuestionamos cuando, a pesar de los avances que ya hemos puesto de manifiesto en numerosas ocasiones (Sánchez-Ramos & Zurbano-Berenguer, 2020), nos encontramos con la inmovilidad de algunas narrativas revictimizantes y espectacularizantes.

Numerosos son los estudios que han puesto el foco en las dinámicas estructurales e ideológicas del periodismo (Fernández Díaz, 2003; Van Dijk, 1998) a fin de comprender por qué siguen reproduciendo relatos que no logran dimensionar las violencias contra las mujeres (en adelante, VVCMM), y particularmente las violencias sexuales, como un problema social y de salud pública prioritario (OMS, 2007), dejando graves carencias visibles en cuanto a estándares de calidad ética se refiere. La cultura mediática nacional marca la praxis de los y las profesionales de la comunicación (Hanitzsch, 2007), quienes se ven abocadas por las rutinas y la jerarquía de la producción informativa; las actitudes profesionales; la precariedad (De Pablos & Mateos, 2004); y la escasez de medios y herramientas formativas específicas en cuestiones de género desde las que hacer frente al maremágnum noticioso cotidiano (Vega-Montiel, 2014). Al respecto, la comunicóloga feminista Liesbet van Zoonen ya alertaba en 1994 que para lograr este cambio significativo en la incorporación de la perspectiva de género en los medios se requiere de tres factores clave: 1) paridad en las redacciones, a lo que añadimos paridad en los puestos de dirección y responsabilidad editorial y económica de los medios; 2) representación, es decir, que las mujeres ocupen los espacios como referentes en calidad de fuentes expertas y de opinión (GMMP, 2020) ; y 3) reevaluación de los valores noticiables. En esta línea, sus demandas se han aterrizado en el estudio de la situación general de las mujeres en el periodismo en España a fin evaluar las conquistas y retos de la comunicación con perspectiva feminista en la actualidad (Angulo-Egea, 2017; De Miguel et al., 2017; García-Saiz, 2018; Sánchez-Ramos & Zurbano-Berenguer, 2020).

El informe *Desenfocadas: Cómo opinar e informar mejor sobre violencia de género* (LLYC, 2024) señala que una de cada cinco noticias sobre violencia machista la justifica y que una de cada seis, vulnera la intimidad de la víctima. Los resultados ponen en evidencia el salto entre la producción deontológica existente en el marco de la autorregulación (Aznar, 2005) y el ejercicio profesional. A pesar de ello, España se sitúa a la vanguardia en el plano normativo de la violencia de género (Martínez-Jiménez & Zurbano-Berenguer, 2024). Asimismo, destaca como el país con mayor nivel de conversación social en torno a las violencias machistas, con un alto grado de interacción entre medios y redes sociales, contando el periodismo con un potencial de concienciación social dos veces superior al de la red (LLYC, 2024). Así, las VVCMM han pasado de las páginas de sucesos como *asuntos privados* hasta ser encuadradas y tematizadas como una violación de los Derechos Humanos, situándolas como una cuestión de Estado en la agenda pública y mediática (Edo & Zurbano-Berenguer, 2019; Sánchez-Ramos et al., 2024).

2. Revisión teórica y planteamiento del problema

2.1. Ética mediática ante las violencias sexuales contra las mujeres

Este trabajo se sitúa en el espacio de intersección entre una Academia crítica al servicio de las necesidades públicas y la profesión periodística como elemento democrático con un alto potencial de transformación social. Así, concebimos la interlocución Academia-Universidad-Periodismo desde un marco teórico-epistemológico feminista (Galarza et al., 2016) y situamos como objetivo a largo

plazo de la investigación contribuir a la sensibilización social y coadyuvar a la erradicación de las violencias sexuales contra las mujeres (VVSSCMM, en adelante).

Los medios de comunicación constituyen poderosas herramientas para el ensamblaje de las piezas de un común social y nuestra propuesta deontológica compilada parte de la defensa del derecho a la información veraz, rigurosa y cuidadosa como única vía para ejercer un periodismo feminista y de calidad con enfoque de Derechos Humanos en democracia (Martínez-Jiménez & Zurbano-Berenguer, 2024).

Los discursos noticiosos albergan al mundo y, a su vez, lo conforman, creando entramados simbólicos que vertebran actitudes, valores ideológicos y marcos de pensamiento hegemónicos en lo que van Dijk nombra como "cogniciones sociales" (1990, p. 155).

> Que los medios no son la realidad de lo que acontece en el mundo es una certeza, pero sí que son las más preciadas herramientas para conformar nuestra percepción de la realidad, de nuestra visión del mundo y, por comparación, de cómo nos vemos a nosotros mismos y a los demás. (Vera-Balanza, 2004, p.140)

Desde mediados del siglo XX, la academia feminista y las periodistas han fraguado, no sin vicisitudes epistémicas que han puesto en tela de juicio su profesionalidad, los materiales con los que acceder hoy a los medios de comunicación como agentes de transformación social. Los medios poseen una función clave como mediadores (Sánchez-Leyva & Reigada, 2007) y socializadores del género (Krijnen & Van Bauwel, 2015); con gran potencial para cuestionar o, por el contrario, (re)producir los mandatos de género y la dominación masculina en un sistema desigual de poder patriarcal (Bernárdez Rodal, 2015; Lagarde, 1996; Segato, 2014). Un modelo de orden social cruento, estructural y transhistórico que precisa del universo simbólico de la imagen y la palabra para su sostenimiento y que se traduce en "las cifras de la vergüenza" (Sánchez-Ramos et al., 2024, p. 28) de las VVCMM —e interseccionа con otros ejes de poder y discriminación en base a la clase social, la etnia u origen, la orientación sexual, la identidad y/o la discapacidad, entre otras—. Como sostiene Marcela Lagarde (2007), el periodismo juega un rol crucial en una poderosa balanza de representaciones que puede decantarse hacia la comprensión social de las VVCMM o hacia la desinformación que mantiene sesgos e interpretaciones machistas.

Son numerosos los estudios desarrollados desde el marco de los efectos que han advertido de las potencialidades y también de los peligros, de los encuadres informativo-noticiosos de las violencias (Lagarde, 2007; Vega-Montiel, 2009, 2014; Wozniak & McCloskey, 2010; Yébenes, 2005). En este sentido, los discursos mediáticos pueden revictimizar a las mujeres violentadas produciendo nuevos daños mediante relatos que expongan su intimidad al escrutinio público, culpabilizándolas o sexualizando sus cuerpos, bajo el foco mediático.

Por ello, la responsabilidad democrática de los medios para con los Derechos Humanos de las mujeres y la erradicación de las violencias está recogida en un sólido aparataje normativo, tanto en el plano internacional como en el nacional, a fin de clarificar cuáles son los deberes del periodismo de calidad en este escenario.

En concreto, el Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer (CEDAW) de Naciones Unidas (1979) recoge entre sus recomendaciones generales "directrices para la cobertura

adecuada por parte de los medios de comunicación de los casos de violencia por razón de género contra la mujer", aludiendo a las medidas de autorregulación articuladas para acabar con imágenes vejatorias y estereotipadas de las mujeres en el imaginario colectivo. Una apuesta reforzada a su vez por el Convenio sobre la lucha contra la trata de seres humanos del Consejo de Europa (Convenio de Varsovia, 2005) y por el Convenio del Consejo de Europa sobre Prevención y Lucha contra la Violencia contra la Mujer y la Violencia Doméstica (Convenio de Estambul, 2011), que alude específicamente a la mala praxis profesional que provoca la "victimización secundaria" (art.15).

En el contexto del Estado español, encontramos la Ley 4/2015, de 27 de abril, del Estatuto de la víctima del delito y la L.O. 10/2022, de 6 de septiembre, de Garantía Integral de la Libertad Sexual, que regulan la labor de los medios por un tratamiento ético, respetuoso y preventivo de las VVSSCMM. Esta última recoge la promoción de medidas formativas para periodistas y estudiantes de comunicación

> [...] con el fin de capacitarlo para informar sobre las violencias sexuales con objetividad, sin estereotipos de género, con pleno respeto a la dignidad de las víctimas y su derecho a la libertad, el honor, la intimidad, la propia imagen y la protección de datos. (L.O. 10/2022, Art. 10, 1b)

Asimismo, se encuentran la L.O. 1/2004, de 28 de diciembre y la L.O. 3/2007, de 22 de marzo.

Las normativas referenciadas son fruto de la conquista de derechos del movimiento feminista en un escalado de vindicaciones por la dignidad en las representaciones mediáticas de las mujeres y de las violencias que enfrentan; que pasaron de los movimientos feministas de base a los medios y, después, al Estado en forma de leyes y políticas públicas (De Miguel, 2008; Gil, 2011). Como muestra de la concatenación feminismo–Estado–medios cabe mencionar la tabla de correlaciones elaborada por Sánchez-Ramos, Zurbano-Berenguer & Edo-Ibáñez (2024). No obstante, en España se destacan dos iniciativas proactivas provenientes del ecosistema mediático: (1) que *Público* fue el primer medio que nace con un decálogo de tratamiento de la violencia de género (Tejada, 2015); y (2) que el diario *El País* fue pionero al registrar el asesinato de mujeres por violencia de género en la pareja (2001), antes de que comenzara el cómputo oficial de estadísticas el 1 de enero de 2003 —y que hasta 2022 no contempló a las víctimas mortales de las VVSSCMM o "feminicidios sexuales"—.

El periodismo de calidad no puede leerse desgajado de su contexto de producción y recepción de modo que, siguiendo las tres líneas propuestas por Palau-Sampio (2023, pp. 26-27), la calidad quedaría expresada por: el carácter de la producción (gestión de la información, investigación, selección temática); la estructura y desarrollo de la pieza (independencia, profundidad y variedad en el tratamiento); y el valor social para la audiencia como servicio público (deontología, contexto de recepción y originalidad en el enfoque). Las dimensiones del valor público del periodismo han quedado asimismo subrayadas por los valores de compromiso y justicia social (Cañedo et al., 2022). Postulados en plena coherencia con los presupuestos de un periodismo feminista (De-Frutos-García & Ceballos, 2024; Gorosarri, 2024) que persigue destapar los cimientos socioculturales del patriarcado, enfrentando el reto de narrar las VVCMM desde una aproximación deontológica honesta y rigurosa, que señala tanto los contenidos como los encuadres del fenómeno, a partir del acopio de saberes y prácticas feministas en el ámbito de la comunicación social.

2.2. Enmarcado de las violencias contra las mujeres

La teoría del *framing* o del encuadre proporciona una herramienta teórica de análisis que ha sido tomada por las académicas feministas en el campo de los *Media Studies* (Carballido, 2009) dada su utilidad para estudiar el enmarque de la noticia dentro de los entramados de sentido sociocultural (Entman, 1993).

Siguiendo la propuesta de Aldrete & Fernández-Ardèvol (2023) sobre el enmarcado de las noticias de feminicidio, esta puede clasificarse como *temática* o *episódica*. Temática, en tanto la pieza aborda la violencia desde un plano general de contexto; o episódica, en tanto cubre lo que la industria mediática ha manufacturado como "casos", es decir, hechos o sucesos con entidad propia. Al igual que las autoras, entendemos que la categoría de pieza informativa sustantiva, *substantiveness* al decir de Bartholomé et al. (2018) y Hänggli (2020), recae en la capacidad pedagógica de hacer entender la complejidad de las VVSSCMM en un marco sociocultural e ideológico patriarcal.

> La sustantividad es el grado en que un material comunicativo explica el tema y las causas e implicaciones ideológicas, políticas, sociales y jurídicas. Por lo tanto, el indicador para considerar las noticias más o menos sustantivas es la cantidad y la calidad de los aspectos explicados. (Aldrete & Fernández-Ardèvol, 2023, p. 234, traducción propia)

Por ello, el criterio de enmarcado es *sustantivo* y no cuantitativo, dado que en la representación y en los efectos que pueda ocasionar "influye, no tanto la producción-exposición a las violencias como la forma que adquieren las representaciones, pudiendo el marco de sentido en que se insertan generar efectos contrarios" (Zurbano-Berenguer, 2015, p. 166).

2.3. "Andamiaje cultural" de las violencias sexuales contra las mujeres: la violencia mediática en el foco

Los medios de comunicación se presentan como escenarios ambivalentes para la lucha contra las violencias machistas. El periodismo es reivindicado como espacio de oportunidad para la resignificación, agencia y empoderamiento de víctimas y supervivientes (Gámez-Fuentes et al., 2019), a la vez que se conforma como espacio hegemónico reproductor de la discriminación por razón de género. Los discursos mediáticos están supeditados a un "andamiaje cultural" (Gavey, 2018, p. 287, traducción propia) o "saber de fondo" (Habermas, 1987, p. 31) que cimienta los usos y costumbres sociales en torno a una cultura machista endémica que atraviesa la identidad y los sistemas de creencias de los sujetos sociales. Las VVCMM se fraguan, por tanto, en el terreno amortiguado de lo simbólico (Bernal-Triviño 2019; Bourdieu, 2000) por medio de los códigos sociales dominantes (Melucci, 1988) de modo que resultan lo natural (Hunnicutt, 2009; Varela, 2017).

De hecho, la representación mediática ya no de las violencias machistas, sino de la realidad social *objetiva*, incurre en violencia mediática cuando apuntala el sistema de opresión patriarcal. Ello deviene en una "misoginia popular" (Banet-Weiser, 2018, p. 2) que abandera, por *libre elección* (Puleo, 1995), los postulados de feminidad/masculinidad hegemónicos en el marco del fulgente postfeminismo neoliberal (Martínez-Jiménez, 2021). En este sentido, Argentina es la nación pionera en delimitar la violencia mediática contra las mujeres como

> la publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados [...], que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, [...], legitimando la desigualdad de trato [...] (Ley 26.485 de Protección Integral a las Mujeres, 2009).

Desde los 70, la academia crítica feminista afronta el reto de emplazar las consecuencias materiales y fenomenológicas de la discriminación sistémica de las mujeres (Lazar, 2007), destacando la contribución de las autoras latinoamericanas en el campo comunicativo. Aimeé Vega-Montiel (2025) sintetiza las estrategias discursivas "clásicas" en la cobertura de las VVCMM, consistentes en: la estereotipación, la invisibilización, la revictimización, la naturalización, la individualización, la hiperrepresentación, la eufemización y el sensacionalismo. Sus estudios, asentados sobre el ecosistema de medios mexicanos (Vega-Montiel, 2014, 2019), sostienen la hipótesis de la violencia mediática. Por su parte, Mariana Gutiérrez Aldrete (2022) emplea el Análisis Crítico del Discurso Feminista para estudiar la construcción del "discurso discriminatorio" —con variables de culpabilización de la víctima; otredad; justificación del agresor y autoridades; y sensacionalismo— frente al "discurso de la resistencia" —con capacidad de ruptura y/o negociación de significados a partir del contexto, fuentes y denuncia del abuso de poder—.

"Las violencias sexuales ni empiezan ni acaban con la violación" (Zebadúa-Yánez et al., 2023, p. 553, traducción propia). Las violencias sexuales son una pieza cultural clave del sistema de opresión patriarcal (Brownmiller, 1975) cuya representación mediática ha sido mediada por "sesgos no legítimos" (Amorós, 2008, p. 17) que determinan qué entendemos por violación-real (Higgins & Silver,1991; McKimmie et al., 2020), quedando supeditadas a un marco cultural, espaciotemporal y normativo cambiante (Harradine, 2022; Santos et al., 2022), plagado de mitos (Brandariz, 2021) medidos en escalas como la Acceptance of Modern Myths About Sexual Agression (AMMSA-21) (Bohner et al., 2022) y la Illinois Rape Myth Acceptance (IRMA) (McMahon & Farmer, 2011).

> La erradicación de la violencia sexual no puede lograrse sin abordar las actitudes sociales que la toleran o justifican debido a que existe una estrecha relación entre el nivel de aceptación de la violencia sexual y la prevalencia de esta forma de violencia. (Delegación del Gobierno para la Violencia de Género, 2017, p. 2)

Históricamente, la violación se ha enmarcado en el contexto de las relaciones sexuales como acto de deseo o impulso sexual masculino irrefrenable en lugar de como forma de violencia, dominio y control (Brownmiller, 1975; MacKinnon, 1979). Así, se ha extendido el paradigma de la culpabilización de la víctima (Fernández Díaz, 2003; Meyers,1997) cuya palabra es objeto de duda bajo una pobre "economía de la credibilidad" (Higgins & Banet-Weiser, 2023, p. 25). La estereotipia sobre las víctimas las representa como seductoras, transgresoras de límites y culpables de no detener la agresión o, por el contrario, las emplaza en la mentira "por fines egoístas" —reproduciendo el mito de las denuncias falsas— (Bohner et al., 2022, p. 463, traducción propia). La agresión se presenta como un hecho puntual desgraciado alejado de sus raíces sistémicas (Kozol, 1995); que, de ser cometida, lo será en base a la alteridad (Hall, 1997) —por monstruos (Caputi, 1987; Soothill & Walby, 1991), enfermos u otros hombres (no blancos), reforzando jerarquías sociales y étnico-raciales (Grewal, 2016) que intervienen igualmente en la in/visibilización de unas víctimas frente a otras (Slakoff & Brennan, 2019)—. Asimismo, ha predominado el relato del asaltante desconocido en el espacio público (SEXVIOL, 2022) frente a la realidad de los datos que sitúan al agresor como

conocido de la víctima —60 %— (Macroencuesta de la Violencia contra la Mujer, 2019) que perpetra la agresión en casas y anexos (Ministerio de Interior, 2023).

En España, el estudio del tratamiento mediático de las VVSSCMM toma como base los aportes de Natalia Fernández Díaz y Nerea Barjola. Fernández Díaz (2003) ejecuta una minuciosa disección ideológica y lingüística del discurso de la prensa en los 90 que subraya las figuras retóricas que erotizan, desdibujan, justifican y naturalizan el relato de las violencias sexuales. Por su parte, Barjola (2018) teoriza el "relato del terror sexual" como arma simbólica disciplinante empleada por los medios contra los derechos de las mujeres que transgreden los límites de género (espacio público/ocio y noche/libertad sexual) en base al triple feminicidio sexual del Caso Alcàsser. La autora exige la rendición de cuentas al Estado e instituciones que vertebran un régimen sexista y apunta hacia el poder político emancipador de las contranarrativas que dignifican y empoderan a las víctimas a partir de la ruptura epistémica del silencio: "Que sea el relato el que se paralice, no las mujeres" (Barjola, 2018, p. 226).

3. Objetivos

La finalidad del presente trabajo es la de contribuir a la erradicación de las VVSSCMM a partir de la mejora de los mensajes mediáticos en términos de beneficio social (comprensión y sensibilización). Para ello, nos planteamos dos objetivos específicos:

O1. Conocer las recomendaciones deontológicas para el tratamiento mediático de las VVSSCMM.

Esto conlleva:

- O1.1. Identificar e inventariar los códigos deontológicos desarrollados en el Estado español en el marco de las VVCMM y, en especial, de las violencias sexuales.
- O1.2. Analizar los consensos deontológicos para el tratamiento periodístico de las VVSSCMM presentes en el acervo documental.

O2. Elaborar un código de buenas prácticas sintético, riguroso y actualizado para el tratamiento periodístico de las VVSSCMM.

- O2.1. Seleccionar y compilar jerarquizadamente las propuestas de tratamiento ético existentes específicas para las violencias sexuales.
- O2.2. Definir el Mínimo Común Ético (MCE) en base a las propuestas éticas presentes en todos o en una mayoría significativa de los documentos.
- O2.3. Realizar una propuesta visual deontológica.

A estos objetivos subyace la hipótesis de que la falta de adecuación ética en el tratamiento mediático del problema obedece a la inoperancia práctica de los materiales debido a la inespecificidad en el abordaje de las violencias sexuales en los documentos deontológicos existentes[2].

2. Coincidimos con otras autoras en que también existen otros elementos de influencia como la falta de compromiso empresarial y la ausencia de una formación especializada (Zurbano-Berenguer, 2015) o la deseabilidad social (Edo & Zurbano-Berenguer, 2019).

4. Metodología

A partir de un planteamiento hipotético-deductivo, la revisión narrativa del corpus seleccionado (Paré et al., 2015) se ha combinado con un análisis de contenido sobre casos de interés (Sánchez-Ramos, 2021; Sánchez-Ramos et. al, 2024) y entrevistas semiestructuradas a profesionales del sector procedentes de estudios previos[3] (De-Frutos-García, 2025). Los antecedentes investigadores han servido para la consolidación de la hipótesis de partida en la que la inexistencia de códigos específicos sobre violencias sexuales se torna una de las causas principales de la falta de adecuación discursivo-mediática en un contexto social actual altamente sensibilizado.

El corpus material de trabajo lo han constituido los 49 códigos y guías publicados en el Estado español entre 1999 y 2023 (n=49) objeto de análisis de contenido (Krippendorff, 1990). La operacionalización de variables ha resultado en: por un lado, autoría, fecha y especificidad en materia de VVSSCMM y, por otro, el contexto, el emplazamiento, las fuentes, la figura de la víctima, la figura del agresor, la terminología y la presentación de la información. Tal y como plantearon Zurbano-Berenguer & García-Gordillo (2017) en su propuesta para medir la calidad de las noticias sobre violencia de género, la estrategia investigadora se concibe en determinadas fases ordenadas cronológicamente: (1) identificación y recopilación de la documentación ética existente (investigación documental e investigación cualitativa con profesionales); (2) lectura, análisis y categorización de los valores y recomendaciones éticas; (3) selección de los valores comunes sobre los que construir la propuesta; y, (4) elaboración de la propuesta de código de buenas prácticas.

Estas fases teóricas se subdividen a su vez en etapas dentro del recorrido investigador (Tabla 1) que se suceden desde los comienzos de la revisión del estado del arte en 2019 hasta el diseño visual finalizado en 2024.

Tabla 1

Etapas de la investigación

Nº	Etapa	Fecha	Actividad
1	Revisión bibliográfica	Jun 2019 -Jun 2023	Revisión del estado del arte sobre representación, ética mediática y VVCMM.
2	Estudio de caso	Jun 2019-Sep 2019	Aplicación de la herramienta de Zurbano & García-Gordillo (2017) de valoración ética de noticias sobre VVCMM a informaciones específicas sobre violencias sexuales, concretamente, en el caso de La Manada (n=115).
3	Celebración de Jornadas Profesionales	Jun 2023	Conversatorio con 3 periodistas especializadas en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.
4	Grupos de discusión entre profesionales y académicas	Sep 2023	Grupo de discusión con 8 expertas (4 periodistas especializadas y 4 académicas) para validar los consensos deontológicos de los códigos éticos de segunda generación.

3. "Periodismo feminista. La importancia de la comunicación con perspectiva de género". Ref. B.2-2022_03, del Plan Propio de la Universidad de Málaga dirigido por la Dra. Ruth de Frutos.

Nº	Etapa	Fecha	Actividad
5	Entrevistas a profesionales	Sep-Nov 2023	Entrevistas en profundidad a 13 periodistas feministas (Arabia Saudí, Latinoamérica y España) sobre la praxis profesional.
6	Elaboración de inventario	Sep-Oct 2024	Identificación de contenido específico sobre violencias sexuales en el corpus deontológico en España (n=49).
7	Diseño del Mínimo Común Ético	Nov 2024	Establecimiento de las recomendaciones éticas de consenso y sus ítems respectivos para conformar el Mínimo Común Ético en el tratamiento mediático de VVSSCMM.
8	Propuesta de código de buenas prácticas	Nov 2024	Diseño teórico y conceptual del código de buenas prácticas periodísticas para el tratamiento de las VVSSCMM.

Fuente. Elaboración propia.

5. Resultados

5.1. Consensos deontológicos en materia de violencias sexuales contra las mujeres

En las dos últimas décadas, los avances sociales por los derechos efectivos y reales de las mujeres en España han resultado en la consolidación de un aparataje estatal de medidas (jurídicas, legislativas, ejecutivas y asistenciales) que buscan poner fin al problema estructural de las violencias machistas. Esta transformación se ha trasladado al terreno de los medios de comunicación social, presente en el debate sobre el papel del periodismo ante el reto de narrar las VVSSCMM y en la prolífera producción de documentos deontológicos al respecto.

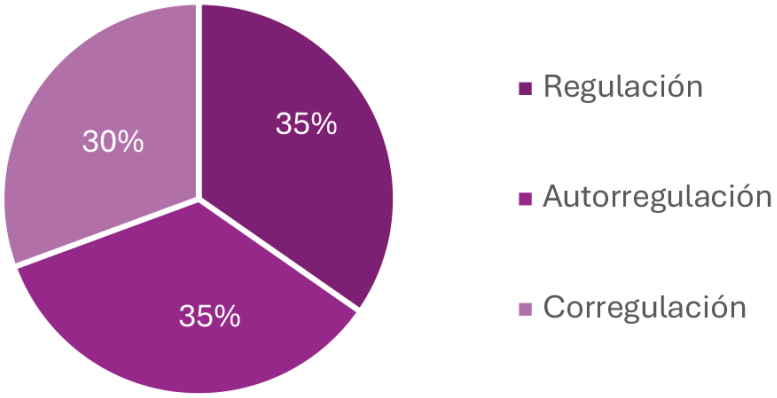
En nuestra investigación se han identificado un total de 49 códigos de segunda generación (Aznar et al., 2024) en el Estado español publicados entre 1999 y 2023 que abordan el tratamiento de las VVCMM. Partiendo de los 48 identificados en Sánchez-Ramos et al. (2024) se añade la *Guía de comunicación feminista* (2023) elaborada por las periodistas Macarena Baena y Laura de Grado Alonso (Agencia EFE). Los documentos proceden (Fig.1) de: iniciativas de regulación (administración pública, 18); autorregulación (medios y asociaciones profesionales, 17); y corregulación (administración pública y sector profesional, 14).

El corpus objeto de análisis (ver Tabla 2) presenta tan solo un código específico (1 de 49) de VVSSCMM: *Guía para informar sobre las agresiones sexuales. Mujeres valientes* (2019). Asimismo, se observa que únicamente el 12 % del material deontológico (6 códigos) presenta herramientas concretas para abordar las violencias sexuales dentro del ámbito de las VVCMM: *Periodismo contra las violencias machistas* (2017); *Manual de estilo para el tratamiento de la violencia machista y el lenguaje inclusivo en los medios de comunicación* (2018); *Comunicar en igualdad. Guía de buenas prácticas para periodistas y profesionales* (2019); *Protocolo para el Tratamiento Informativo de la Violencia de Género* (2022); *Contar sin legitimar. Violencias machistas en los medios de comunicación* (2022); y *Guía de comunicación feminista* (2023).

En cambio, un 41 % (20 códigos) hace alusión sucinta a las violencias sexuales en al menos una ocasión como manifestación de la violencia de género siguiendo la conceptualización de la ONU. Por contra, un 45 % de los documentos analizados no la contemplan entre sus directrices éticas. Los resultados refrendan la hipótesis de partida sobre la inespecificidad de los materiales deontológicos identificados.

Figura 1

Corpus deontológico analizado sobre VVCMM según autoría



Fuente. Elaboración propia.

Tabla 2

Resultado 1. Documentos deontológicos sobre VVCMM en España

N	Lugar	Año	Título	Autoría
1	Andalucía	1999	Decálogo de recomendaciones a los medios de comunicación para el tratamiento de la violencia contra las mujeres. Cómo tratar bien los malos tratos	Instituto Andaluz de la Mujer
2	Navarra	2000	Decálogo para los medios de comunicación sobre el tratamiento de la violencia contra las mujeres	Ayto. de Pamplona y Universidad de Navarra Fundación IPES
3	Cataluña	2001	Manual de estilo periodístico para informaciones sobre casos de violencia doméstica o que afecten a menores	Medios de comunicación de la Demarcación de Girona
4	España	2002	Manual de urgencia sobre el tratamiento informativo de la violencia contra las mujeres	Instituto Oficial de Radio y Televisión. RTVE e Instituto de la Mujer
5	Comunitat Valencia-na	2002	Notícies amb llaç blanc. Manual per a periodistes sobre la violència domèstica	Unió de Periodistes Valencians
6	Navarra	2003	Recomendaciones sobre el tratamiento de la violencia contra las mujeres en los medios de difusión	Instituto Navarro de la Mujer
7	La Rioja	2003	Protocolo para el tratamiento informativo de la violencia de género y agresiones sexuales en La Rioja	Gobierno de La Rioja y once entidades más públicas y privadas
8	Islas Baleares	2003	Decálogo para el tratamiento informativo de los malos tratos en el entorno familiar	Instituto Balear de la Mujer, Sindicato de Periodistas de las Islas Baleares y Gobierno de las Islas Baleares

N	Lugar	Año	Título	Autoría
9	Cataluña	2004	Recomanacions del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre el tractament de la violència de gènere als programes informatius i d'entreteniment als mitjans de comunicació	Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)
10	Galicia	2004	Medios de comunicación e violencia de xénero. Declaración de Compostela	Observatorio Galego dos Medios y Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia (CPXG)
11	Aragón	2004	Decálogo básico (Decálogo de Zaragoza) para iniciar el debate en los medios de comunicación	Ayto. de Zaragoza y medios de comunicación
12	España	2005	Tratamiento de la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación. Recomendaciones para las buenas prácticas en la información sobre violencia de género	Federación de Asociaciones de Periodistas Españoles (FAPE)
13	Andalucía	2005	Decálogo sobre el tratamiento informativo de la violencia de género en los medios de comunicación	Agrupación de Mujeres Periodistas de la Asociación de la Prensa de Granada
14	Castilla y León	2005	ABC de la igualdad. Define igualdad: 125 conceptos para descubrir la igualdad de oportunidades. Dolores Haro Gómez.	Consejo Comarcal del Bierzo
15	Aragón	2005	Las noticias de los malos tratos. Propuestas para abordar la información sobre la violencia de género	Instituto Aragonés de la Mujer
16	Canarias	2005	Lenguaje no sexista en medios de comunicación y publicidad	Cabildo de Tenerife
17	Castilla y León	2006	Código para el tratamiento informativo de la violencia de género	Junta de Castilla y León
18	España	2007	Propuesta de decálogo para el tratamiento de la violencia de género en los medios de comunicación	El Club de las 25
19	Cantabria	2007	Protocolo de actuación periodística y publicitaria sobre igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y tratamiento informativo sobre la violencia de género	Gobierno de Cantabria
20	Galicia	2007	Medios de comunicación e violencia de xénero. Manual de Redacción Xornalística	Xunta de Galicia
21	Cataluña	2007	Decálogo de buenos usos en la información sobre violencia doméstica	Red Internacional de Mujeres Periodistas y Comunicadoras de Cataluña
22	España	2007	Ronda de conversaciones para implementar ciertas disposiciones en las cadenas de televisión	Gobierno de España

N	Lugar	Año	Título	Autoría
23	España	2008	Decálogo para informar sobre violencia de género	*Público*
24	Canarias	2008	La igualdad de género no es cuestión de suerte: Catálogo de recomendaciones para el tratamiento de la violencia de género en los medios de comunicación	Cabildo de Tenerife
25	Comunitat Valenciana	2008	Recomendaciones para un tratamiento informativo adecuado de la violencia contra la mujer en los medios de comunicación	I Congreso Internacional Mujer y Medios de Comunicación (CIMMCO) Generalitat Valenciana.
26	España	2008	Protocolo de la FIP para la cobertura informativa de casos de violencia contra las mujeres	Federación Internacional de Periodistas (FIP)
27	Cataluña	2009	Recomendaciones: El tratamiento de la violencia machista en los medios de comunicación	Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) y ADPC
28	La Rioja	2009	Los periodistas nos comprometemos. Manifiesto contra la violencia de género	Asociación de la Prensa de La Rioja
29	España	2010	Recomendaciones genéricas de cómo informar sobre violencia contra la mujer en las relaciones de pareja	Centro Reina Sofía
30	Canarias	2010	Intervención en publicidad y comunicación sexista	Instituto Canario de Igualdad
31	Andalucía	2010	Código de los profesionales de CSTV para la elaboración de informaciones sobre violencia machista	*Canal Sur Radio y Televisión*
32	Andalucía	2013	Derecho a la Información y Justicia: Guía para el tratamiento informativo de los procesos judiciales	Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA)
33	Extremadura	2014	Recomendaciones: Tratamiento informativo para la igualdad de género en Extremadura	Instituto de la Mujer de Extremadura, Asociaciones de la Prensa de Mérida, Cáceres y Badajoz y medios de comunicación regionales extremeños
34	Madrid	2015	Propuestas de la jornada Tratamiento informativo de la violencia machista en la era digital	Participantes de la jornada organizada por *La marea*
35	Andalucía	2016	Guía para el tratamiento informativo de la violencia de género	Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA)
36	Aragón	2016	Protocolo de buenas prácticas: Tratamiento de la información sobre violencia machista en los medios de comunicación	Asociación de Periodistas de Aragón y Ayto. de Zaragoza
37	País Vasco	2016	Decálogo para el tratamiento informativo de la violencia contra las mujeres	Begira (Comisión Asesora para un uso no sexista de la publicidad y la comunicación) Emakunde (Instituto Vasco de la Mujer)

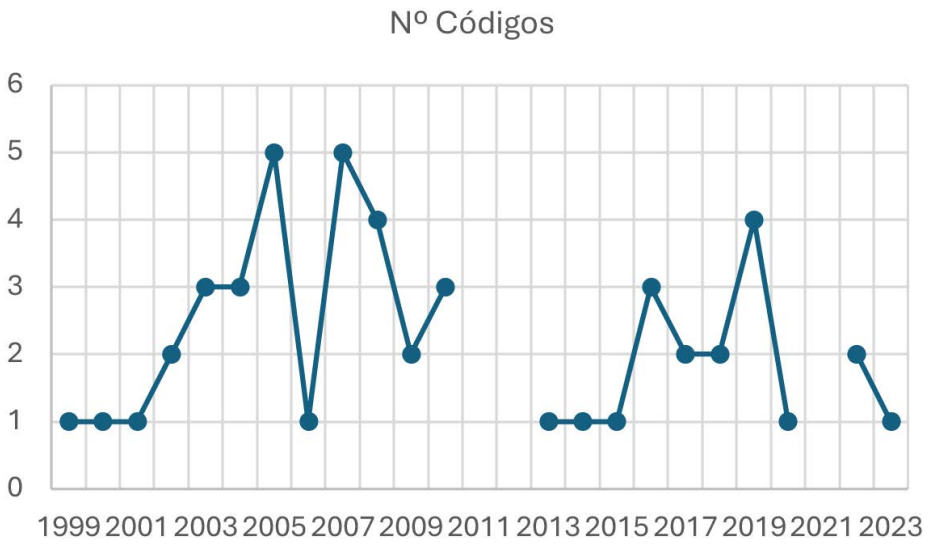
N	Lugar	Año	Título	Autoría
38	España	2017	Periodismo contra las violencias machistas	*La marea* y Oxfam Intermón
39	Castilla y León	2017	Guía para el tratamiento informativo de la violencia de género	Junta de Castilla y León
40	Aragón	2018	Decálogo para el tratamiento periodístico de las víctimas de la violencia machista	Asociación de Periodistas por la Igualdad
41	Comunitat Valenciana	2018	Manual de estilo para el tratamiento de la violencia machista y el lenguaje inclusivo en los medios de comunicación	Unió de Periodistes Valencians
42	Murcia	2019	Manual para el tratamiento informativo de la violencia de género	Fundación Asociación de la Prensa y Colegio Oficial de Periodistas de la Región de Murcia
43	Cataluña	2019	Guía para informar sobre las agresiones sexuales. Mujeres valientes	Almena Cooperativa Feminista, Institut Català de les Dones y Ajuntament de Barcelona. Isabel Muntané y Violeta García
44	Canarias	2019	Comunicar en igualdad. Guía de buenas prácticas para periodistas y profesionales	Instituto Canario de Igualdad. Nuria Coronado y Feminista Ilustrada
45	España	2019	Tratamiento informativo de la violencia contra las mujeres	Agencia EFE
46	Cataluña	2020	Recomendaciones para un periodismo no sexista y el tratamiento de la violencia machista	Consell de la Informació de Catalunya (CIC) junto a Col.legi de Periodistes de Catalunya y Associació de Dones Periodistes de Catalunya
47	La Rioja	2022	Protocolo para el Tratamiento Informativo de la Violencia de Género	Gobierno de La Rioja y el Colegio de Periodistas
48	España-Euskadi	2022	Contar sin legitimar. Violencias machistas en los medios de comunicación	Pikara Magazine
49	España	2023	Guía de comunicación feminista	ONG Movimiento por la Paz. Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030. Macarena Baena y Laura de Grado Alonso

Fuente. Actualización a partir de Sánchez-Ramos et al., 2024.

La concentración temporal de la producción deontológica (Fig. 2) en el plano específico de las VVSSCMM (2017-2023) sitúa el estudio en el marco del #MeToo español. Concretamente, a partir de la movilización social sin precedentes orquestada en la huelga general feminista del 8M de 2018; punto clave en el debate de reconceptualización sociopolítica de las agresiones sexuales en torno al caso de La Manada, que propulsó el cambio en la tipificación penal de los delitos en 2022 al eliminar la diferenciación entre abusos sexuales y agresión sexual.

Figura 2

Marco temporal de la producción deontológica analizada



Fuente. Elaboración propia.

5.2. Mínimo Común Ético

El análisis del contenido de las recomendaciones éticas presentes en los documentos deontológicos ha arrojado luz sobre aquellos puntos en los que existe un consenso sobre cómo abordar periodísticamente las VVSSCMM. Estos consensos constituyen lo que denominamos Mínimo Común Ético (MCE) y que se compone por acuerdos sobre el contexto, el emplazamiento, las fuentes, la figura de la víctima, la figura del agresor, la terminología y la presentación de la información.

1. *Contexto*. **Las VVSSCMM deben enmarcarse como un atentado contra los Derechos Humanos**
   Las VVSSCMM constituyen una de las violaciones de Derechos Humanos de mujeres y niñas más frecuentes y una de las formas más férreamente silenciada en la historia. Las VVSSCMM son problema social estructural y de salud pública y así deben de ser transmitidos periodísticamente y no, como hasta ahora se viene realizando, desde enfoques episódicos que los trasladan como hechos aislados funestos. Las violencias sexuales no tienen por qué ir aparejadas al uso de la fuerza física. Asimismo, es necesario tener en cuenta la invalidez del consentimiento viciado o coaccionado (amenazas, presión económica, etc.) y que la edad mínima en España para manifestar consentimiento es de 16 años. Las VVSSCMM vulneran los derechos a la libertad, a la integridad física y moral, a la igualdad y a la dignidad de la persona y, en el caso del feminicidio sexual, el derecho a la vida. Estas violencias comprenden cualquier acto de naturaleza sexual no consentido o que condicione el libre desarrollo de la vida sexual en cualquier ámbito, público o privado, incluyendo el ámbito digital y es esto lo que debe mostrarse a la ciudadanía.
2. *Emplazamiento*. **Las VVSSCMM deben ocupar espacios propios de problemas sociales y estatales**
   Las VVSSCMM forman parte de un problema social estructural asentado en la cultura machista que apuntala un sistema desigual de poder patriarcal. No son sucesos o casos aislados, sino que poseen raíces socioculturales y políticas sistémicas. Por ello deben situarse en espacios, secciones y con marcadores (cintillos y otros elementos visuales y de maquetación) adecuados.
3. *Fuentes*. **Solo deben aportarse fuentes oficiales, expertas y especializadas que contribuyan al conocimiento social y no redunden en prejuicios y estereotipos**

Se precisan de fuentes especializadas y expertas capaces de contextualizar y aportar valor adicional en sintonía con los valores deontológicos. Se propone que exista una representación mayoritariamente femenina o, en todo caso, paritaria. Además de dar voz a las fuentes oficiales, se ha de valorar como criterio de inclusión la voz de expertas en VVSSCMM

4. *Figura de la víctima*. **Deben realizarse esfuerzos para situar a las víctimas en marcos empoderantes, dignos y cuidar siempre de no revictimizarlas ni con el enfoque ni con la narrativa**
   La representación mediática de las víctimas ha de garantizar la intimidad y la dignidad de las mujeres violentadas dando cuenta de su heterogeneidad, capacidad de agencia y procesos (complejos) de justicia y reparación. Las supervivientes son interlocutoras legítimas por lo que se ha de respetar su voluntad de hablar previa valoración de riesgo sobre su integridad física y emocional. Se ha de incidir en el relato de que no existen reacciones adecuadas o exigibles tanto en el plano de la agresión sexual (bloqueo, lucha, huida), como en el de la interposición de denuncia. El foco de la responsabilidad está en el agresor, por lo que no caben imágenes revictimizantes sobre la conducta, actitud, vestimenta o perfil socioeconómico/étnico-cultural. La duda sobre la palabra de las mujeres ha sido una constante en el relato mediático que ha de desterrarse. Se ha de tener en cuenta que las violencias machistas operan con intersección a discriminaciones y circunstancias de especial vulnerabilidad que no constituyen elementos causales, pero sí factores a tener en cuenta (mujeres con discapacidad, mujeres racializadas, mujeres en situación administrativa irregular, mujeres muy jóvenes/ancianas, mujeres en prostitución...).
5. *Figura del agresor*. **El foco de la información debe centrarse en el agresor**
   El agresor tiene la responsabilidad del delito. La presunción de inocencia aplica sobre este y no sobre el delito objeto de investigación, es decir, no hay "presuntas violencias sexuales". Los consensos deontológicos apuntan hacia una representación que no justifique ni entreteja causalidad entre sus características sociodemográficas (nivel socioeconómico, perfil étnico-cultural, consumo de sustancias) y la comisión del delito de modo que desbibuje o condone su responsabilidad. En este sentido, es importante alejarse del relato imperante de alteridad donde la violencia sexual es cometida por otros hombres alejados del común social: monstruos, enfermos mentales, migrantes, etc.
6. *Terminología*. **Deben emplearse términos correctos que describan la realidad sin estigmatizar ni distorsionar**
   Las violencias sexuales precisan de un marco léxico inequívoco que las emplace en el ámbito de las VVCMM y las aleje del universo simbólico de las relaciones sexuales (consensuadas) a partir de la variable del consentimiento. No utilices construcciones sintácticas que denoten duda o falta de credibilidad en el testimonio de la víctima. La presunción de inocencia se aplica sobre la persona que comete el delito, no sobre la víctima. No hay "presuntas víctimas".
7. *Presentación de la información*. **La construcción textual y visual de la información debe contribuir a dimensionar el problema y a la sensibilización social, no al morbo**
   Las causas u orígenes de las VVSSCMM son inherentes a un sistema desigual de poder patriarcal que se reproduce a partir de la cultura machista que normaliza, invisibiliza e incluso erotiza las VVCMM. La cultura de la violación se trata del conjunto actitudes, creencias, conductas y mensajes falsos que arraigan y justifican las VVSSCMM en base al poder y el control masculino.
   La redacción ha de ser pulcra en un compromiso ético con la comprensión de las violencias sexuales machistas en su complejidad, primando el beneficio social pedagógico frente al morbo o los detalles escabrosos que no aportan información de valor.
   Los recursos gráficos generan marcos de reconocimiento y han de situar las VVSSCMM como un problema social estructural con daños y respuestas que atañen a la sociedad y al Estado en

su conjunto. Las imágenes han de respetar la intimidad de las víctimas y obtener el permiso de estas o de sus familiares, en su caso, y no emplear recursos habituales para delincuentes como pixelados.

La pieza ha de incluir recursos con herramientas e información pública de utilidad para las supervivientes y su entorno de modo que propicie un paso a la acción colectiva y contribuya a la identificación de otras mujeres violentadas.

5.3. Buenas prácticas para informar sobre las violencias sexuales contra las mujeres

Para la elaboración de la propuesta de código se ha partido del MCE y se han transformado las propuestas de abordaje en recomendaciones concretas, directas y aplicables que tienen el objetivo de contribuir a la transformación del discurso periodístico (Fig. 3). Todo ello, tal y como hemos planteado en la metodología testando impresiones, posibilidades reales de implementación y dificultades con profesionales en activo (ver Tabla 1. *Etapas de la investigación*).

Figura 3

Resultado 2. Compilación deontológica para el abordaje periodístico de las VVSSCMM

Fuente. Elaboración propia.

6. Discusión y conclusiones

Este trabajo partía de la hipótesis de la inespecifidad de los documentos deontológicos existentes en el Estado español para tratar las VVSCMM. Dicha hipótesis se ha confirmado tras el inventario de los materiales existentes y el análisis de contenido de los mismos. De la muestra (n=49), de naturaleza y origen diverso, solo uno de los documentos trata sobre el abordaje periodístico de las VVSSCMM específicamente. En el resto de la muestra se hace referencia en ocasiones a estas violencias, pero lo hacen dentro del marco general que las ampara y no de forma especializada.

El objetivo primero de esta investigación ha dado como resultado un inventario no poco extenso de materiales deontológicos que ha propiciado además una de las conclusiones más relevantes del trabajo: existen sólidos consensos respecto a cómo deben de abordarse determinados temas (el contexto, el emplazamiento, las fuentes, la figura de la víctima, la figura del agresor, la terminología y la presentación de la información). Ello nos sitúa en un marco optimista respecto a la facilidad de implementación de herramientas de mejora y perfeccionamiento de la información periodística tanto en las redacciones y centros formativos (como las universidades). La existencia de consensos sólidos permite atisbar un horizonte donde trabajar para el cambio tenga más de cuestión operativa (aterrizar las claves éticas ya asentadas) que de concienciación profesional.

Respecto al segundo de los objetivos, la recogida y análisis de las recomendaciones existentes (ya sea en documentos específicos o como partes de otros de corte más general) ha dado como resultado lo que hemos venido a llamar Mínimo Común Ético. Este facilita la elaboración de una propuesta de código de carácter profesional con las recomendaciones esenciales para realizar abordajes deontológicamente adecuados de las VVSSCMM.

Esta herramienta persigue, en sintonía con otros trabajos en el área, revertir el sesgo de género histórico en el marco de la autorregulación mediática (Vega-Montiel, 2025) de modo estructural a través de la pedagogía social como estrategia comunicativa (Carballido, 2009). Partiendo de las cotas de sensibilidad ya existentes en el ámbito social y en el profesional, este código se plantea en un contexto de revolución simbólica auspiciada por los movimientos #MeToo, #Cuéntalo y #SeAcabó, recogida por medios y periodistas feministas. En palabras de Fallarás (2024): "Por primera vez en la historia, contamos nosotras" Así, entendemos, que es un momento idóneo para la implementación de herramientas que puedan desestabilizar los marcos normativos de inteligibilidad de la violencia (Barjola, 2018; Núñez-Puente & Fernández-Romero, 2017), recogiendo el testigo de las demandas sociales y contribuyendo a una contranarrativa mediática que dignifique a las víctimas y ayude a la comprensión social como estrategia de progresiva erradicación de las VVSSCMM.

Los límites del presente trabajo hacen necesaria una segunda fase de investigación de corte empírico a fin de validar su solidez científica en términos de fiabilidad y replicabilidad. Por tanto, se precisa de la aprobación de la comunidad científica y profesional para ofrecer una herramienta específica de medición de calidad deontológica como línea de investigación futura.

6. Financiación y apoyos

Esta investigación cuenta con financiación del programa de Formación de Profesorado Universitario del Ministerio de Universidades (FPU18/00052, María Sánchez-Ramos) y del I+D+i "Autorregulación de la comunicación social: Estudio y Análisis de contenido de los Códigos éticos de 2ª Generación y elaboración de Protocolos de Aplicación" Ref. PID2021-124969NBI00, financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033/ y "FEDER Una manera de hacer Europa". Asimismo, recibe apoyo de la Beca Fulbright obtenida por Sánchez-Ramos, cofinanciada por la Junta de Andalucía, y del proyecto "Periodismo feminista. La importancia de la comunicación con perspectiva de género", Ref. B.2-2022_03, del Plan Propio de la Universidad de Málaga.

7. Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía CrediT

- Concepción y enfoque del trabajo: Autora 1 y 2.
- Curación de datos: Autora 2.
- Análisis formal: Autora 1.
- Adquisición de fondos: Autora 1 y 2.
- Investigación: Autora 1 y 2.
- Metodología: Autora 1 y 2.
- Administración del proyecto: Autora 1.
- Recursos: No aplica.
- Software: No aplica.
- Supervisión: Autora 2.
- Visualización: Autora 1.
- Redacción: Autora 1 y 2.

Semblanza de las autoras

María Sánchez-Ramos es periodista y profesora en el Departamento de Periodismo I de la Universidad de Sevilla. Beca Fulbright en la University of Pennsylvania y FPU en la Hispalense, es miembro del Grupo de Investigación en Teoría y Tecnología de la Comunicación - GITTCUS. Su línea de investigación se centra en la representación mediática de las violencias (sexuales) contra las mujeres, la ética periodística y los estudios de género. Es coautora junto a Belén Zurbano y Aurora Edo de la obra *Tratamiento ético de la violencia de género en los medios* (2024). Su trabajo ha sido reconocido con el VI Premio de Investigación Rosario Valpuesta por *La prensa andaluza ante el caso de La Manada. Violencias sexuales y deontología periodística: aproximaciones desde la perspectiva crítica feminista* (2021).

Dra. Belén Zurbano-Berenguer es Profesora Titular del Departamento de Periodismo I de la Universidad de Sevilla. Sus principales líneas de investigación se centran en el abordaje de la comunicación desde las perspectivas feministas. Es especialista en comunicación para la transformación social, Buen Vivir y estudios deontológicos sobre sexismo y violencias contra las mujeres en la esfera mediática. Forma parte del Observatorio de Género sobre Economía, Política y

Desarrollo (GEP&DO) y del I+D+i del MICIN "**Ética y Autorregulación de la Comunicación Social**" (CETICOM-2G). Su labor investigadora ha sido reconocida con numerosas distinciones, entre ellas, con el Premio Lorenzo Gomis de la Sociedad Española de Periodística (2017) y el XXV Premio 'Sevilla, Territorio de Igualdad' en la categoría Mujer e Investigación (2022).

Notas

Las autoras de este artículo han adaptado las normas APA para visibilizar a las mujeres en la ciencia.

Referencias

Aldrete, Mariana (2022). Análisis crítico del discurso con perspectiva feminista para analizar los discursos sobre feminicidio. Una propuesta metodológica de Latinoamérica. *Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, (56), 153–176. https://doi.org/10.5944/empiria.56.2022.34443

Aldrete, Mariana & Fernández-Ardèvol, Mireia (2023). Framing femicide in the news, a paradoxical story: A comprehensive analysis of thematic and episodic frames. *Crime, Media, Culture*. https://doi.org/10.1177/17416590231199771

Angulo-Egea, María (14 de febrero de 2017). Las mujeres podrán libremente consagrarse al periodismo. *Jot Down.* https://bit.ly/4kkQeG9

Amorós, Celia (2008). Conceptualizar es politizar. En Patricia Laurenzo, Mª Luisa Maqueda & Ana Mª Rubio (Coords.), *Género, violencia y derecho* (pp. 15-26). Tirant lo Blanch.

Aznar, Hugo, Mercado-Sáez, María Teresa & Álvarez-Villa, Àngels (2024). Verifying a new historical stage in the ethics of communication: second generation ethics codes. *Frontiers in Communication*, (9). https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1495897

Aznar, Hugo (2005). *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios*. Ariel.

Banet-Weiser, Sarah (2018). *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*. Duke University Press. https://doi.org/10.1215/9781478002772

Barjola, Nerea (2018). *Microfísica sexista del poder. El caso Alcàsser y la construcción del terror sexual*. Virus.

Bartholomé, Guus, Lecheler, Sophie & de Vreese, Claes (2018). Towards a typology of conflict frames: Substantiveness and interventionism in political conflict news. *Journalism Studies*, *19*(12), 1689–1711. https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1299033

Bennett, Jesica (5 de noviembre de 2017). The 'Click' Moment: How the Weinstein Scandal Unleashed a Tsunami. *The New York Times*. https://bit.ly/3ZPcoXM

Bernal-Triviño, Ana I. (2019). *Hacia una comunicación feminista. Cómo informar e informarse sobre violencia machista.* Editorial UOC.

Bernárdez-Rodal, Asunción (2015). *Mujeres en medio(s): Propuestas para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género*. Fundamentos. https://bit.ly/49NACpU

Bohner, Gerd, Weiss, Alexa, Schirch, Cindy, Zöllner, Lea, Lipińska, Aldona, Sempere, Mª José, & Megías, Jesús L. (2022). AMMSA-21: a revised version of the Acceptance of Modern Myths About Sexual Aggression Scale in English, German, Polish and Spanish. *International Journal of Social Psychology*, *37*(3), 460–491. https://doi.org/10.1080/02134748.2022.2083291

Bordieu, Pierre (2000). *La dominación masculina*. Anagrama.

Brandariz-Portela, Tania (2021). Los mitos de la violación en el caso de 'La Manada'. Una crítica a la división patriarcal público / privado. *Investigaciones Feministas*, *12*(2), 575-585. https://doi.org/10.5209/infe.76277

Brownmiller, Susan (1975). *Against Our Will: Men, Women and Rape*. Fawcett.

Cañedo, Azahara, Rodríguez-Castro, Marta, & López-Cepeda, Ana Mª (2022). Distilling the value of public service media: Towards a tenable conceptualisation in the European framework. *European Journal of Communication*, *37*(6), 586–605. https://doi.org/10.1177/02673231221090777

Caputi, Jane (1987). *The age of sex crime*. University Popular Press.

Carballido, Paula (2009). Medios de comunicación social y violencia de género. Una revisión desde la teoría del "framing". En José María Bernardo, Elena Martínez, Gonzalo Montiel & Beatriz Belando (Coords.), *Retos de la Comunicación ante la violencia de género. Marco jurídico, discurso mediático y compromiso social* (pp. 157-174). Tirant Lo Blanch.

Cobo, Rosa (2019). La cuarta ola feminista y la violencia sexual. *Paradigma: revista universitaria de cultura*, (22), 134-138. https://bit.ly/4fnlkJt

Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer [CEDAW] (1979). Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer. Naciones Unidas. https://bit.ly/4gi36dR

Congreso de la Nación Argentina (2009). *Ley 26.485 de Protección Integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales*. Publicada en el Boletín Oficial el 14 de abril de 2009. https://bit.ly/4gl7s3F

Consejo de Europa (2005). Convenio sobre la lucha contra la trata de seres humanos (Convenio de Varsovia). https://bit.ly/4iE2mkB

Consejo de Europa (2011). Convenio del Consejo de Europa sobre Prevención y Lucha contra la Violencia contra la Mujer y la Violencia Doméstica (Convenio de Estambul). https://bit.ly/4iEu80r

De-Frutos-García, Ruth (Coord.) (2025). *Periodismo feminista. La importancia de la comunicación con perspectiva de género*. Tirant lo Blanch. [En prensa]

De-Frutos-García, Ruth & Ceballos, Antonia (2024). Periodismo feminista: prácticas organizativas, dinámicas periodísticas y agenda setting. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, (10), 74-93. https://doi.org/10.7203/drdcd.v0i10.292

De Miguel, Ana (2008). La violencia contra las mujeres. Tres momentos en la construcción del marco feminista de interpretación, *Isegoría. Revista de Filosofía Moral y Política*, (38),129-137. https://doi.org/10.3989/isegoria.2008.i38.407

De Pablos, José Manuel & Mateos, Concha (2004). Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad en prensa y TV: Patologías y tabla de medicación para recuperar la calidad en prensa. *Ámbitos*, (12), 341-365. http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2004.i11-12.19

De Miguel, Roberto, Hanitzsch, Thomas, Parratt, Sonia & Berganza, Rosa (2017). Mujeres periodistas en España: análisis de las características sociodemográficas y de la brecha de género. *El Profesional de la Información*, *26*(3),497-506. https://doi.org/10.3145/epi.2017.may.16

Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género (2017). *Percepción social de la violencia sexual*. Ministerio de Igualdad. https://bit.ly/4glksX8

Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género (2020). *Macroencuesta de Violencia contra la Mujer 2019*. Ministerio de Igualdad. https://bit.ly/4gJdIly

Edo, Aurora & Zurbano-Berenguer, Belén (2019). Deontología periodística en materia de violencias contra las mujeres: ¿quién elabora los documentos? Un estudio longitudinal desagregado por sexo sobre la autoría, *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, (28), 261-284. https://doi.org/10.31921/doxacom.n28a14

Entman, Robert M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm, *Journal of Communication*, *43*(4), 51–58. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Fallarás, Cristina (14 de noviembre 2024). Por primera vez en la historia contamos nosotras. *Público*. https://bit.ly/4gnC1pu

Fernández-Díaz, Natalia (2003). *La violencia sexual y su representación en la prensa*. Anthropos.

Fernández, June (9 de octubre de 2024). Jare no quiere que su agresión sexual caiga en el olvido. *Pikara Magazine.* https://bit.ly/4gBLDfY

Galarza-Fernández, Emelina, Cobo-Bedía, Rosa & Esquembre-Cerdá, Mar (2016). Medios y violencia simbólica contra las mujeres, *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), 818-832. https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1122

Gallego, Juana (2003). Producción informativa y transmisión de estereotipos de género en la prensa diaria. *Comunicación y sociedad*, *16*(2), 49-66. https://doi.org/10.15581/003.16.36352

Gámez-Fuentes, María José & Núñez-Puente, Sonia (2013). Medios, ética y violencia de género: más allá de la victimización, *Asparkía. Investigació Feminista*, (24),145-160. https://bit.ly/3P3uS1K

Gámez-Fuentes, María José, Núñez-Puente, Sonia & Gómez-Nicolau, Emma (2019). *Re-writing Women as Victims: From Theory to Practice*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781351043601

García-Saiz, Lorena (2018). Análisis de la situación laboral de las periodistas españolas. *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, (13), 7-27. https://doi.org/10.18002/cg.v0i13.5388

Gavey, Nicola. 2018. *Just sex? The cultural scaffolding of rape*. Segunda edición. Routledge.

Gil, Silvia L. (2011). *Nuevos Feminismos. Sentidos comunes en la dispersión. Una historia de trayectorias y rupturas en el Estado español*. Traficantes de Sueños.

GMMP (2020). ¿Quién figura en las noticias? 6º Proyecto de Monitoreo Global de Medios. https://bit.ly/3ZWnV8O

Gorosarri-González, María (2024). Periodismo feminista: una aproximación conceptual. *Historia y Comunicación Social*, *29*(2), 489-497. https://doi.org/10.5209/hics.98681

Grewal, Kiran Kaur (2016). Racialised Gang Rape and the Reinforcement of Dominant Order: Discourses of Gender, Race and Nation. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315580548

Habermas, Jürgen (1987). *Teoría de la acción comunicativa, Tomo I. Racionalidad de la acción y racionalización social*. Taurus Humanidades.

Hall, Stuart (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. SAGE Publications.

Hänggli, Regula (2020). Origin of Dialogue: A Model of Frame Building. En Regula Hänggli, *The Origin of Dialogue in the News Media. Challenges to Democracy in the 21st Century*. Palgrave Macmillan, Cham (pp.21-46). https://doi.org/10.1007/978-3-030-26582-3_2 pp.21–46

Hanitzsch, Thomas (2007). Deconstructing Journalism Culture: Toward a Universal Theory. *Communication Theory*, (17), 367-385. https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00303.x

Harradine, Michelle (2022). Defamation law and epistemic harm in the #metoo era. *Australian Feminist Law Journal*, *48*(1): 31–55. https://doi.org/10.1080/13200968.2022.2146303

Higgins, Kathryn & Banet-Weiser, Sarah (2023). *Believability: Sexual violence, media, and the politics of doubt*. Polity.

Higgins, Lynn A. & Silver, Brenda R. (Eds.) (1991). *Rape and Representation.* Columbia University Press.

Hunnicutt, Gwen (2009). Varieties of patriarchy and violence against women: Resurrecting "patriarchy" as a theoretical tool. *Violence Against Women*, *15*(5), 553-573. https://doi.org/10.1177/1077801208331246

Kozol, Wendy (1995). Fracturing Domesticity: Media, Nationalism, and the Question of Feminist Influence. *Signs*, *20*(3), 646–667. https://doi.org/10.1086/495004

Krijnen, Tonny & Van Bauwel, Sofie (2015). *Gender and Media: Representing, Producing, Consuming*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780429318474

Krippendorff, Klaus (1990). *Metodología de análisis de contenido: Teoría y Práctica*. Paidós Comunicación.

Lazar, Michelle M. (2007). Feminist Critical Discourse Analysis: Articulating a Feminist Discourse Praxis1, *Critical Discourse Studies*, *4*(2), 141–164. https://doi.org/10.1080/17405900701464816

L.O. 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género. Boletín Oficial del Estado, 313, 44066-44079. https://bit.ly/49Hua3q

L.O. 10/2022, de 6 de septiembre, de Garantía Integral de la Libertad Sexual. Boletín Oficial del Estado, 215, 103057-103115. https://bit.ly/3ZFx04x

L.O. 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. Boletín Oficial del Estado, 71, 12611-12621. https://bit.ly/49LYUAj

Lagarde y de los Ríos, Marcela (1996). *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia*. Horas y Horas.

Lagarde y de los Ríos, Marcela (2007). Por los derechos humanos de las mujeres: la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, *49*(200), 143-165. https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2007.200.42568

Ley 4/2015, de 27 de abril, del Estatuto de la víctima del delito. Boletín Oficial del Estado, 103, 36643-36659. https://bit.ly/3ZJrLkh

LLYC (2024). *Desenfocadas: Cómo opinar e informar mejor sobre violencia de género* https://bit.ly/3P3zWD0

MacKinnon, Catharine A. (1979). *Sexual Harassment of Working Women. A case of Sex Discrimination*. Yale University Press.

Martínez-Jiménez, Laura (2021). Postfeminismo neoliberal: una propuesta de (re)conceptualización desde los estudios culturales feministas, *Revista de Investigaciones Feministas*, *12*(2), 371-381. https://doi.org/10.5209/infe.73049

Martínez-Jiménez, Laura & Zurbano-Berenguer, Belén (2024). Comunicación social, periodismo y vulnerabilidad mediática de las mujeres: aproximaciones desde los estudios de género y feministas. En Hugo Aznar & Rodrigo Fidel Rodríguez Borges (Coords.), *Vulnerabilidad y comunicación social. Fragilidad humana en la esfera pública* (pp. 237-252). Tecnos.

McKimmie, Blake M., Masser, Barbara M., Nitschke, Faye, Lee, Harrison & Schuller, Regina (2020). The impact of schemas on decision-making in cases involving allegations of sexual violence. *Current Issues in Criminal Justice, 32*(4), 420–439. https://doi.org/10.1080/10345329.2020.1829780

McMahon, Sarah & Farmer, Gregory (2011). An Updated Measure for Assessing Subtle Rape Myths. *Social Work Research*, (35), 71-81. https://doi.org/10.1093/swr/35.2.71

Melucci, Alberto (1988). Getting Involved: Identity and Mobilization in Social Movements, *International Social Movement Research*, (1), 329-348.

Meyers, Marian (1997). *News Coverage of Violence against Women: Engendering Blame*. SAGE.

Ministerio del Interior (2023). *Informe sobre delitos contra la libertad sexual en España 2023*. https://bit.ly/3Dz3g1F

Núñez-Puente, Sonia & Fernández-Romero, Diana (2017). Narrativas transformadoras y testimonio ético: las estrategias discursivas de la Plataforma Feminista 7N, Contra las Violencias Machistas. *index. Comunicación*, 7(3), 269-281. https://bit.ly/4gmmbeC

Organización Mundial de la Salud (2007). Rape: How women, the community and the health sector respond. Sexual Violence Research Initiative. https://bit.ly/3ZCkItE

Palau-Sampio, Dolors, Gutiérrez Lozano, Juan Francisco & García-Gordillo, Mar (Eds.) (2023). *Calidad periodística. Retos en tiempos de desinformación, precariedad y polarización*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Paré, Guy, Trudel, Marie-Claude, Jaana, Mirou & Kitsiou, Spyros (2015). Synthesizing information systems knowledge: A typology of literature reviews. *Information & Management*, 52(2):183-99. https://doi.org/10.1016/j.im.2014.08.008

Puleo, Alicia H. (1995). Patriarcado. En Celia Amorós, *10 palabras clave sobre mujer* (pp.21-54). Verbo Divino.

Sánchez-Leyva, María José & Reigada, Alicia (Coords.) (2007). *Crítica feminista y comunicación*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Sánchez-Ramos, María (2021). *La prensa andaluza ante el caso de La Manada. Violencias sexuales y deontología periodística: aproximaciones desde la perspectiva crítica feminista*. Tirant lo Blanch. https://bit.ly/4gi6kht

Sánchez-Ramos, María & Zurbano-Berenguer, Belén (2020). Las mujeres en el periodismo. Reflexiones desde, para y por una comunicación feminista. En Irene Liberia-Vayá & Bianca Sánchez-Gutiérrez (Coords.), *Aquelarre: la emancipación de las mujeres en la cultura de masas* (pp.83-102). Advook.

Sánchez-Ramos, María, Zurbano-Berenguer, Belén & Edo-Ibáñez, Aurora (2024). *Tratamiento ético de la violencia de género en los medios*. Tecnos.

Santos, Sofía José, Garraio, Julia, de Sousa Carvalho, Alexandre, & Amaral, Inês (2022). A space to resist rape myths? Journalism, patriarchy and sexual violence. *European Journal of Women's Studies*, 29(2), 298-315. https://doi.org/10.1177/13505068211048465

Segato, Rita Laura (2014). Las nuevas formas de la guerra y el cuerpo de las mujeres. *Sociedade e Estado*, 29(2),341–371. https://doi.org/10.1590/S0102-69922014000200003

SEXVIOL (2022). Desmontando mitos a acerca de la Agresión Sexual. Un estudio de caso sobre la Audiencia Provincial de Madrid. https://bit.ly/3ZNdYZQ

Slakoff, Danielle C. & Brennan, Pauline K. (2019). The differential representation of Latina and Black female victims in frontpage news stories: A qualitative document analysis. *Feminist Criminology*, 14(4): 488–516. https://doi.org/10.1177/1557085117747031

Soothill, Keith, & Walby, Sylvia (1991). *Sex Crime in the News*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003380474

Tejada, Jennifer (17 de noviembre de 2015). La prensa hace autocrítica sobre el tratamiento de la violencia machista. *Público*. https://bit.ly/4gfi446

Van Dijk, Teun A. (1990). *La noticia como discurso*. Paidós Comunicación.

Van Dijk, Teun A. (1998). *Ideology: A multidisciplinary approach*. Sage. https://doi.org/10.4135/9781446221884

Van Zoonen, Liesbet (1994). *Feminist Media Studies*. Sage.

Varela, Nuria (2017). *La violencia de género en contextos de pareja, en el estado español, a través del discurso de las víctimas* [Tesis doctoral, Universidad Rey Juan Carlos]. https://bit.ly/49K7Juu

Vega-Montiel, Aimé (2009). La influencia de los medios de comunicación en la representación social de la violencia de género contra las mujeres y las niñas. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação E-compós*, *12*(1). https://doi.org/10.30962/ec.370

Vega-Montiel, Aimée (2014). El tratamiento de la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación, *Comunicación y Medios*, (30), 9-25. https://doi.org/10.5354/rcm.v0i30.30332

Vega-Montiel, Aimée (2019). Análisis de la evidencia, buenas prácticas y experiencias en el trabajo con medios en materia de Violencia Contra las Mujeres y las Niñas (VCMN) y feminicidio. UNFPA [informe presentado como parte de la iniciativa Spotlight México].

Vega-Montiel, Aimée (2025). La cobertura informativa de la violencia contra las mujeres en México. En Ruth De-Frutos-García (Coord.), *Periodismo feminista. La importancia de la comunicación con perspectiva de género*. Tirant lo Blanch. [En prensa]

Vera-Balanza, Teresa (2004). La construcción del género en los medios de comunicación: la segregación del discurso informativo. En Teresa Vera-Balanza & Rosa Mª Ballesteros (Coords.), *Mujeres y medios de comunicación. Imágenes, mensajes y discursos* (pp.133-150). Universidad de Málaga.

Vera-Balanza, Teresa & Ballesteros, Rosa Mª (Coords.) (2004). *Mujeres y medios de comunicación. Imágenes, mensajes y discursos*. Universidad de Málaga.

Wozniak, Jessica A. & McCloskey, Kathy A. (2010). Fact or fiction? Gender issues related to newspaper reports of intimate partner homicide. *Violence Against Women*, *16*(8), 934-952. https://doi.org/10.1177/1077801210375977

Yébenes, Julia (2005). Tratamiento de la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación. Recomendaciones para las buenas prácticas en la información sobre violencia de género. [Informe]. Asociación de la Prensa de Madrid. https://bit.ly/4iGCGUq

Zebadúa-Yáñez, Verónica, Owen, Rose A., Kessel, Alisa, Cruz, Melany & Chaparro-Martínez, Amneris (2023). Sexualized violence and feminist counterviolence. *Contemporary Political Theory,* 22(4), 552-583. https://doi.org/10.1057/s41296-023-00636-2

Zurbano-Berenguer, Belén (2015). *Discurso periodístico y violencias contra las mujeres. Aproximaciones a la construcción y valoración de los mensajes informativos en la prensa de referencia en España (2000-2012)* [Tesis doctoral, Universidad de Sevilla]. idUS. https://bit.ly/4iH44li

Zurbano-Berenguer, Belén & García-Gordillo, María del Mar (2017). Propuesta metodológica para la evaluación de la calidad deontológica de las noticias sobre violencias contra las mujeres, *Communication & Society*, *30*(1),73-85. https://doi.org/10.15581/003.30.1.73-85

ÁMBITOS
REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

Nº 67 | ABRIL 2025
ISSN: 1139-1979 | E-ISSN: 1988-5733
10.12795/Ambitos.2025.i67.12

Jornalismo de proximidade: a cobertura noticiosa do Jornal do Centro aos incêndios de outubro de 2017 na região de Viseu (Portugal)

Proximity journalism: Jornal do Centro's news coverage of the October 2017 fires in the Viseu region (Portugal)

Miguel Midões

CECS – Centro Estudos Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho | IPV – Escola Superior de Educação de Viseu | Rua Maximiano Aragão, 3504-501 Viseu | Portugal
0000-0001-9492-9918 | mmidoes@esev.ipv.pt

Ana Isabel Reis

Faculdade de Letras da Universidade do Porto | Via Panorâmica, 4150-564 Porto | Portugal
0000-0002-9335-4574 | areis@letras.up.pt

Filipa Rodrigues Pereira

IPV – Escola Superior de Educação de Viseu | Rua Maximiano Aragão, 3504-501 Viseu | Portugal
0000-0002-6728-5384 | filiparodrigues@esev.ipv.pt

Raquel Torres Guerra

IPV – Escola Superior de Educação de Viseu | Rua Maximiano Aragão, 3504-501 Viseu | Portugal
0009-0001-5693-7527 | raqueltorresguerra@gmail.com

Recepción 23/05/2024 · Aceptación 07/11/2024 · Publicación 15/04/2025

Resumo

Portugal tem sido identificado como um dos países mais devastados pelos incêndios rurais. Na última década este fenómeno tem vindo a piorar, não só pela dimensão e brutalidade do fogo, mas também pelas consequências irreparáveis para as comunidades, levando sempre a um interesse especial por parte dos órgãos de comunicação social nacionais e também locais. Em situações de crise, como "grandes incêndios", à semelhança dos *media* nacionais, também os *media* locais portugueses tendem a fazer uma cobertura negativa numa fase inicial. Em fase posterior, o teor é positivo ou neutro, apostando numa abordagem às medidas de precaução e defesa neste tipo de situações. Este estudo de caso descritivo e exploratório permite retirar evidências pertinentes acerca da rotina produtiva dos *media* locais em situações de crise, como é o caso dos incêndios rurais. Numa análise quantitativa a 24 edições do Jornal do Centro, de Viseu (Portugal), num total de 98 artigos, percebe-se o recurso frequente à notícia, ainda que de grandes dimensões, privilegiando a fonte única, por ser também em termos de rotina produtiva mais acessível e económico. A reportagem não assume expressividade, constatando-se um "jornalismo sentado". Apesar de estar presente a voz do comum cidadão, são as fontes oficiais que detêm maior atenção, sobretudo as que estão ligadas ao poder local, como as autarquias, e também as fontes relacionadas com o comando dos bombeiros ou as associações humanitárias.

Palavras-chave: media locais, jornalismo de proximidade, incêndios, fontes de informação.

CC BY NC SA

Abstract

Portugal has been identified as one of the countries most affected by rural fires. Year after year, thousands of hectares are burnt and in the last decade this phenomenon has been getting worse, not only because of the size and brutality of the fires, but also because of the irreparable consequences for communities, always leading to special interest on the part of the national and local media. In crisis situations, such as major fires, like the national media, local Portuguese media also tend to give a negative coverage initially. At a later stage, the content is positive or neutral, focusing on precautionary and defense measures in this type of situation. This descriptive and exploratory case study provides pertinent evidence about the production routine of the local media in crisis situations, such as rural fires. A quantitative analysis of 24 editions of Jornal do Centro, from Viseu (Portugal), with a total of 98 articles, shows that there is frequent choice to news, albeit large, favoring the single source, as this is also easier, more accessible and more economical in terms of production routine. There is not a great deal of reportage, which is "seated journalism". Although the voice of the citizens is existent in the newspaper's pages, it is the official sources that get the most attention, especially those linked to local government, such as local councils, and sources related to the fire brigade or humanitarian associations.

Keywords: *local media, proximity journalism, fires, information sources.*

1. Introdução

O jornalismo de proximidade é sobretudo um conceito ibérico, assim denominado em Portugal e Espanha. Fora desta geografia, está muito associado ao jornalismo local ou comunitário. Na prática é o jornalismo que se realiza, de facto, no contexto de proximidade, abordando assuntos das comunidades locais, em contacto direto com as fontes de informação, que privilegia a reportagem como género e que foge à agenda mediática e à tematização imposta à rotina produtiva dos *media mainstream* pelas agendas política e económica das instituições sociais. Pelo contrário, o jornalismo de proximidade é reconhecido como o elo entre o cidadão e a comunidade, permitindo dar voz a públicos diferentes e marginalizados, veiculando informação do quotidiano do território em questão (Camponez, 2002), possibilitando inclusive o fortalecimento da democracia e o envolvimento cívico das comunidades locais.

Quando falamos de imprensa regional falamos de um território específico, no qual se insere determinado meio de comunicação social de âmbito local ou regional, associando a este contexto noções de pertença, de proximidade e de identidade.

A proximidade pode ser encarada como um valor estratégico e a imprensa regional deve seguir o ideal de ser a voz dos leitores, mostrando que é numa região, num concelho ou numa cidade que a proximidade se faz sentir de forma mais reforçada, e que é nos *media* locais e regionais que a dimensão da proximidade predomina como valor-notícia (Camponez, 2012).

Assim, associado ao conceito de proximidade está o conceito de comunidade, que depois se desdobra em território, quando se refere ao espaço geograficamente delimitado (comunidades geográficas), "uma dinâmica própria com especificidades, que desenvolvem relações de interdependência com os espaços nos quais se insere" (Dieng, 2013, p. 5) e em identidade, quando associado a valores, crenças, tradições ou especificidades de um determinado grupo de pessoas (comunidades imaginadas ou de interesses), criando inclusive um maior suporte social para os indivíduos que dela fazem parte (Midões, 2021). "A proximidade com a comunidade, o sentimento de pertença e de partilha são algumas das características que tornam este meio atrativo para os leitores" (Gonçalves, 2020, p. 94).

Nesta relação da comunidade com os *media*, Carlos Camponez (2002) aponta as especificidades que definem a imprensa regional, tais como a sua forte territorialização, a territorialização dos seus públicos, a proximidade em relação aos agentes e às instituições sociais locais, e o conhecimento dos seus leitores e das temáticas correntes na opinião pública local.

Neste contexto desenvolve-se um estudo de caso com o Jornal do Centro, em Viseu (Portugal), um órgão de comunicação social local, propriedade da Legenda Transparente, que tem quatro jornalistas com carteira profissional de jornalista, incluindo a sua diretora Sandra Rodrigues. Este jornal, criado em 2002, retomou as edições semanais em papel em 2024, depois de uma paragem de quase quatro anos e de uma aposta exclusivamente online.

Este estudo de caso único, descritivo e exploratório (Yin, 2003) analisa 24 edições do arquivo do Jornal do Centro, num total de 98 artigos, entre 20 de outubro de 2017 a 30 de março de 2018. Trata-se de uma análise quantitativa, que visa perceber a quantidade de artigos que este jornal local publicou sobre esta temática, fontes de informação, género jornalístico, e teor positivo, negativo ou neutro da informação.

Esta investigação surge no âmbito do projeto de investigação *Forest FM – Youth engagement in widfire preparedness through participatory radio*[1], que previu a criação de programas de rádio participativos, envolvendo estudantes da região de Viseu, afetada pelos incêndios de 2017, com vista ao desenvolvimento e debate do tema dos incêndios florestais, envolvendo as comunidades locais.

A intenção deste estudo é o de perceber como foram cobertos por este jornal os "grandes incêndios" de outubro de 2017, altura em que ainda mantinha a publicação em papel, que era distribuída pela comunidade, com 5300 exemplares repartidos por 263 bancas da região, e enviava 3500 exemplares para assinantes. Outro objetivo consiste em indagar a forma como a comunidade era ouvida enquanto fonte de informação, estava representada nos artigos, e se as notícias foram construídas tendo como princípio a prevenção de situações futuras idênticas e a transmissão de conhecimentos à população que permitissem precaver-se e proteger-se neste tipo de situações.

O flagelo dos incêndios florestais que assolaram a região Centro de Portugal no ano de 2017 trouxeram enormes desafios para as comunidades locais. A destruição da floresta, a perda de vidas humanas e de património fizeram despertar as diversas entidades locais para uma maior atenção e cuidado às populações, aos seus recursos e às suas próprias vidas.

O distrito de Viseu foi dos mais fustigados, o que fez mobilizar os seus diversos órgãos de comunicação social, no sentido de estarem próximos das populações para a divulgação das notícias, informações e dados considerados de interesse público sobre estes grandes incêndios.

Neste contexto, a comunicação social local procurou dar resposta à procura de conteúdos de informação que fossem ajudando as populações a perceber o que se tinha passado, o que estava a acontecer e tudo aquilo que poderia vir a ser feito ou implementado para mitigar as consequências desses incêndios.

1. Projeto financiado pela FCT – Fundação para a Ciência e Tecnologia (de Portugal) - PCIF/AGT/0087/2019.

Neste estudo, primeiramente desenvolve-se uma contextualização teórica, que se baseia na relevância do jornalismo de proximidade e na cobertura noticiosa que os *media* locais e regionais exerceram acerca dos incêndios, tendo como base o estudo de caso do Jornal do Centro e este acontecimento que marcou o Centro de Portugal em 2017, e que provocou 50 mortos, 17 dos quais na região de Viseu (concelhos de Carregal do Sal, Mortágua, Nelas, Oliveira de Frades, Santa Comba Dão e Tondela).

2. A cobertura noticiosa dos incêndios nos meios locais e nacionais

No fim de semana de 15 e 16 de outubro de 2017 deflagraram vários incêndios nos concelhos de Carregal do Sal, Mortágua, Nelas, Oliveira de Frades, Santa Comba Dão e Tondela, no distrito de Viseu. Dezassete pessoas morreram. Mais de 80 por cento da área de floresta ardeu. Além de habitações e empresas, houve também prejuízos na agricultura e na agropecuária. Estes fogos aconteceram quatro meses depois dos de Pedrogão Grande e Góis (17 de junho 2017) que vitimaram 66 pessoas e consumiram, em sete dias e em 11 concelhos, cerca de 47 mil hectares.

Os incêndios de 2017 foram amplamente mediatizados num espaço de tempo alargado. A cobertura jornalística dos incêndios pode ser entendida como a cobertura de uma catástrofe tratando-se de uma situação complexa que afeta a comunidade de diferentes formas, dura várias horas ou dias, e em que se vivem situações dramáticas (Lyuba, 2013, p. 40).

Os incêndios de Pedrogão e de Viseu em 2017 foram acompanhados vários dias pelos *media* locais, regionais e nacionais, e nos meses seguintes pelas consequências que provocaram em diferentes planos: número de vítimas; prejuízos; demissões nos órgãos de poder; inquéritos e audições na Assembleia da República; processos judiciais; medidas de compensação e de reconstrução; relatórios técnicos; propostas, quer de prevenção quer de combate aos incêndios. Foram constituídas comissões técnicas para avaliar e propor orientações de atuação. Em dois dos relatórios apresentados são feitas referências à comunicação social, embora de forma vaga e em duas fases distintas: na prevenção e alerta, e durante o sinistro.

No relatório elaborado pela Comissão Técnica Independente (CTI) - "Análise e apuramento dos factos relativos aos incêndios que ocorreram em Pedrógão Grande, Castanheira de Pêra, Ansião, Alvaiázere, Figueiró dos Vinhos, Arganil, Góis, Penela, Pampilhosa da Serra, Oleiros e Sertã, entre 17 e 24 de junho de 2017"[2] - é proposta a revisão da estratégia nacional de prevenção, "convidando a comunicação social a desempenhar um papel pedagógico na área da prevenção e a montar um sistema de avisos automáticos e generalizados que permitam impedir ou, quando muito, reduzir o desproporcionado número de ignições que anualmente é registado"(p. 26).

A ligação aos *media* é, assim, integrada na prevenção e gestão da situação de incêndio e na ligação às populações locais. Nesse sentido, é recomendado que no processo de difusão da comunicação dos Avisos e Alertas sejam utilizadas as redes sociais, mensagens por telemóvel e os *media* – rádios e televisões – sem, no entanto, precisar ou distinguir os meios locais e nacionais e sem que sejam indicadas formas práticas desse envolvimento.

2. Relatório entregue pela CTI na Assembleia da República em outubro de 2017.

Por coincidência, o documento foi entregue no mesmo mês em que aconteceram os incêndios no distrito de Viseu que geraram um outro relatório: "Avaliação dos incêndios ocorridos entre 14 e 16 de outubro de 2017 em Portugal continental-Relatório Final"[3]. Nele, a Comissão Técnica Independente (CTI) refere "o papel da autoridade operacional" na gestão e divulgação da informação operacional de emergência em "fornecer, proactivamente, informação técnica e operacional, oportuna e precisa, aos órgãos de comunicação social e aos cidadãos" (p. 153), mas também reconhece que nem sempre a informação chega à população de forma que "os Avisos e demais informações cumpram o seu principal objetivo" (p. 235).

Não é claro, no entanto, o objetivo do fornecimento da informação nem em que momentos deve acontecer, se ao nível da prevenção, durante ou depois dos incêndios. O mesmo se aplica ao grau de envolvimento dos diferentes meios de comunicação (locais, regionais ou nacionais) e o papel que podem assumir em fases distintas dos planos de prevenção ou combate aos fogos rurais.

Ambos os documentos destacam a importância em comunicar informações com regularidade aos *media* durante os sinistros. A seleção, organização e difusão da informação pelas fontes oficiais é interpretada como uma forma de controlar o caos que advém de um elevado número de jornalistas que cobrem este tipo de acontecimentos ao mesmo tempo (Jímenez-Martínez, 2014, p. 1813), com autonomia na movimentação no terreno e sob pressão do tempo. Estes fatores foram evidentes nos incêndios de 2017. A cobertura jornalística assumiu uma dimensão emocional, e por vezes sensacionalista, o que originou tomadas de posição por parte dos órgãos reguladores.

O Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas divulgou uma nota[4] a 26 de junho de 2017, no decurso dos incêndios de Pedrógão Grande e Góis, em que alertava para a forma como os incêndios estavam a ser noticiados. O Conselho condenou os casos de exposição excessiva de dor das vítimas e a abordagem sensacionalista das notícias publicadas. Num "contexto de pressão emocional que pode afetar o seu distanciamento dos factos", o mesmo documento relembrava a "particular responsabilidade jornalística e social" na cobertura noticiosa dos incêndios.

No rescaldo dos incêndios de 2017, a ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social, em Portugal, emitiu em julho de 2018 um Guia de Boas Práticas para a Cobertura Informativa de Incêndios Florestais e Outras Calamidades[5]. Entre outras coisas, o regulador sugere que se privilegie o recurso a fontes oficiais de informação, se evite a adjetivação e o uso de imagens sensíveis, que seja assegurada a privacidade dos envolvidos, e que o tratamento jornalístico de calamidades deve assegurar escrupulosamente os deveres de rigor, abstendo-se da formulação de juízos especulativos.

Estas orientações, válidas para todos os órgãos de comunicação social, não são vinculativas e demonstram a distância entre os jornalistas que cobrem os acontecimentos no terreno e os reguladores, o que dificulta consensos éticos (Silva et al., 2019, p. 82) ou outros.

Os jornalistas que trabalham no local do acontecimento são eles próprios testemunhas e têm acesso a uma profusão de fontes e de informações oficiais ou não. Ainda no decorrer dos eventos procuram-

3. Relatório entregue pela CTI na Assembleia da República em março de 2018.
4. Nota emitida a 26 de junho de 2017, Conselho Deontológico do SJ condena casos de exposição excessiva de dor nos incêndios de Pedrógão Grande e de Góis, https://acortar.link/vSJ2NX
5. Guia de Boas Práticas para a Cobertura Informativa de Incêndios Florestais e Outras Calamidades: https://acortar.link/9GYkeP

se causas e consequências que permitam uma visão menos imediata e mais contextual. Silva et al. (2019, p. 82) invocam Pinto & Sousa (2007) para caracterizar a cobertura mediática dos incêndios de Pedrogão: "estaba centrada mayoritariamente en ampliar, contextualizar y atribuir significado a un acontecimiento tan traumático". Quando o acontecimento tem outro tipo de consequências e se alastra a outras dimensões, o valor-notícia desloca-se para outros planos, como o político, o social, o judicial, etc. "Actualmente, los desastres ya no pueden ser caracterizados como meros acontecimientos excepcionales, pues se han convertido en un elemento endémico de las sociedades contemporâneas" (Silva et al., 2019, p. 82).

Os estudos têm destacado igualmente o facto de a floresta ser apenas objeto de atenção mediática aquando da existência de incêndios florestais (Fabra-Crespo & Rojas-Briales, 2015). Em estudos anteriores foram objeto de análise dimensões como a atenção prestada aos bombeiros, às populações locais e as consequências dos incêndios, ou até em como ignora as mudanças climáticas (Cordner & Schwartz, 2018).

Os *media* locais e regionais têm uma visão micro enquanto os meios de âmbito nacional têm uma abordagem macro, embora ambos partilhem de uma perspetiva negativa sobre os incêndios florestais, conforme concluem vários estudos (Lyuba, 2013; Fabra-Crespo & Rojas-Briales, 2015; et al., 2018).

A cobertura noticiosa é quase sempre sensacionalista e centrada nas consequências negativas imediatas (Pereiro et al., 2018). A tendência geral é a dependência das fontes oficiais e relatos de testemunhas oculares sem que haja uma "contextualização adequada, em detrimento das fontes especializadas ou científicas", (Pereiro et al., 2018, p. 201) que poderiam melhorar a contextualização dos acontecimentos. O tipo de abordagem reflete as fontes usadas, os autores concluem que os jornais nacionais usam mais fontes especializadas para explicar e contextualizar os incêndios e fontes oficiais do que os jornais locais. Todos os jornais, uns mais outros menos, se ficam nas histórias humanas com relatos na primeira pessoa, embora os de âmbito local enfatizem mais o sofrimento e usem uma linguagem mais dramática (2018, p. 209).

Neste tipo de cobertura jornalística, as fontes testemunhais abrem um espaço raro para "pessoas comuns" dirigirem críticas aos detentores do poder na sociedade (Pantti & Wahl-Jorgensen, 2011). Criticam e procuram responsáveis a quem atribuir culpas, uma busca que conta com a cumplicidade dos *media*. A repartição de 'culpas' e responsabilização tendem a ser políticas mais do que individuais: "they tend to turn to questions of collective and elite responsibility, rather than taking a more common – and depoliticising – approach of apportioning blame to individuals" (Pantti & Wahl-Jorgensen, 2011).

3. Jornalismo de proximidade e incêndios

O tratamento noticioso pode ser diferente consoante o âmbito do jornal, da televisão, da rádio, e do ciberjornal. Ao entender os desastres como eventos mediáticos, Jiménez-Martínez cita vários autores para concluir que este tipo de eventos, onde se incluem os fogos, "could actually have different characterizations and audience interpretations at local, national, and global levels" (2014, p. 1809). Fabra-Crespo & Rojas-Briales também partilham desta visão e justificam as diferentes perceções com a geografia em que cada comunidade vive: "The accelerated urbanization process of society has affected

social perceptions by dissolving the roots of the population. In urban societies, this process increases the perception of a complex reality as virtual and within a global dimension. That is very different for rural societies, which have a narrower local view and who do not need mass media to understand their world." (2015, p. 2). A floresta integra a geografia em que as populações se movem, tem ligações estreitas com contextos sociais, económicos e culturais enraizados na história local. Ou seja, outro fator que pode contribuir para as diferentes coberturas é o posicionamento das comunidades locais em relação à floresta, mas também o significado que a floresta e o meio rural têm na vida das pessoas – leitores, ouvintes, telespectadores e utilizadores - a presença ou ausência no seu quotidiano, e a forma como percecionam as causas e consequências dos incêndios florestais e rurais.

Esta perspetiva vai ao encontro do valor-notícia deste tipo de eventos que está muito centrado na dimensão humana. Os incêndios são um tipo de acontecimento em que as pessoas comuns têm maior visibilidade (Silva et al., 2019, p. 83), sobretudo nos meios locais e regionais: as histórias passadas nos lugares da sua vida diária com pessoas que lhes são familiares - *media* e audiência partilham pontos de referência e reconhecem-se na proximidade.

As pessoas continuam a recorrer aos *media* locais para obterem as informações que os meios nacionais não veiculam e que são de âmbito local, mas simultaneamente mais precisas: "A tendência mais comum é que os meios de comunicação locais e regionais tenham maior credibilidade para os leitores, na medida em que sua cobertura tende a ser mais precisa, pelo menos do ponto de vista geográfico" (Pereiro et al., 2018, p. 199).

A questão da credibilidade cruza-se com a da confiança. Os jornais locais surgem como promotores de confiança (Mercer & Prisbrey, 2004) nas autoridades e na forma como se combatem os incêndios.

Mervi Pantti & Wahl-Jorgensen (2011) estudaram a forma como jornais nacionais e locais trataram diversas tragédias na Grã-Bretanha ao longo de 50 anos. Concluíram que os jornais nacionais comunicaram as emoções predominantes da comunidade nacional, reproduzem o que as pessoas sentiram e contam histórias que despertam emoções. As críticas ao poder são fundamentadas e legitimadas pelos testemunhos e pelo sentimento público. A imprensa local estava mais focada em homenagear os mortos, em contar as histórias dos sobreviventes e em mobilizar a comunidade para as campanhas solidárias.

A cobertura jornalística dos incêndios em território português está ainda pouco estudada. Sobre os incêndios de outubro de 2017, que afetaram o norte de Portugal e a Galiza, em Espanha, Pereiro, Dominguez & Lozano (2018), analisam a forma como os *media* espanhóis e portugueses os noticiaram e concluem que há diferenças entre os jornais locais galegos e os nacionais, nomeadamente no enfoque mais centrado nas pessoas e no contexto local, e na divulgação de dados considerados privados:

> el criterio de proximidad parece la justificación para la publicación de estos datos privados que, en cambio, no publican los diarios de cobertura nacional. Este mismo criterio, el de la información de proximidad, es también la explicación posible para que los medios españoles de cobertura nacional sean los únicos que no publican información "de servicio público práctica y que permite tomar decisiones importantes para la supervivencia", tal y como recoge la sexta de las directrices de la ficha del presente análisis. El resto de los médios ofrece información útil para la supervivencia de las personas que están en las zonas afectadas por los incendios. Tal y

> como recogían Morehouse & Sonnett (2010), los medios locales trasladan una información más precisa, al menos desde el punto de vista geográfico, que permite a las poblaciones conocer la ubicación de las zonas de peligro. (Pereiro et al., 2018, p. 209)

A mesma análise deteta um ponto comum: sejam locais, regionais ou nacionais, todos prestam um serviço público, ou seja, a imprensa "sigue cumpliendo una importante función de servicio público en situaciones de emergencia como los incêndios" (Pereiro et al., 2018, p. 211).

4. Cobertura noticiosa dos "grandes incêndios" de 2017: o estudo de caso do Jornal do Centro

Esta pesquisa visa perceber a cobertura que os meios de comunicação locais e regionais realizaram aos "grandes incêndios" rurais no distrito de Viseu, em Portugal, em outubro de 2017, incidindo num estudo de caso com o Jornal do Centro.

Trata-se de um semanário, com sede em Viseu, que cobre a região das Beiras (25 concelhos que integram a Comunidade Intermunicipal de Viseu Dão Lafões e ainda o concelho de Aguiar da Beira, no distrito da Guarda), com edição em papel e online, sendo que esta análise se foca na edição em papel, a começar na primeira publicação após o dia dos incêndios, estendendo-se até março de 2018, quando é divulgado o primeiro relatório da Comissão Técnica Independente.

Este estudo de caso único, descritivo e exploratório (Yin, 2003) pretende perceber a quantidade de artigos que este jornal local publicou sobre esta temática, o género jornalístico mais abordado, no sentido de tomar consciência da valorização, ou não, da reportagem e do contacto direto com a estória e com as fontes de informação, que serão também alvo de análise quanto à sua tipologia. Nesta pesquisa tentar-se-á ainda perceber o teor da informação, se positiva e focada em soluções, se negativa e focada no problema, ou neutra quando não se consegue aferir qualquer um dos teores anteriormente referidos, ou quando no mesmo artigo existe uma abordagem com teor positivo e outra com teor negativo, anulando-se mutuamente.

Para o seu desenvolvimento foram analisadas 24 edições do arquivo do Jornal do Centro, num total de 98 artigos relacionados com os incêndios e criada uma tabela de análise, com base em Midões & Martins (2020) para os géneros jornalísticos e Felisbela Lopes (2016) para as fontes de informação. Assim, para a análise aos géneros jornalísticos foram consideradas as seguintes categorias: artigo de opinião, breve, crónica, editorial, entrevista, infografia, notícia e reportagem. Já para a análise das fontes de informação foram consideradas as seguintes áreas temáticas: identificada, não identificada e anónima; humana – oficiais (quando ligadas ao poder central do Estado ou ao poder administrativo local), profissionais 1 (quando a fonte fala em representação de uma instituição ou entidade), profissionais 2 (quando a fonte presta declarações, mas em nome individual), não profissionais (quando a fonte de informação é usada sem relação com uma determinada profissão ou cargo); cidadãos; e outros - ou não humana (documentos, *media*, *web,* outros).

A análise efetuada ao conteúdo foi quantitativa, por via de apresentação de dados estatísticos simples. A ausência de metodologia qualitativa, como por exemplo entrevistas semiestruturadas, confere ao estudo um teor exploratório. Embora não tenha uma abordagem metodológica mista, o que limita a

generalização dos resultados obtidos com a pesquisa, a análise de conteúdo efetuada permitirá, ainda assim evidenciar a forma como um *medium* de proximidade faz a cobertura de um acontecimento de impacto significativo para a região em que está inserido.

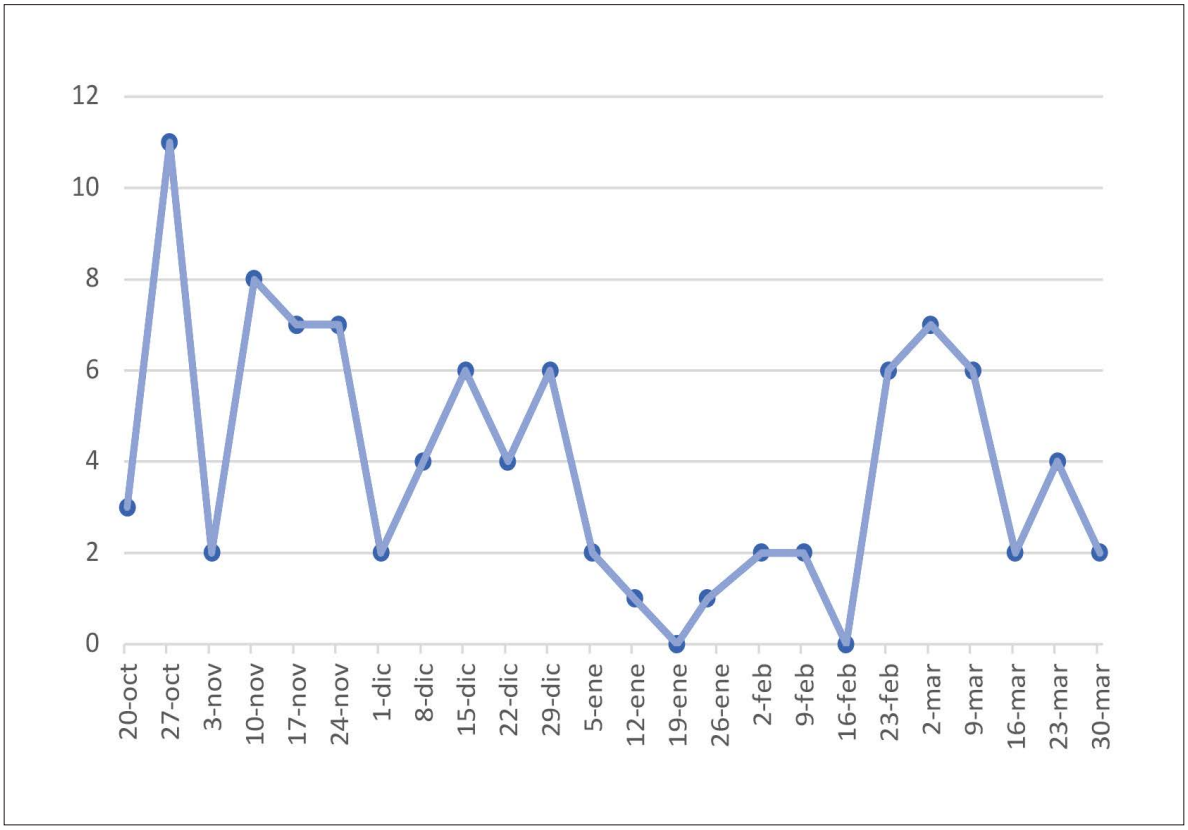
5. Apresentação de Resultados: fontes de informação, géneros jornalísticos e teor dos artigos

Num total de 24 edições, entre o dia 20 de outubro de 2017 e 30 de março de 2018, foram analisados 98 artigos relacionados com os "grandes incêndios" de 15 para 16 de outubro de 2017. Este enquadramento temporal foi selecionado tendo em conta a primeira edição do Jornal do Centro após esta catástrofe que assolou o Centro interior de Portugal, sobretudo o distrito de Viseu, e a publicação do primeiro relatório da comissão técnica de análise em março do ano seguinte.

Neste período, como se observa na Figura 1, há um pico inicial no número de artigos publicados, o que seria expectável para um jornal semanal localizado na principal cidade da região afetada pelos incêndios, que diminui ao longo do tempo, chegando a existir duas publicações sem qualquer artigo referente aos incêndios. No entanto, observa-se um novo pico, ainda que mais ténue, na publicação imediatamente a seguir à publicação do referido relatório da comissão técnica independente.

Figura 1

Número de artigos no Jornal do Centro relacionados com os "grandes incêndios"



Fonte. Elaboração própria.

Quando observadas estas 24 edições, percebe-se que por duas vezes existiu dedicação exclusiva das primeiras páginas a esta temática, primeiro na edição logo após os "grandes incêndios" (20 de outubro de 2017) e, depois, a 17 de novembro de 2017 (um mês após esses incêndios). O tema volta à primeira página do Jornal do Centro mais nove vezes, apenas uma vez em machete, três como destaque fotográfico e cinco como chamada de primeira página.

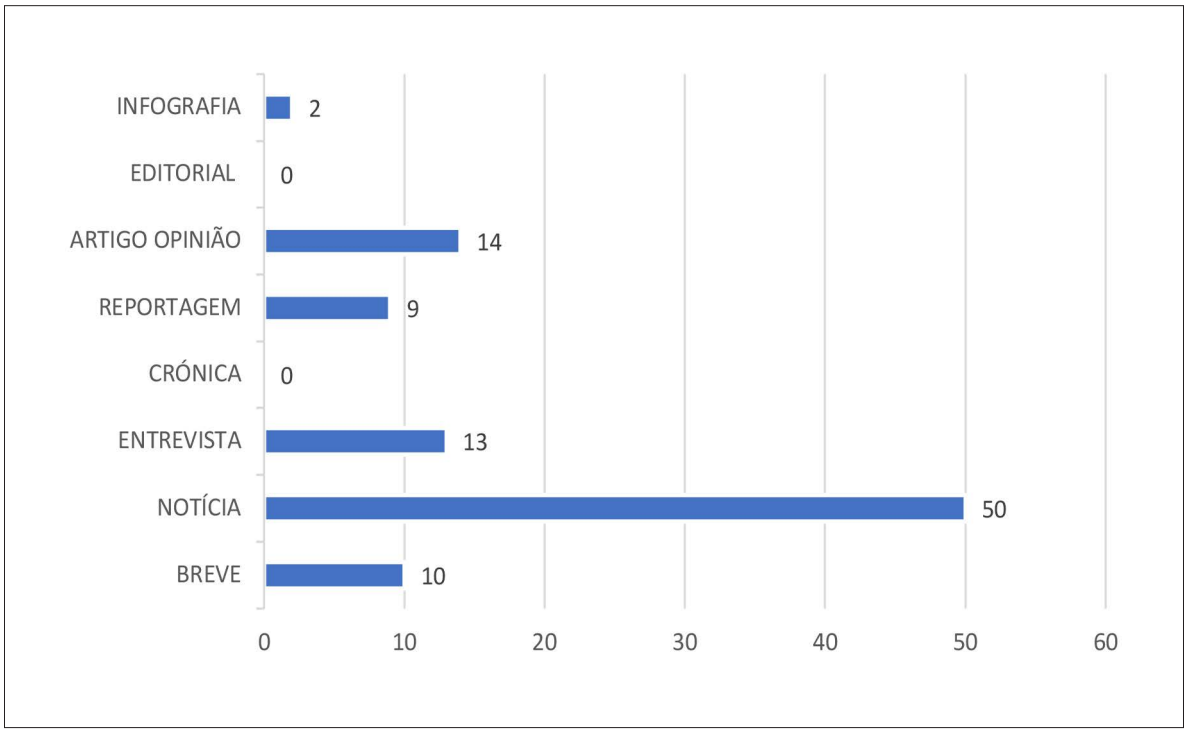
Em relação ao género jornalístico predominante nestes artigos, verifica-se que houve uma preponderância da notícia (n=50) sobre os demais, seguindo-se o artigo de opinião (n=14), a entrevista (N=13), a breve (n=10), e a reportagem (n=9). O recurso à infografia é pouco expressivo (n=2) e não houve, neste período, qualquer editorial ou crónica dedicado a esta temática dos incêndios que assolaram a região, como se verifica na Figura 2.

Na análise ao número de fontes de informação utilizadas como recurso para a obtenção de informações para escrever os artigos, os dados deixam perceber que, na sua maioria, foi usada apenas uma fonte de informação (n=51), o que parece natural tendo em conta os dados já apresentados anteriormente que mostram um recurso superior à notícia como forma de expor as informações aos leitores. No entanto, em 15 artigos foram utilizadas duas fontes de informação, em seis deles foram utilizadas três fontes de informação, o mesmo número de artigos que utilizaram cinco ou mais fontes.

Como mostra a Figura 3, podemos ainda observar que em sete casos os artigos foram escritos sem citar ou nomear qualquer fonte de informação.

Figura 2

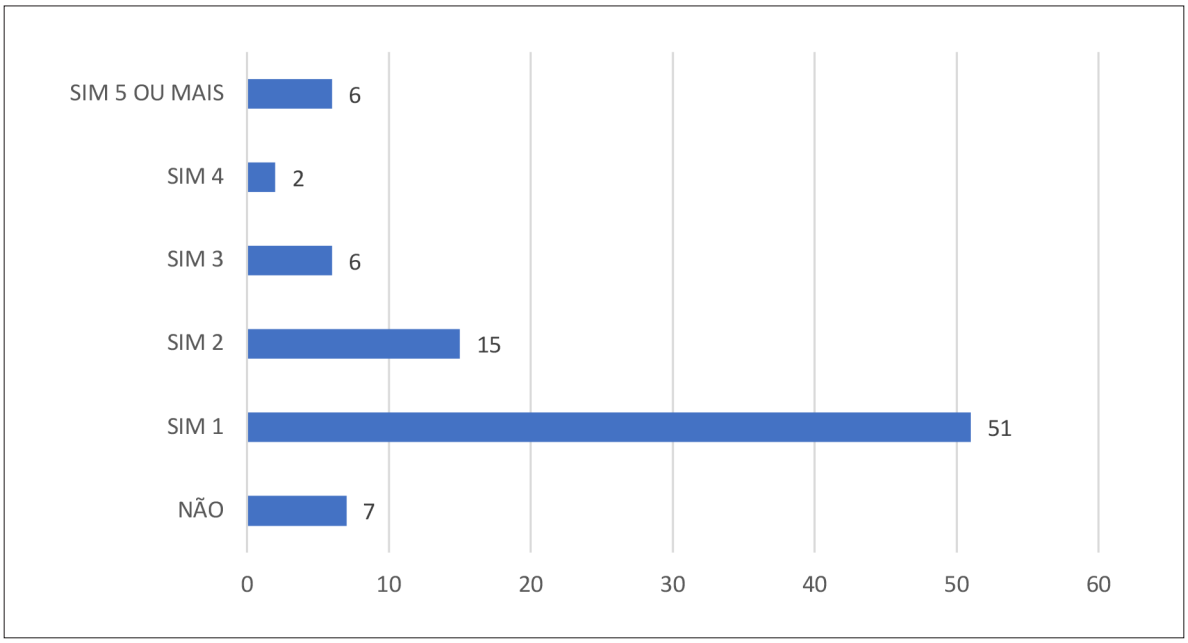
Géneros Jornalísticos na temática dos incêndios de outubro de 2017



Fonte. Elaboração própria.

Figura 3

Quantidade de fontes de informação utilizadas em cada artigo



Fonte. Elaboração própria.

Ainda no campo de análise às fontes de informação, quis perceber-se se estavam devidamente identificadas pelo órgão de comunicação social, se não estavam corretamente identificadas (quando faltou a referência ao nome ou ao cargo, à instituição que a fonte representava), ou ainda se a fonte era anónima. Quando devidamente identificada, a análise estendeu-se ao tipo de fonte utilizada: oficial (ligada ao poder central do Estado ou ao poder local representado pelas autarquias), Profissional 1 (quando representava uma instituição ou entidade, por exemplo corporações de bombeiros ou associações humanitárias), Profissional 2 (quando o profissional não fala em representação de uma entidade), não profissional (quando não existe associada à fonte uma ligação profissional, por exemplo quando se trata do representante de um movimento de apoio às vítimas dos incêndios), ou se se tratava de cidadãos comuns (por exemplo, habitantes das localidade afetadas).

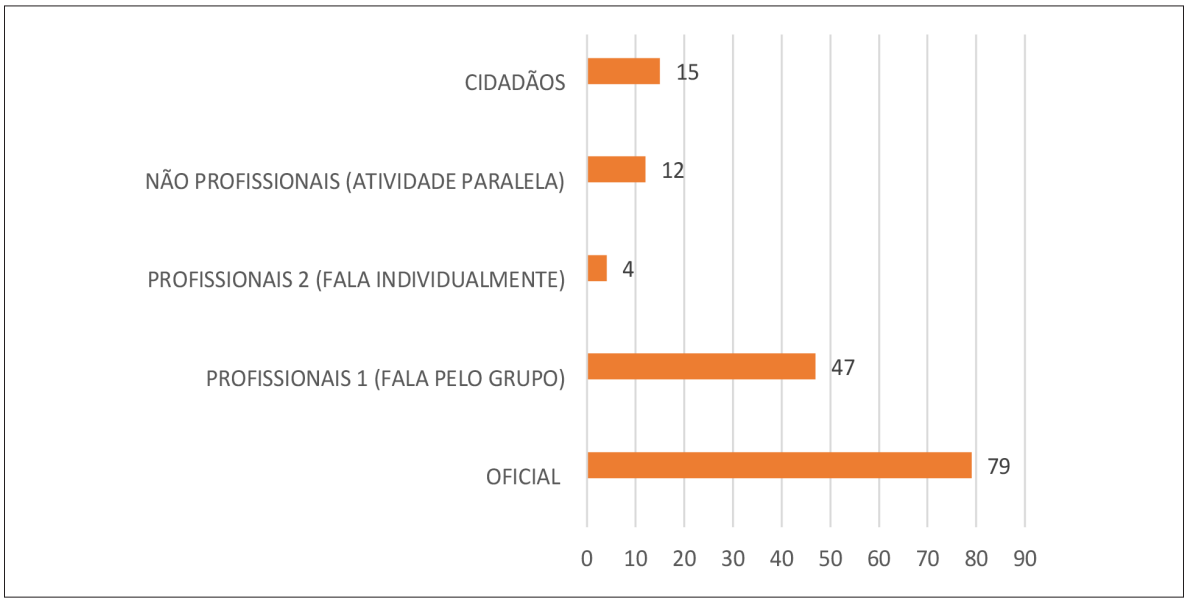
Os dados mostram que, no total de 158 fontes utilizadas nestes 98 artigos, em 89,2 % dos casos as fontes estavam devidamente identificadas (n=141), em 17 situações as fontes não estavam corretamente identificadas, não existindo qualquer artigo redigido com o recurso a fonte anónima.

Seguindo a análise às fontes, quanto ao seu estatuto, este estudo mostra que as fontes utilizadas pelo Jornal do Centro na abordagem aos "grandes incêndios" de outubro de 2017, são humanas (n=151) existindo um recurso diminuto a fontes não humanas (n=7), como documentos, web ou outros *media*.

Ademais, dentro do forte recurso a fontes humanas, como se observa na Figura 4, sublinha-se a utilização recorrente de fontes oficias (n=79), seguidas da categoria Profissionais 1 (n=47). Outro dado interessante é a débil utilização do cidadão como fonte de informação, tendo acontecido em 15 casos, o que se justifica com a diminuta utilização do género reportagem e as poucas deslocações ao terreno. Só em 9,5 % dos artigos publicados é que surge a voz do cidadão comum a relatar os acontecimentos, como contraponto às fontes oficiais que são mais de 50 %.

Figura 4

Distribuição das fontes de informação humanas



Fonte. Elaboração própria.

Dentro da categoria das fontes oficiais observa-se, através do Figura 5, o uso recorrente de fontes ligadas às autarquias locais, nomeadamente presidentes de câmara e vereadores, muito embora também surjam (com menos expressão) fontes oficiais ligadas ao Estado central, sobretudo ministros que visitaram o território ou prestaram declarações acerca do assunto, ou da CCDRC – Comissão para a Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro.

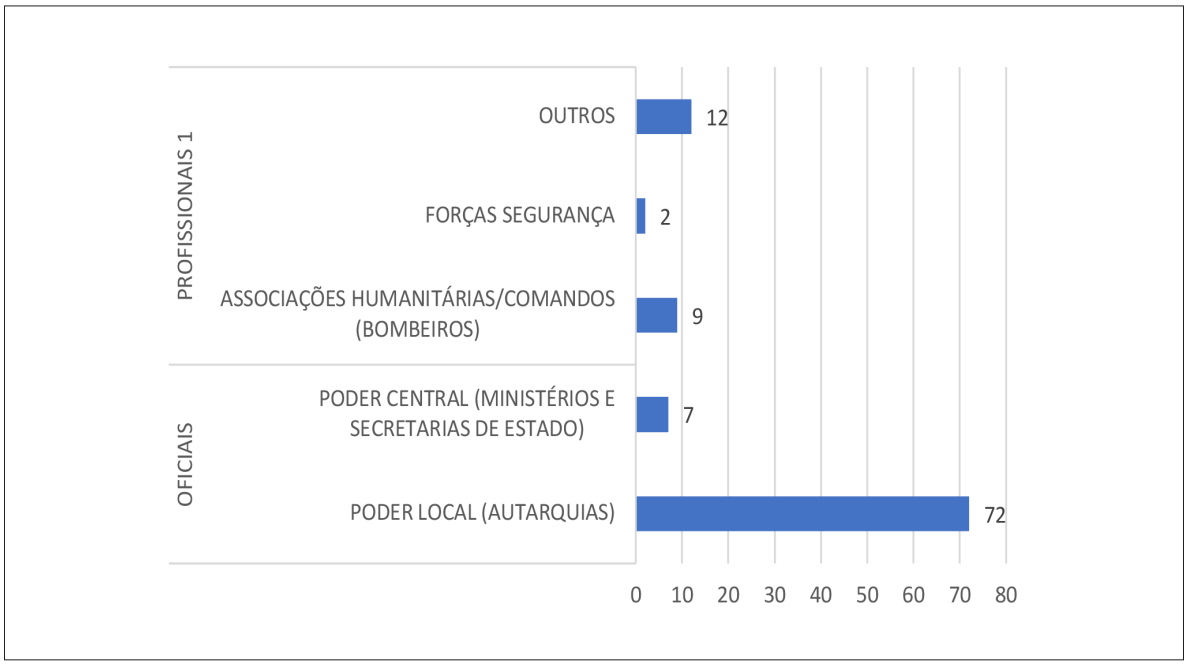
Já na categoria de Profissionais 1, as fontes usadas estão ligadas aos bombeiros voluntários, nomeadamente comandantes das corporações, presidentes das associações humanitárias ou da federação distrital de bombeiros, e nas fontes não profissionais encontram-se em destaque as associações de apoio às vítimas dos incêndios, que foram criadas nas semanas seguintes à catástrofe para apoiar os desalojados e as famílias das vítimas mortais.

Outro aspeto em análise era o teor com que os artigos foram redigidos. Estes dados mostram que numa fase inicial de abordagem aos incêndios rurais, o teor tende a ser negativo, focando-se na catástrofe, na tragédia e nas consequências negativas para a vida das pessoas e do meio ambiente. Contudo, nos outros dois picos informativos, que ocorreram ao longo do período em análise, observando o Figura 6, percebe-se que prevalecem artigos de teor positivo, abordando assuntos como a reflorestação das áreas ardidas, a criação de brigadas locais de sapadores, ações de prevenção ou iniciativas para a angariação de fundos, com vista ao auxílio de famílias e/ou empresas afetadas pelos incêndios.

Por último, a análise versou ainda perceber a distribuição da cobertura noticiosa no terreno, nomeadamente no distrito de Viseu. Os dados mostram que, como era expectável, há uma maior cobertura de notícias de âmbito local, mais de 80 % dos casos, seguindo-se, ainda que em considerável menor número, as notícias de caráter regional (11,3 %). Como se verifica no Figura 7, as publicações de âmbito nacional foram escassas (6,8 %), tendo existido apenas um artigo que se enquadra na categoria de internacional.

Figura 5

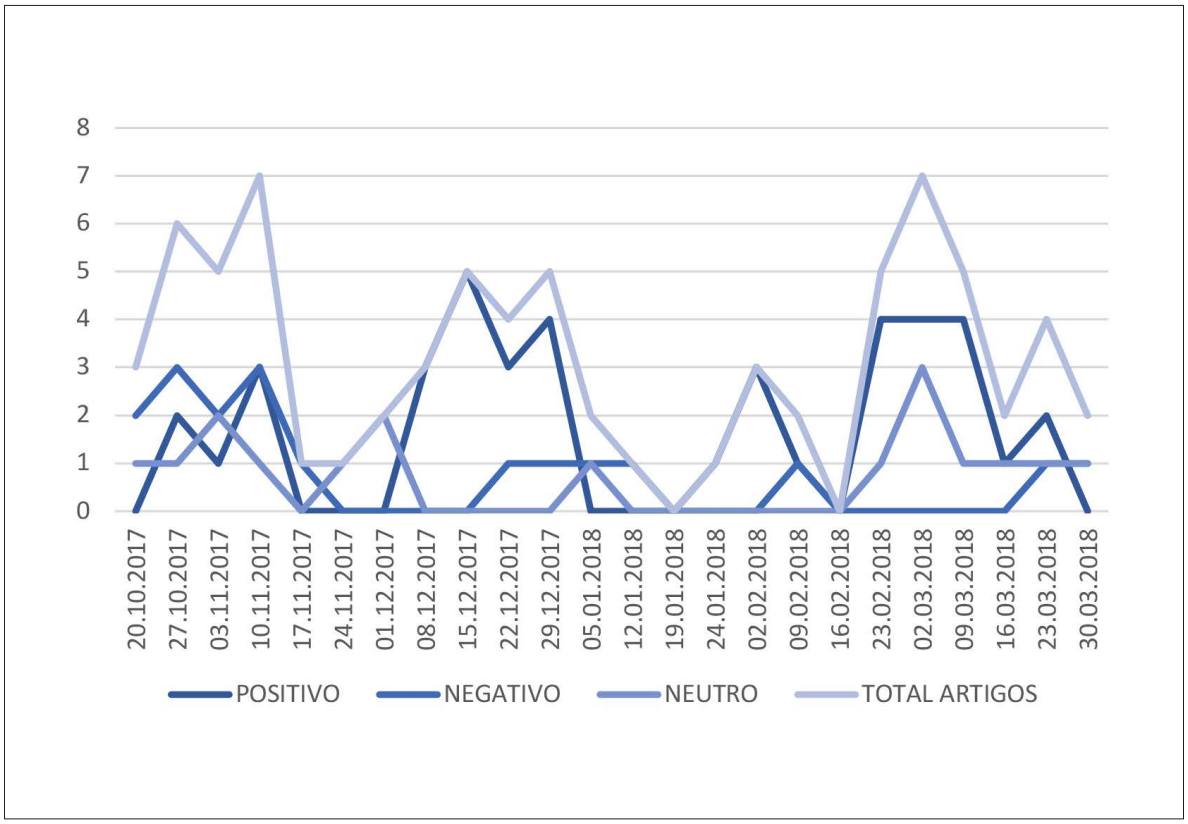
Distribuição das fontes oficiais e das fontes profissionais 1



Fonte. Elaboração Própria.

Figura 6

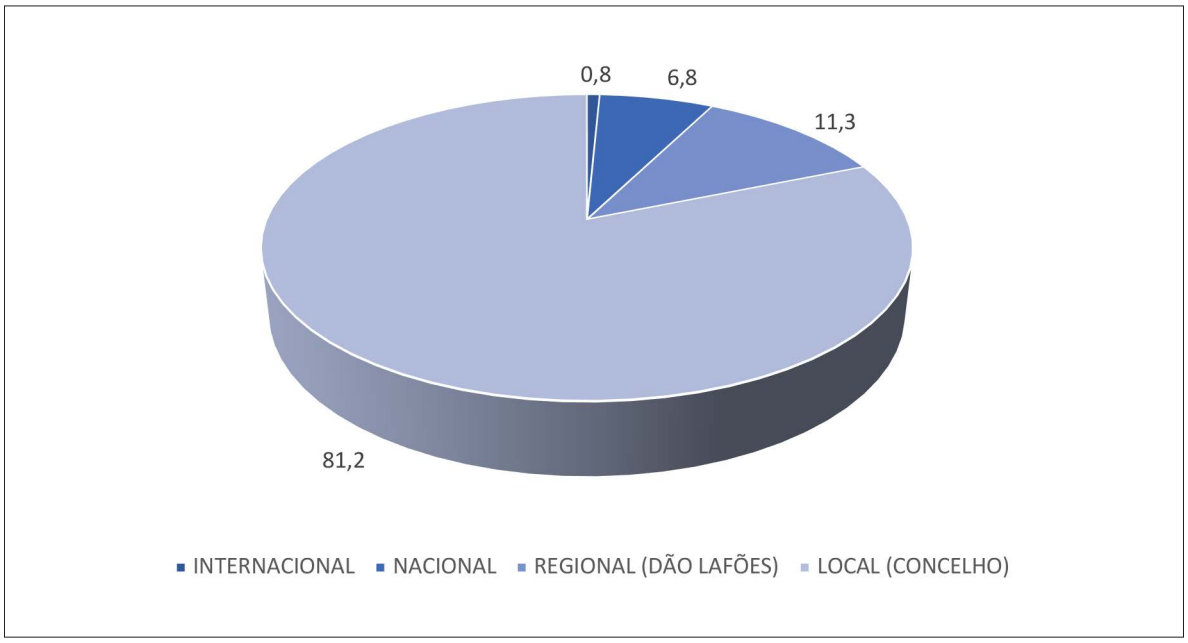
Teor dos artigos publicados acerca dos "grandes incêndios" de outubro 2017



Fonte. Elaboração própria.

Figura 7

Âmbito dos artigos publicados no Jornal do Centro entre outubro e março



Fonte. Elaboração própria.

Uma vez que já seria expectável que a cobertura deste acontecimento acontecesse mais a nível local, tendo em conta que o objeto de estudo se trata de um órgão de comunicação social local e regional, quis perceber-se também qual a abrangência do jornal em termos territoriais, ou seja, quis analisar-se as localidades cobertas pelo serviço noticioso em relação a esta temática dos incêndios.

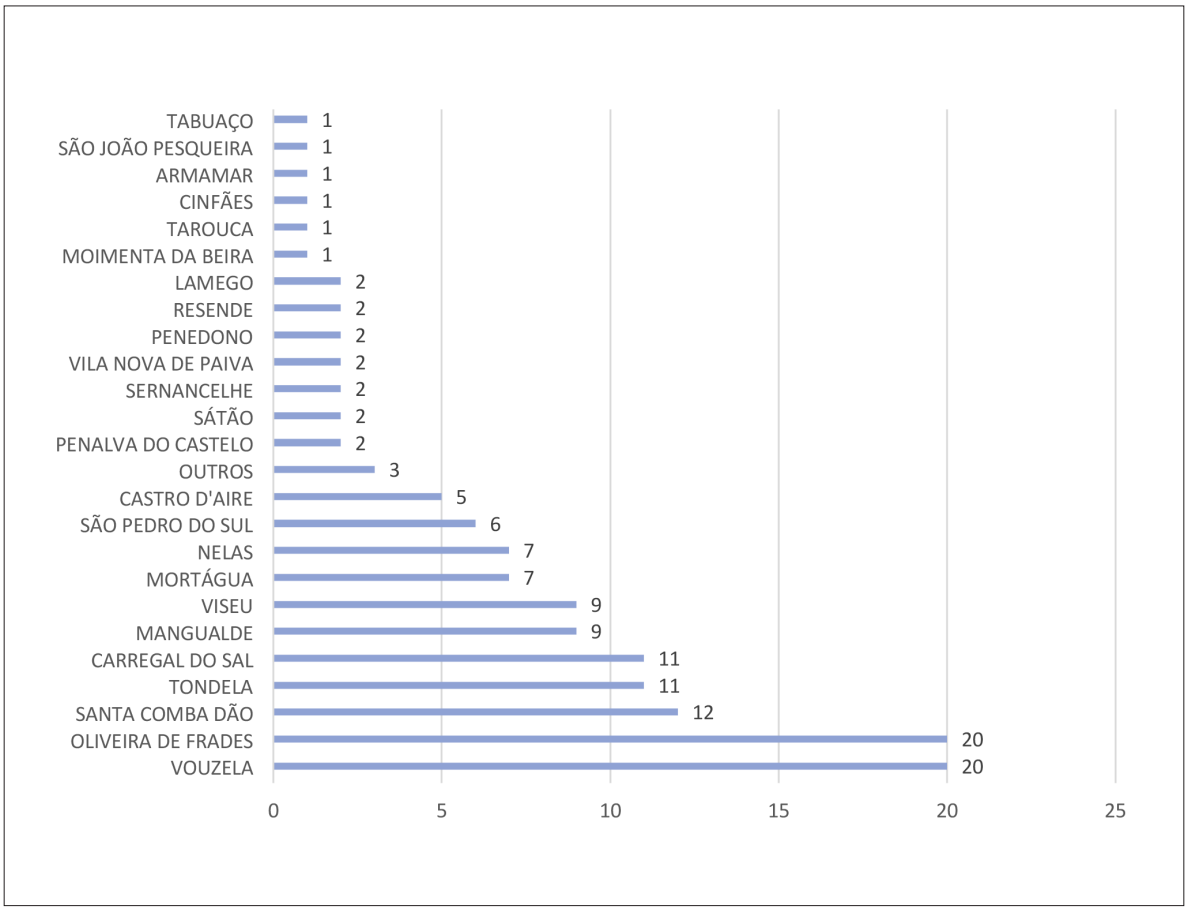
Assim, como se observa no Figura 8, os dados mostram que os concelhos mais afetados pelos "grandes incêndios", de 15 para 16 de outubro de 2017, foram também os mais visados em termos noticiosos, nomeadamente os concelhos mais a sul e a oeste do distrito de Viseu: Vouzela, Oliveira de Frades, Santa Comba Dão, Tondela, Carregal do Sal, Mangualde, Mortágua e Nelas. Ainda que os incêndios pouco tenham afetado o concelho de Viseu, uma vez que se trata do município mais central do distrito e localidade sede do meio de comunicação em análise, este concelho também é dos mais visados nos artigos.

Os concelhos a Norte e Nordeste do distrito de Viseu, menos atingidos ou não atingidos sequer por estes incêndios, são abordados em menor quantidade pelos artigos do Jornal do Centro e quando acontece tende a ser com teor positivo, no sentido de aplicar no terreno medidas de ação preventivas, como campanhas de limpeza da floresta, constituição de equipas de proteção e socorro, entre outros.

De referir ainda que na categoria "Outros" foram identificados três artigos referentes ao concelho de Aguiar da Beira, que embora pertencendo ao distrito vizinho da Guarda, é alvo de cobertura noticiosa por parte do Jornal do Centro, como referido na introdução a este estudo de caso.

Figura 8

Distribuição dos artigos pelos concelhos do distrito de Viseu



Fonte. Elaboração própria.

6. Discussão de Resultados: ligação à comunidade marcada pelo uso de fontes oficiais

Da análise aos dados apurados é possível afirmar a importância que o jornal do Centro deu à cobertura jornalística dos "grandes incêndios" de outubro de 2017 e que fustigaram grande parte do território do distrito de Viseu, pois no período em análise, de aproximadamente cinco meses, o número de artigos publicados acerca da temática é significativo, reforçando a ideia proposta por Carlos Camponez (2012) de que a proximidade predomina como valor-notícia.

Esta mesma noção de proximidade sai reforçada quando analisadas as fontes de informação que o jornal utilizou na construção dos seus artigos noticiosos. Logo no início do novo milénio o mesmo autor defendia que existe também um critério de proximidade em relação aos agentes e instituições locais usados como fontes de informação. O estudo que aqui se realizou está em linha com esta tendência: as fontes são sobretudo oficiais e ligadas ao poder local, nomeadamente autarquias locais, como câmaras municipais (em maior número) e juntas de freguesia. A especificidade da temática em análise, os incêndios rurais, permitiu detalhar ainda que, quando não oficiais, as fontes profissionais estão vinculadas à comunidade local, às corporações de bombeiros e à proteção civil municipal. Contudo, sente-se a falta da voz das populações e das comunidades locais enquanto fonte de notícia, conforme detalharemos mais adiante.

Ainda neste campo, importa referir que o meio de comunicação social em análise parece seguir a tendência recomendada pelo regulador português do setor, a ERC, quando sugere que sejam privilegiadas, em caso de relatos de incêndios florestais e outras calamidades, as fontes oficiais de informação. Pereiro et al. (2018) alertavam para a falta de contextualização adequada provocada pelo excessivo uso de fontes oficiais em detrimento de fontes especializadas ou científicas. Um aspeto a ter em conta também nesta pesquisa, que mostra que, à exceção das corporações de bombeiros e associações humanitárias, não houve recurso a fontes especializadas na criação de artigos informativos acerca dos incêndios de outubro de 2017.

Na abordagem à temática dos incêndios, Silva et al. (2019) mostram que os incêndios são um acontecimento em que as pessoas comuns têm maior visibilidade, referindo-se ao uso do comum cidadão como fonte de informação. Não obstante, esta pesquisa mostra uma tendência ligeiramente diferente, pois em 98 artigos e num total de 151 fontes de informação humanas utilizadas, apenas 15 foram cidadãos comuns, indivíduos das comunidades locais. Assim, pode assumir-se que o Jornal do Centro deu voz aos cidadãos, sobretudo expressando os seus desejos e vontades na reconstrução dos bens materiais perdidos e nas medidas de proteção a adotar no futuro, bem como as críticas e argumentos sobre os mais diversos assuntos relacionados com incêndios rurais, mas não de forma significativa.

Por outro lado, a quantidade substancial de fontes locais utilizadas (ainda que maioritariamente oficiais) deixa claro que este periódico acaba por ter na região algum destaque, sendo um meio próximo das comunidades que, nesta área temática, mostra um relacionamento próximo com as autarquias locais, as corporações de bombeiros e as forças de segurança, o que lhe permite rapidez no acesso à informação.

Uma outra possível explicação para a pequena percentagem de cidadãos que surgem como fontes de informação nestes 98 artigos analisados (9,5 %) pode assentar no facto de o Jornal do Centro não ter procurado explorar tanto a dimensão trágica deste fenómeno, provavelmente como forma de proteger as comunidades. A sua base esteve, como referido anteriormente, nas oficiais (mais de 50 %) e a grande maioria foram presidentes de autarquias, que deram os factos e que descreveram a realidade, permitindo assim construir um registo informativo mais sério, distanciado e eticamente correto. Na grande maioria das situações são os próprios presidentes de câmara que prestam declarações ao jornal, partilhando dados e registos da devastação ocorrida em cada concelho em específico.

Outra forma de ver este mesmo aspeto surge pela análise aos géneros jornalísticos adotados como estrutura de abordagem aos acontecimentos: um claro predomínio do formato notícia em detrimento da reportagem. Ainda que muitas das notícias tenham sido de grandes dimensões, algumas ocupando duas páginas ou mais do referido jornal, e recorrendo a um número significativo de fontes, não implicaram a deslocação ao terreno, a descrição do acontecimento pelo(a) jornalista e o contacto direto com a comunidade implicada na crise em questão. É a reportagem que implica uma deslocação ao terreno e a audição direta da fonte de informação, privilegiando as estórias das comunidades locais e, consequentemente, dando-lhes voz através dos *media.* Houve pouco espaço para a reportagem que, em conjunto com a forte opção pelas fontes oficiais, quebrou a dinâmica que se pretende que exista entre um jornal local ou regional e as comunidades, fortalecendo e promovendo a democracia, permitindo que as populações e entidades falem abertamente de aspetos positivos e negativos que foram encontrando em todo o processo de prevenção e combate aos incêndios florestais.

Contudo, em todo o caso, não pode também dizer-se que tenha sido inexistente. Por isso, repare-se que nas primeiras edições analisadas (de 20 de outubro a 17 de novembro de 2017) o teor das notícias era claramente negativo centrando-se nas perdas e danos advindos dos incêndios, reforçando a ideia de Pereiro et al. (2018) de que a cobertura noticiosa é quase sempre sensacionalista e centrada nas consequências negativas imediatas (como aqui aconteceu numa primeira fase), mas nas edições seguintes essa negatividade teve tendência a abrandar e quando ocorre um novo pico informativo o teor já foi mais positivo e os artigos dão conta da resiliência e vontade em ultrapassar o que se viveu. É também nesta segunda fase de cobertura mais intensa que surge o maior número de fontes não oficiais, nomeadamente associações empresariais (a darem voz aos empresários afetados pelos incêndios), associações de apoio às vítimas dos incêndios, entre outras.

Com esta análise percebe-se também que os jornais locais, tal como os jornais nacionais, pautam as suas abordagens e perspetivas pela negatividade em relação a este assunto e talvez por isso as primeiras publicações estejam claramente agarradas a um teor muito negativo. A comunidade, quando ouvida, é em relação às suas perdas e à sua dor reforçando o ponto de vista de Pereiro, Dominguez & Lozano (2018) quando referem que, em maior ou menor proporção, todos os jornais acabam por se centram nas histórias humanas na primeira pessoa e que inevitavelmente enfatizam mais o seu sofrimento.

Ainda que ténue, numa fase posterior os artigos noticiosos analisados mostram uma tendência positiva ou neutra, alinhando por temáticas como a reflorestação, campanhas de angariação de fundos de apoio às vítimas, constituição de equipas de prevenção de incêndios e de limpeza das florestas, ou seja, apostando na divulgação de informação e conhecimentos de prevenção que já vão ao encontro daquilo que os mesmos autores chamam de "importante função de serviço público em situações de emergência como são os incêndios" (2018, p. 211).

Quando se olha a panorâmica dos meios de comunicação social no distrito de Viseu percebe-se, tendo como base o estudo que Jerónimo et al. (2022) concretizaram acerca dos desertos de notícias em Portugal, que se trata de um distrito ameaçado, pois um terço dos seus concelhos está em algum tipo de deserto de notícias. Seis concelhos não têm meios noticiosos frequentes, dois concelhos possuem apenas meios impressos menos frequentes e são considerados semidesertos, e oito concelhos estão ameaçados. Ora, cruzando este estudo com a análise aqui concretizada, evidencia-se que dos nove municípios mais atingidos pelos incêndios (Viseu, Vouzela, Oliveira de Frades, Santa Comba Dão, Tondela, Carregal do Sal, Mangualde, Mortágua e Nelas) apenas Mangualde, Tondela e Viseu estão fora de zonas de deserto de notícias ou zonas ameaçadas. Santa Comba Dão e Oliveira de Frades estão em deserto de notícias, ou seja, não têm qualquer órgão de comunicação social local, e Mortágua, Carregal do Sal e Nelas são considerados concelhos ameaçados, uma vez que têm apenas um meio local.

Primeiro, esta ausência de cobertura mediática justifica que o Jornal do Centro, com sede em Viseu, estenda a sua cobertura até zonas mais afastadas da sede de distrito, no entanto diminuindo à medida que esses concelhos ficam mais afastados (geograficamente) do jornal. Segundo, estas zonas mais afastadas implicam deslocações maiores e mais demoradas, um aumento de despesas e de necessidade de recursos humanos que, para órgãos de comunicação social locais, no contexto português, se torna um desafio grande. De acordo com Midões & Martins (2023), os *media* locais portugueses atravessam dificuldades extremas centradas na falta de recursos humanos que permitam sair em reportagem e

realizar a cobertura de eventos locais, seguindo, em várias situações, a agenda nacional, replicando artigos e assuntos que espelham o que foi noticiado pelos *media* nacionais. Estes constrangimentos organizacionais confirmam "as dificuldades dentro das redações dos *media*, que enfrentam cortes financeiros e de recursos humanos causadas pela pressão do modelo empresarial dos *media*, o declínio no número de leitores e a quebra nas receitas publicitárias" (2023, p. 174).

Assim, no quadro deste estudo, Vouzela e Oliveira de Frades são os municípios com maior registo de artigos publicados, 20 cada. Por outro lado, os municípios menos abordados são os de Nelas e Mortágua, com 7 artigos cada um. Não são municípios pequenos em termos territoriais, mas são os mais afastados de Viseu e do jornal, fazendo fronteira com outros distritos (nomeadamente Coimbra e Aveiro) e esse pode ser um dos motivos pelos quais a cobertura noticiosa destes não foi tão intensa. Os municípios de Carregal do Sal e Tondela foram abordados em 11 registos informativos cada um e o de Santa Comba Dão alvo de 12 artigos. Todos têm parques industriais que foram afetados e em ambos houve vítimas mortais a registar.

7. Conclusões

Este estudo de caso descritivo e exploratório permite retirar evidências pertinentes acerca da rotina produtiva dos *media* locais em situações de crise, como é o caso dos incêndios rurais. A análise às edições do Jornal do Centro, de Viseu (Portugal) mostra que, perante uma catástrofe deste género, a cobertura inicial é intensiva, perdendo depois fôlego ao longo do tempo, tal como se passa com os o *media* de âmbito nacional.

Seguindo na intenção de perceber como este jornal fez a cobertura dos grandes incêndios de outubro de 2017, consegue-se compreender que, numa primeira fase, também a abordagem se centra no lado negativo, na catástrofe, destruição e sensacionalismo da(s) estória(s), sublinhando o uso do valor-notícia *bad news are good news* (Wolf, 2006). Posteriormente, a índole muda consideravelmente focando-se na procura de soluções para o problema das comunidades e na cobertura de iniciativas que conduzam à aposta na prevenção e literacia da população acerca dos incêndios rurais.

Quanto ao género jornalístico mais utilizado, fica evidente que existe uma preferência clara pela notícia, ainda que de grandes dimensões em muitos casos, privilegiando a fonte única, sem contraponto ou cruzamento de informações, por ser também em termos de rotina produtiva mais fácil, acessível e económica de concretizar. A reportagem implica mais meios económicos, humanos e de tempo, daí que não tenha grande expressividade mesmo em situações de calamidade como foram os incêndios de 2017.

Os parágrafos anteriores permitem-nos constatar também que estamos perante aquilo que Neveu (2006) apelida de "jornalismo sentado", concretizado à distância, feito a partir de contactos telefónicos e apoiado por comunicados de imprensa, sem uma confirmação direta da informação no local por parte do(a) jornalista. Uma situação que é provocada pela falta de recursos humanos e financeiros para concretizar uma cobertura jornalística pautada por uma maior proximidade (Midões & Martins, 2023).

Tendo em conta que outro dos objetivos deste estudo consistia em indagar como a comunidade era ouvida enquanto fonte de informação, se estava representada ou não nos artigos noticiosos, constata-se que ainda que a voz do comum cidadão esteja presente nas páginas dos jornais, são as fontes

oficiais que detêm a maior parte da atenção, nomeadamente aquelas que estão ligadas ao poder local, como as autarquias, e também as fontes relacionadas com os bombeiros (neste estudo identificadas como Profissionais 1), quer ao nível do comando, quer da direção das associações humanitárias.

Ainda que careça de um estudo mais aprofundado acerca desta questão, percebe-se que existe trabalho no sentido de conferir à população informação de prevenção para situações futuras deste género, que lhe permita estar alerta e informada para situações deste tipo.

Declaração sobre a contribuição específica de cada um dos autores, segundo a taxonomía CrediT

- Conceção e âmbito do trabalho: Autor 1, 2, 3 e 4
- Tratamento dos dados: Autor 1, 2, 3 e 4
- Análise formal: Autor 1 e 2
- Aquisição de fundos: Não se aplica
- Investigação: Autor 1, 2, e 3
- Metodologia: Autor 1, 2 e 3
- Administração do projeto: Autor 1 e 2
- Recursos: Não se aplica
- Software: Não se aplica
- Supervisão: Autor 1 e 2
- Visualização: Autor 1, 2 e 3
- Redação: Autor 1, 2 e 3

Biografias dos autores

Miguel Midões é Professor Adjunto no Departamento de Comunicação e Arte, da Escola Superior de Educação, no Instituto Politécnico de Viseu. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de Coimbra, tendo realizado o primeiro mapeamento das rádios comunitárias portuguesas. Mestre em Ciências da Comunicação pela UTAD, com Título de Especialista em Jornalismo e Reportagem conferido pelo Politécnico de Viseu. Licenciado em Comunicação Social pelo Politécnico de Coimbra. Investigador integrado do CECS - Centro de Estudos em Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho. Jornalista (CPJ 4707A) desde 2004, nos últimos dez anos ligado à TSF Rádio Notícias (2014-2023). Presidente do REC – Repórteres em Construção, membro da direção da Associação de Literacia para os Media e Jornalismo. As suas linhas de investigação centram-se no jornalismo de proximidade, áudio (rádio e podcast) e literacia mediática.

Ana Isabel Reis é Professora Associada da Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Investigadora do CITCEM – Centro de Investigação Transdisciplinar Cultura, Espaço e Memória. Doutorada em Ciências da Comunicação, com especialização em Estudos Jornalísticos, pela Universidade do Minho. Investigadora nas áreas de jornalismo radiofónico, história da rádio e podcast. Foi jornalista de rádio.

Filipa Rodrigues Pereira é Professora Adjunta no Departamento de Comunicação e Arte da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Viseu, responsável por unidades curriculares

direcionadas para a área do desenho vetorial, infografia e também audiovisual. Doutorada em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais; Mestre em Comunicação Multimédia ramo de Audiovisual Digital e licenciada em Comunicação Social. É Investigadora no CI&DEI - Centro de Estudos em Educação e Inovação.

Raquel Torres Guerra é doutoranda em Ciências da Comunicação, na Universidade da Beira Interior. Mestre em Comunicação Aplicada, ramo de Comunicação Estratégica na Escola Superior de Educação, do Instituto Politécnico de Viseu. Licenciada em Comunicação Social pela Escola Superior de Educação, do Instituto Politécnico de Viseu. Bolseira de investigação no projeto Forest FM, financiado pela FCT (Fundação para a Ciência e Tecnologia). Tem desenvolvido estudos na área da educomunicação e das rádios comunitárias e é ainda colaboradora voluntária na Rádio Freguesia de Belém, uma rádio de cariz comunitário.

Referências Bibliográficas

Camponez, C. (2012). Jornalismo Regional: Proximidade e distanciações. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. Em J.C. Correia (Ed.), *Ágora. Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades* (pp. 35-48). Labcom.

Camponez, C. (2002). *Jornalismo de Proximidade: Rituais de Comunicação na Imprensa Regional*. Minerva Coimbra.

Cordner, A., & Schwartz, E. (2019). Covering Wildfires: Media Emphasis and Silence after the Carlton and Okanogan Complex Wildfires. *Society & Natural Resources, 32*(5), 489-507. https://doi.org/10.1080/08941920.2018.1530816

Dieng, P. (2013). Radio Communautaires, espace public et développement local: enjeux et contraintes au Sénégal. *Revue Electronique Internationale de Sciences du Langage – Sudlangues,* (19), 43-67.

Fabra-Crespo, M., & Rojas-Briales, E. (2015) Analysis of mass media news on forest issues: a case study of Spain. *Forest Systems*, *24*(2), e029. http://dx.doi.org/10.5424/fs/2015242-06381

Gonçalves, A. (2020). A adaptação da imprensa regional aos dispositivos móveis. In P. Jerónimo & J.C. Correia, *O pulsar da proximidade nos media e no jornalismo* (pp. 83-101). Labcom.

Jerónimo, P., Ramos, G., & Torre, L. (2022). Deserto de Notícias Europa 2022 – Relatório de Portugal. MediaTrust.Lab. Labcom.

Jiménez-Martínez, C. (2014), Disasters as Media Events: The Rescue of the Chilean Miners on National and Global Television. *International Journal of Communication, 8*(1), 1807-1830

Lopes, F. (2016). Uma proposta de um modelo taxonómico para a classificação de fontes de informação. *Observatorio Journal, 10*(4), 180-191.

Lyuba, Y.F. (2013). Desafíos Éticos de la Cobertura Televisiva de un Hecho Traumático. *Cuadernos.info*, (32), 39-46. https://dx.doi.org/10.7764/cdi.32.494

Mercer, D., & Prisbrey, D. (2004). Vigilant Geography: Newspaper Coverage of a Wildfire at the Hanford Nuclear Site. *Environmental Practice*, *6*(3), 247-256. https://doi.org/10.1017/S1466046604000390

Midões, M. (2021). O terceiro setor da radiodifusão em Portugal: mapeamento e caracterização das rádios comunitárias [Tese de Doutoramento, Universidade de Coimbra].

Midões, M., & Martins, J. (2020). As Fontes de Informação na Imprensa Local durante a Pandemia da COVID19: O Caso do Jornal da Bairrada. *Revista Comunicando*, *9*(1), 57-79.

Midões, M., & Martins, J. (2023). Local Journalism: How the War in Ukraine Imposed Itself on the Production Routine of the Local Press. *Journalism and Media,* (4), 162-176. https://doi.org/10.3390/journalmedia4010012

Neveu, E. (2006). *Sociologia do jornalismo.* Loyola.

Pantti, M., & Wahl-Jorgensen, K. (2011). 'Not an act of God': anger and citizenship in press coverage of British man-made disasters. *Media Culture & Society 33*(1), 105-122. https://doi.org/10.1177/0163443710385503

Pereiro, M., Chaparro Dominguez, M.A., & Díaz del Campo Lozano, J. (2018). La cobertura periodística de los incendios de Galicia y Portugal de octubre de 2017: un análisis de la información de emergencia de diários portugueses, españoles y gallegos. *Estudos em Comunicação*, *26*(1), 197-213. https://ojs.labcom-ifp.ubi.pt/index.php/ec/article/view/351

Silva, M.T., Baptista, C., & Sousa, J.P. (2019). Ética periodística en la cobertura mediática del incendio de Pedrógão Grande (Portugal) el verano de 2017. En M. Franz Amaral & C. Lozano Ascencio (coords.), *Periodismo y desastres. Múltiples miradas* (pp. 81-98). Publicaciones InCom-UAB / Editorial UOC.

Wolf, M. (2006). *Teorias da Comunicação.* Editorial Presença.

Yin, R. (2003). *Estudo de Caso: planejamento e métodos*. Bookman.

ÁMBITOS
REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

Nº 67 | ABRIL 2025
ISSN: 1139-1979 | E-ISSN: 1988-5733
10.12795/Ambitos.2025.i67.13

The CSR, Satisfaction, and Commitment Triad: Its Strategic Effect on Perceived Performance

El trinomio RSC, satisfacción y compromiso: su efecto estratégico en el rendimiento percibido

Lorena Gabriela Hernández-Arteaga

Universidad Autónoma de Tamaulipas | Centro Universitario Sur, Cto. Interior s/n CP 89337, Tampico, Tamaulipas | México
0009-0000-6499-3855 | lorena.arteaga@uat.edu.mx

Mario Alberto Salazar-Altamirano

Universidad Autónoma de Tamaulipas | Centro Universitario Sur, Cto. Interior s/n CP 89337, Tampico, Tamaulipas | México
0009-0005-7110-3378 | a2231348008@alumnos.uat.edu.mx

Orlando Josué Martínez-Arvizu

Universidad Autónoma de Tamaulipas | Centro Universitario Sur, Cto. Interior s/n CP 89337, Tampico, Tamaulipas | México
0000-0003-3499-5184 | ojmartinez@uat.edu.mx

María del Lourdes Arias Gómez

Universidad Autónoma de Tamaulipas | Centro Universitario Sur, Cto. Interior s/n CP 89337, Tampico, Tamaulipas | México
0000-0002-7885-444X | marias@docentes.uat.edu.mx

Recepción: 14/12/2024 · Aceptación: 24/03/2025 · Publicación: 15/04/2025

Abstract

This study analyses how perceived corporate social responsibility (CSR) influences employees' perceived performance, considering the role of job satisfaction and organisational commitment as intermediary variables in this relationship. The research is justified by the growing need to understand how responsible organisational practices can translate into tangible benefits in workplace settings, particularly in emerging economies. A quantitative, non-experimental, and cross-sectional approach was adopted, using a structured survey administered to 206 Mexican employees. The results, obtained through structural equation modelling using the partial least squares method (PLS-SEM), reveal that perceived CSR has a positive effect on both job satisfaction and perceived performance, while job satisfaction directly influences organisational commitment. Furthermore, both job satisfaction and organisational commitment were found to act as mechanisms through which perceived CSR affects perceived performance. The study is grounded in social exchange theory and social identity theory, contributing to the understanding of the psychological processes that link responsible practices to work-related outcomes. It concludes with practical recommendations aimed at strengthening business sustainability through strategies that prioritise employee wellbeing and commitment.

Keywords: *organisational commitment, perceived performance, corporate social responsibility, job satisfaction.*

Resumen

Este estudio analiza cómo la responsabilidad social corporativa (RSC) percibida influye en el rendimiento percibido de los empleados, considerando el papel que desempeñan la satisfacción laboral y el compromiso organizacional

CC BY NC SA

como variables intermedias en esta relación. La investigación se justifica por la creciente necesidad de comprender cómo las prácticas responsables de las organizaciones pueden traducirse en beneficios concretos en contextos laborales, especialmente en economías emergentes. Para ello, se aplicó un enfoque cuantitativo, de tipo no experimental y transversal, mediante una encuesta estructurada a 206 empleados mexicanos. Los resultados, obtenidos a través de un modelo de ecuaciones estructurales (PLS-SEM), revelan que la RSC percibida impacta positivamente en la satisfacción laboral y el rendimiento percibido, mientras que la satisfacción laboral influye directamente en el compromiso organizacional. Asimismo, se encontró que tanto la satisfacción laboral como el compromiso organizacional actúan como mecanismos mediante los cuales la RSC incide en el rendimiento percibido. El estudio se basa en la teoría del intercambio social y la teoría de la identidad social, y contribuye al entendimiento de los procesos psicológicos que conectan las prácticas responsables con los resultados laborales. Se concluye con recomendaciones orientadas a fortalecer la sostenibilidad empresarial mediante estrategias que prioricen el bienestar y el compromiso de los trabajadores.

Palabras clave: compromiso organizacional, rendimiento percibido, responsabilidad social corporativa, satisfacción laboral.

1. Introduction

In an increasingly globalised and interconnected business world, organisations face the challenge of balancing economic success with social responsibility and employee well-being (Carrera, 2022; Shayan et al., 2022). Within this context, the perception of corporate social responsibility (CSR) has emerged as a central element in this dynamic, as it not only reflects a company's ethical values but also has the potential to significantly influence employee behaviour and attitudes (Mercader et al., 2021). CSR perception, enhanced by clear and consistent communication, is not merely an indicator of organisational reputation but a strategic tool impacting job satisfaction, organisational commitment, and, ultimately, perceived performance (Li et al., 2024; Pimenta et al., 2023).

In this setting, it is crucial to investigate how perceived CSR relates to job satisfaction, organisational commitment, and perceived performance, especially in work environments with growing demands for sustainability and accountability (González et al., 2023). The literature highlights that effective communication of CSR initiatives can foster greater organisational identification, enhancing job satisfaction and strengthening emotional bonds between employees and their organisations (Chatzopoulou et al., 2021; Youn & Kim, 2022). However, these relationships are not always linear or direct (Shen & Zhang, 2017). Job satisfaction and organisational commitment have acted as mediators that explain how CSR initiatives translate into noticeable improvements in work performance (Van et al., 2024).

At the same time, despite advancements in this field, significant gaps remain in the literature. While previous studies have examined the relationship between perceived CSR and individual variables such as job satisfaction or organisational commitment, their combined effect on perceived performance has been rarely explored (Ahumada-Tello et al., 2018). This integrated approach is essential for understanding how CSR perceptions affect not only satisfaction but also organisational outcomes (Kim & Kim, 2021). Moreover, there is a lack of studies considering the mediating role of job satisfaction and organisational commitment in this model, despite its theoretical and practical importance (Zhao et al., 2020).

Additionally, another area that requires further exploration is the limited attention these topics have received in emerging contexts (Fatima & Elbanna, 2022). Economic and cultural dynamics in such settings present unique challenges and opportunities that could substantially alter the interactions between perceived CSR, job satisfaction, organisational commitment, and perceived performance (Farmaki et al., 2022). Empirical studies to date have largely focused on developed economies, leaving a fertile ground for understanding how these relationships manifest in regions with distinct economic and social structures (Tafolli & Grabner-Kräuter, 2020).

Thus, this research aims to contribute to the existing literature by addressing these knowledge gaps. Through an integrated approach, it examines how perceived CSR, job satisfaction, and organisational commitment influence perceived performance, and how the latter two variables mediate this relationship. Furthermore, this study focuses on an emerging context, specifically Mexico, providing valuable insights that enrich the understanding of these dynamics in different cultural and economic settings.

Finally, the structure of the article is organised as follows: the literature review analyses the theoretical and empirical framework underpinning the relationships between the variables. Objectives and hypotheses are outlined. The methodology details the study design and analytical methods employed. The results and discussions present relevant findings supporting the proposed hypotheses, and the discussion offers a critical analysis of these in relation to existing literature. The article concludes with the study's limitations and suggestions for future research.

2. Theoretical framework

2.1. Perceived performance

Perceived employee performance is a significant component in assessing organisational effectiveness and sustainability within a dynamic business environment (Davidescu et al., 2020). This concept reflects not only the level of performance achieved by employees but also how workers themselves evaluate their contribution within an organisational framework (Peng et al., 2020). From a theoretical perspective, perceived performance is linked to constructs such as commitment, job satisfaction, and alignment with corporate strategies, playing a crucial role in enhancing business outcomes and employee well-being (Silva et al., 2022). This approach is particularly relevant today, as organisational competitiveness heavily relies on effective talent management supported by internal communication strategies that reinforce alignment and organisational commitment (Coronil & Gil, 2019).

As a result, the interest in studying performance has grown due to the need to optimise internal resources and address global challenges such as digital transformation and rising expectations of corporate social responsibility (CSR) (Ahmad et al., 2023). Recent academic work highlights how perceived performance can serve as a key indicator for measuring the impact of organisational initiatives across dimensions ranging from productivity to environmental sustainability (Boadi et al., 2019). Ryan and Deci (2020) emphasise the necessity of an integrated approach that encompasses both intrinsic and extrinsic factors to fully understand the dynamics of perceived performance.

The relationship between perceived employee performance and CSR has been explored in various contexts. For instance, Shareef's (2023) study in Iraqi Kurdistan, which involved 172 employees from sectors such as banking and real estate, concluded that CSR perceptions foster innovative behaviours among workers, which serve as the primary pathway through which CSR influences perceived performance. Conversely, research by Boadi et al. (2019) in Ghana, which surveyed 244 employees of rural banks, found that while CSR enhances organisational pride, its effect on performance is limited when not accompanied by intrinsic motivators and effective communication practices.

Similarly, the connection between job satisfaction and perceived performance reveals substantial evidence. A specific example is Jensen et al.'s (2020) longitudinal study in Sweden, which demonstrated that a favourable job satisfaction environment improves both the well-being and perceived performance of university staff. However, Luu's (2020) analysis in Ho Chi Minh City involving 607 pharmaceutical employees indicated that in high-pressure industries, job satisfaction alone does not guarantee high perceived performance unless supported by structural conditions and communication practices that reinforce perceptions of organisational support.

Organisational commitment also emerges as a strategic factor in shaping perceived performance. For instance, Li et al.'s (2020) study in Taiwan involving 431 employees revealed that organisational commitment, fostered by ethical CSR practices, enhances innovation and perceived employee performance. Conversely, research in India by Chaudhary (2018) noted that excessive commitment among business executives, misaligned with clear objectives, can lead to burnout, negatively affecting perceived performance.

Regarding integrative models, recent empirical research by Silva et al. (2022) combined perceived CSR, job satisfaction, and organisational commitment to analyse their collective effect on perceived performance. Drawing on data from 171 construction sector employees in Portugal, the study concluded that these variables interact to strengthen perceived performance, with job satisfaction and organisational trust acting as significant mediators.

2.2. Corporate social responsibility

Perceived corporate social responsibility (CSR) represents employees' subjective perceptions of their organisations' responsible practices, encompassing social, ethical, and environmental aspects (Cheema et al., 2019; Ng et al., 2018). This construct has emerged as a critical dimension for evaluating the impact of organisational strategies on the attitudes and behaviours of employees (Wang et al., 2020). According to Singhapakdi et al. (2019), perceived CSR influences not only corporate reputation but also variables such as job satisfaction, organisational commitment, and individual performance. Additionally, it serves as a bridge between organisational values and employees' expectations, enhancing their sense of belonging and ethical alignment. Effective communication plays a vital role in conveying these initiatives and strengthening the connection with corporate values (El-Kassar et al., 2021).

Based on these premises, the interest in investigating perceived CSR lies in its ability to generate long-term organisational benefits when communicated strategically and effectively (Yan et al., 2022). In an increasingly fierce and competitive global environment, companies face pressures to balance financial performance with responsible practices that attract and retain talent (Martínez-Falcó et al., 2024). Furthermore, academic research has highlighted how perceived CSR fosters

an ethical organisational culture, promoting sustainability and resilience in the face of structural changes (Tafolli & Grabner-Kräuter, 2020). This underscores the importance of further exploring this phenomenon, particularly in emerging contexts where CSR practices remain underdeveloped (Wang & Cooper, 2021).

Empirically, the relationship between perceived CSR and job satisfaction has yielded mixed results. For instance, a recent study by Ko et al. (2021) in South Korea, involving 232 workers from various sectors, revealed that a positive perception of well-communicated CSR activities significantly increases job satisfaction, mediated by positive emotions and compassion towards work. Conversely, in Angola, a study by Moisés et al. (2019) based on data from 125 employees in the tourism sector, showed that only the social dimensions of CSR influenced job satisfaction, and this effect occurred through employees' perceptions of economic and environmental responsibility.

Similarly, the relationship between perceived CSR and organisational commitment has produced notable findings. An illustrative example is the study by Cek and Eyupoglu (2019), conducted in Northern Cyprus, which demonstrated that perceived CSR positively affects organisational commitment through organisational identification and job satisfaction, provided it is consistently and effectively communicated. In contrast, empirical research by Vuong et al. (2022) in Vietnam, involving 636 SME employees, found that organisational commitment is not always enhanced by perceived CSR, particularly when companies fail to convey their corporate reputation effectively.

2.3. Job satisfaction

Job satisfaction is conceptualised as the employee's subjective perception of their work experience, encompassing intrinsic factors such as job content and extrinsic elements like remuneration and working conditions (Ahmad, 2018; Salazar-Altamirano et al., 2024a). This multifaceted concept reflects the balance between employees' expectations and the perceived realities of the workplace, making it a widely recognised indicator of organisational well-being and productivity (Xu et al., 2023). Within organisational theory, job satisfaction has consistently been linked to variables such as organisational commitment, talent retention, and performance, positioning it as an essential component of business sustainability (Luna-Arocas et al., 2020).

Exploring job satisfaction is particularly relevant in the current context, marked by rapid changes in organisational structures, work dynamics, and communication processes (Salazar-Altamirano et al., 2024b). Globally, the impact of job satisfaction transcends cultural boundaries, emphasising its role in improving workplace relations and reducing employee turnover, especially in highly competitive industries (Thanh et al., 2020). Understanding the determinants and effects of job satisfaction enables organisations to develop more effective strategies to attract and retain talent while fostering inclusive, motivating work environments with efficient communication channels (Hur, 2019).

Informed by this scientific knowledge, the relationship between job satisfaction and organisational commitment has been extensively studied, yielding both supportive and contradictory findings. For instance, Bashir and Gani (2020), in their empirical study conducted in India with 396 academics, demonstrated that an increase in perceived job satisfaction significantly contributed to organisational commitment. Conversely, Park (2020), in an analysis of public sector employees in South Korea, found that although job characteristics directly influence satisfaction, it does not always translate

into a proportional increase in organisational commitment, highlighting cultural and structural variations that condition this relationship.

2.4. Organisational commitment

Organisational commitment is a central pillar in the field of organisational behaviour and has been extensively studied due to its significant impact on organisational effectiveness and employee well-being (Herrera & Heras-Rosas, 2021; Rodríguez-Fernández et al., 2021). Conceptually, organisational commitment is defined as a psychological state that binds the employee to the organisation, influencing their decision to remain part of it (Chanana, 2021; Turker, 2008). Traditionally, this construct has been divided into three dimensions: affective commitment, reflecting an emotional attachment to the organisation; normative commitment, linked to a moral obligation to stay; and continuance commitment, associated with the perceived costs of leaving the organisation (Maiti et al., 2020).

Under these premises, the importance of investigating organisational commitment lies in the challenges of a globalised and competitive work environment, where effective communication is essential for adaptation, fostering internal cohesion, and strengthening employee commitment (Aggarwal et al., 2020). The ability of organisations to retain talent and cultivate high levels of commitment has become a crucial factor for ensuring organisational sustainability (Naz et al., 2020). According to Sedrine et al. (2020), strong organisational commitment not only enhances individual performance but also promotes organisational citizenship behaviours that benefit group dynamics and, ultimately, overall productivity.

From an academic perspective, organisational commitment remains a subject of significant interest due to its multidimensional nature (Filimonau et al., 2020). This interest has led prominent researchers such as Afshari et al. (2019) to highlight how organisational identification processes strengthen commitment by enabling employees to develop a deeper connection with the organisation's values and objectives. Furthermore, the role of organisational commitment as a mediator has been identified in the relationship between knowledge management practices and organisational maturity in both public and private sectors (Marques et al., 2019).

2.5. Mediations of job satisfaction and organisational commitment in the relationship between corporate social responsibility and perceived performance

The inclusion of mediators such as job satisfaction and organisational commitment in the relationship between corporate social responsibility (CSR) and perceived performance is justified by empirical research, which highlights the role of these variables as intermediary mechanisms that help explain how CSR influences employee outcomes. For instance, a study conducted in Portugal by Story and Castanheira (2019) involving 190 employees and supervisors showed that internal CSR strengthens job satisfaction, which in turn enhances perceived performance. Although organisational commitment is also associated with positive CSR perceptions, it does not act as a direct mediator in this specific relationship.

Meanwhile, a meta-analysis by Zhao et al. (2020), which examined 86 studies, evaluated how perceived CSR impacts organisational commitment and performance, identifying job satisfaction and

perceived organisational justice as significant mediators. The findings suggest that these mediators do not operate in isolation but interact to reinforce both the work outcomes and attitudinal responses of employees. The analysis revealed that job satisfaction serves as an emotional foundation linking CSR perceptions to tangible outcomes, while organisational commitment strengthens the bonds between employees and the organisation.

In alignment with these recent findings, the justification for these mediators lies in their ability to address both emotional and rational aspects of employee responses to CSR initiatives (Mehmet et al., 2020). Job satisfaction reflects perceptions of favourable workplace conditions, while organisational commitment encapsulates a deeper and more enduring connection with the organisation (Qin, 2024). These mediators translate ethical and responsible business practices into tangible outcomes, such as enhanced perceived performance, thereby reinforcing the alignment between organisational strategy and employee well-being.

Finally, this research is grounded in two theoretical frameworks. First, Blau's (1964) social exchange theory, which posits that positive perceptions of organisational actions foster reciprocity from employees, who respond with favourable behaviours and attitudes. Second, it draws on Tajfel and Turner's (1979) social identity theory, which asserts that employees develop stronger identification with their organisation when they perceive it as acting ethically and socially responsibly. This study contributes to both theories by proposing an integrated mediational model that articulates how CSR perceptions influence perceived performance through job satisfaction and organisational commitment. The combination of these approaches broadens the theoretical understanding of the underlying psychological processes and provides a practical foundation for designing organisational strategies that maximise both employee well-being and organisational performance.

3. Objectives and methodology

The present study aims to explore the effect of perceived corporate social responsibility (CSR), job satisfaction, and organisational commitment on perceived performance, as well as the mediating roles of job satisfaction and organisational commitment in these relationships. This objective stems from the need to understand how these variables interact within an integrated structural model, particularly in emerging contexts where labour and organisational dynamics exhibit unique characteristics.

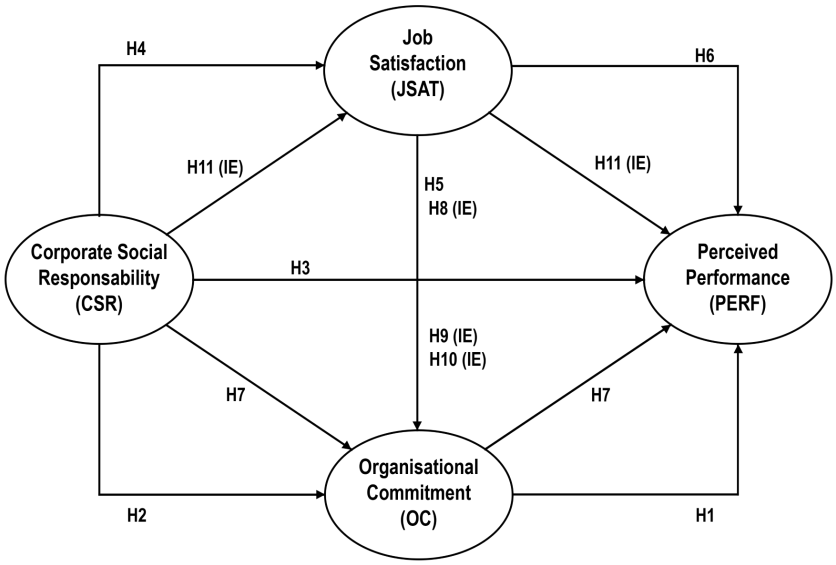
To achieve this aim, a structural model (Figure 1) is proposed to explain the direct and indirect relationships among the variables. The model considers both the main effects of perceived CSR, job satisfaction, and organisational commitment, as well as the mediating effects arising from their interactions. Within this framework, the proposed hypotheses are as follows:

- H1: Organisational commitment has a positive and significant effect on perceived performance.
- H2: CSR has a positive and significant effect on organisational commitment.
- H3: CSR has a positive and significant effect on perceived performance.
- H4: CSR has a positive and significant effect on job satisfaction.
- H5: Job satisfaction has a positive and significant effect on organisational commitment.
- H6: Job satisfaction has a positive and significant effect on perceived performance.

- H7: Organisational commitment mediates the relationship between CSR and perceived performance.
- H8: Organisational commitment mediates the relationship between job satisfaction and perceived performance.
- H9: Job satisfaction and organisational commitment mediate the relationship between CSR and perceived performance.
- H10: Job satisfaction mediates the relationship between CSR and organisational commitment.
- H11: Job satisfaction mediates the relationship between CSR and perceived performance.

Figure 1

Proposed model



Source: Own elaboration.

4. Methodology

This scientific study adopts a quantitative, non-experimental, cross-sectional, correlational, and causal design. Its purpose is to determine the inferential relationships between the constructs comprising the conceptual model of this research. To achieve this, an online questionnaire was conducted, with responses measured using a 5-point Likert scale.

For the perceived CSR dimension, a 7-item scale adapted from Silva et al. (2021) was employed. Job satisfaction was assessed using a 6-item scale derived from the Minnesota Satisfaction Questionnaire developed by Weiss et al. (1967). The organisational commitment variable was measured using a 3-item scale adapted from Silva et al. (2021). Finally, perceived performance was evaluated with a 6-item scale adapted from Podsakoff et al. (1982).

The sample comprises 206 responses, obtained through non-probabilistic convenience sampling, from employees across various sectors and hierarchical levels in Mexico, collected between

October 2023 and June 2024. The demographic profile of the respondents indicates that 76.10 % are female, with a predominant representation of millennial and centennial generations. Furthermore, 82.60 % of participants hold higher education qualifications, and 21.70 % report an income level exceeding 15,001 Mexican pesos per month (see Table 1).

Table 1

Sociodemographic profile of participants

Variable	Options	Percentage
Sex	Female	76.10 %
	Male	23.90 %
Generation	X Generation	23.90 %
	Millennial Generation	45.70 %
	Z Generation	30.40 %
Educational level	Basic Education	6.50 %
	High School Education	10.90 %
	Higher Education	82.60 %
Income level	Less than $6,000.00	6.50 %
	$6,001.00 to $9,000.00	21.70 %
	$9,001.00 to $12,000.00	37.00 %
	$12,001.00 to $15,000.00	13.00 %
	$15,001.00 and upwards	21.70 %

Source: Own elaboration.

5. Results

To analyse the relationships between the variables, SmartPLS version 4.0 software was used alongside Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM). A univariate exploration was conducted to calculate the mean, standard deviation, skewness, and kurtosis, ensuring data quality. Convergent validity was assessed through the Average Variance Extracted (AVE), Composite Reliability Index (CRI), and Cronbach's Alpha, confirming the internal consistency of the constructs. For discriminant validity, the HTMT criterion was applied, ensuring that the constructs were conceptually distinct, thereby validating the reliability of the model.

5.1. Correlational analysis

A The results of the correlation analysis, detailing the relationships between the dimensions of corporate social responsibility (CSR), job satisfaction, organisational commitment, and perceived performance, are presented below. The findings reveal a positive and significant correlation between

CSR and job satisfaction ($r = 0.818$, $p < 0.01$), indicating that higher perceptions of CSR are associated with increased job satisfaction. Similarly, a positive and significant relationship is identified between CSR and organisational commitment ($r = 0.665$, $p < 0.01$), as well as between CSR and perceived performance ($r = 0.684$, $p < 0.01$).

Regarding the relationships among the remaining dimensions, job satisfaction is positively and significantly associated with organisational commitment ($r = 0.792$, $p < 0.01$) and perceived performance ($r = 0.641$, $p < 0.01$). Finally, organisational commitment also demonstrates a positive and significant correlation with perceived performance ($r = 0.740$, $p < 0.01$). These findings support the validity of the conceptual model, emphasising the importance of these interrelationships in understanding organisational behaviour and their practical implications.

Table 2

Bivariate correlations

Variable	Corporate Social Responsibility	Job Satisfaction	Organisational Commitment	Perceived Performance
Corporate Social Responsibility	1			
Job Satisfaction	0.818**	1		
Organisational Commitment	0.665**	0.792**	1	
Perceived Performance	0.684**	0.641**	0.740**	1

*** Significant results at p < 0.01.*
Source: Own elaboration.

5.2. Exploratory factor analysis

An exploratory factor analysis (EFA) was conducted to assess the validity and reliability of the constructs related to corporate social responsibility, job satisfaction, organisational commitment, and perceived performance. This analysis included the evaluation of item correlations, communalities, and statistical tests such as the Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) measure and Bartlett's test of sphericity. KMO values ranged from 0.765 to 0.845, exceeding the recommended threshold of 0.6, while Bartlett's tests were significant ($p < 0.001$), confirming the suitability of the data for factor analysis (see Table 3). The item correlations demonstrated moderate to high levels ($p < 0.001$), supporting the adequacy of the instrument for the theoretical dimensions of the model.

Communalities were within acceptable ranges, fluctuating between 0.643 and 0.858, while the total variance explained by the factors exceeded 78 % across all dimensions. Specifically, values of 80.91 % for CSR, 81.34 % for job satisfaction, 78.25 % for organisational commitment, and 79.82 for perceived performance were achieved. These results highlight the robustness and representativeness of the instrument used, ensuring that the items effectively capture the theoretical dimensions proposed in the conceptual model.

Table 3

Exploratory factor analysis

Variable	Corporate Social Responsibility	Job Satisfaction	Organisational Commitment	Perceived Performance
Correlations between items	0.626 <-> 0.911	0.637 <-> 0.887	0.624 <-> 0.817	0.453 <-> 0.879
Level of correlations	High	High	High	Moderate
Significance	0.000	0.000	0.000	0.000
Determinant	0.000149	0.001335	0.000156	0.001245
Communalities	0.756 <-> 0.853	0.781 <-> 0.858	0.747 <-> 0.847	0.643 <-> 0.837
Level of communalities	Adequate	Adequate	Adequate	Adequate
KMO Test	0.831	0.845	0.812	0.765
Barlett´s test	0.000	0.000	0.000	0.000
Total variance explicated	80.91 %	81.34 %	78.25 %	79.82 %

Source: Own elaboration.

5.3. Causal relationship analysis

The analysis was conducted using SmartPLS software, through which the validity of the constructs and the model fit were assessed using Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM). This method enabled an in-depth examination of the interrelationships between corporate social responsibility, job satisfaction, organisational commitment, and perceived performance, providing a comprehensive understanding of the connections and dynamics within the proposed theoretical model.

5.3.1. Convergent and discriminant validity

Convergent validity and internal consistency of the constructs were assessed using Cronbach's Alpha, Composite Reliability (CR), and Average Variance Extracted (AVE), with the results summarised in Table 4, following the recommendations of Hair et al. (2016) and Henseler et al. (2015). Cronbach's Alpha values exceeded the threshold of 0.7, demonstrating high internal consistency. Specifically, corporate social responsibility achieved an Alpha of 0.960, while job satisfaction, organisational commitment, and perceived performance recorded values of 0.953, 0.918, and 0.944, respectively. CR indices were above 0.9 for all constructs, confirming the reliability of the measurement model, in alignment with Hair et al. (2016).

Regarding AVE values, these exceeded the minimum criterion of 0.5, indicating that the items explain a significant proportion of the variance for each construct. Job satisfaction showed the highest value (0.813), followed by corporate social responsibility (0.809), perceived performance (0.797), and organisational commitment (0.558). These results support the convergent validity of the constructs and provide a robust foundation for the subsequent analysis of the structural model.

Table 4

Convergent validity

Variable	Cronbach´s Alfa	IFC	AVE
Corporate Social Responsibility	0.960	0.97	0.81
Job Satisfaction	0.953	0.96	0.81
Organisational Commitment	0.918	0.93	0.56
Perceived Performance	0.944	0.96	0.8

Source: Own elaboration.

The discriminant validity of the model was assessed using the HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio) criterion, following the guidelines of Henseler et al. (2015), which set a threshold of 0.85 to confirm conceptual differentiation between constructs. The results, presented in Table 5, meet this criterion, supporting the model's discriminant validity. The highest relationship was observed between job satisfaction and corporate social responsibility (0.848), remaining within the acceptable limit. Other relationships, such as organisational commitment with job satisfaction (0.814) and perceived performance with corporate social responsibility (0.710), also fell within the expected range. These findings confirm that the constructs are conceptually distinct, ensuring the robustness of the proposed theoretical model.

Table 5

Discriminant validity

Discriminant Validity					
		1	2	3	4
1	Organisational Commitment				
2	Perceived Performance	0.719			
3	Corporate Social Responsibility	0.633	0.710		
4	Job Satisfaction	0.814	0.661	0.848	

Source: Own elaboration.

5.3.2. Fit indicators

The evaluation of the structural model fit was conducted using specific PLS-SEM indicators, with the results summarised in Table 6. The SRMR value was 0.077 for both the saturated and estimated models, meeting the SRMR < 0.08 criterion proposed by Henseler et al. (2014), indicating a good fit between the observed and predicted matrices. Additionally, the values of d_ULS (0.798) and d_G (1.051) supported the model's consistency by confirming the alignment between the estimated parameters and the observed data. Although the NFI index yielded a value of 0.743, this indicator, while complementary, is not critical in the context of PLS-SEM, as noted by Hair et al. (2016), further reinforcing the overall quality of the model.

Table 6

Fit indicators of the structural model

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.077	0.077
d_ULS	0.798	0.798
d_G	1.051	1.051
Chi-square	224.493	224.493
NFI	0.743	0.743

Source: Own elaboration.

5.3.3. Hypothesis testing

The structural model was evaluated to determine the direct and indirect effects among the included variables, allowing for the testing of the proposed hypotheses. The results, presented in Table 7, show that several proposed relationships were significant, providing partial support for the conceptual model.

For direct effects, organisational commitment (OC) was found to have a positive and significant influence on perceived performance (PERF) ($\beta = 0.433$, $p = 0.005$). Similarly, corporate social responsibility (CSR) exhibited a positive and significant effect on perceived performance ($\beta = 0.458$, $p = 0.019$) and job satisfaction (JSAT) ($\beta = 0.791$, $p < 0.001$). Additionally, job satisfaction demonstrated a significant impact on organisational commitment ($\beta = 0.776$, $p < 0.001$). However, no significant effects were observed for CSR on OC ($\beta = -0.042$, $p = 0.762$) or for JOBSAT on PERF ($\beta = -0.051$, $p = 0.855$), leading to the rejection of these hypotheses.

Regarding indirect effects, the results highlighted that job satisfaction significantly affects perceived performance through organisational commitment ($\beta = 0.336$, $p = 0.014$). A significant indirect effect was also identified for CSR on organisational commitment and perceived performance, mediated by JOBSAT and OC ($\beta = 0.266$, $p = 0.021$). However, certain indirect relationships, such as the mediation of CSR on perceived performance through JSAT and OC, were not significant ($\beta = -0.018$, $p = 0.789$).

Figure 2 presents the structural model developed, illustrating the relationships between the variables corporate social responsibility (CSR), job satisfaction (JSAT), organisational commitment (OC), and perceived performance (PERF). The arrows indicate both direct and indirect effects, highlighting the mediating role of job satisfaction and organisational commitment in the proposed relationships. The R^2 values obtained reflect the model's capacity to explain the variability of the dependent variables.

For organisational commitment ($R^2 = 0.532$), the model demonstrates moderate variance, suggesting that additional factors may contribute to its explanation. Regarding perceived performance ($R^2 = 0.526$), the results indicate that CSR, commitment, and job satisfaction are key factors in understanding employees' perceived performance. Finally, job satisfaction ($R^2 = 0.617$) reaches a level close to the threshold considered high, underscoring its importance as a mediator in the relationships between CSR and the other dependent variables.

Table 7

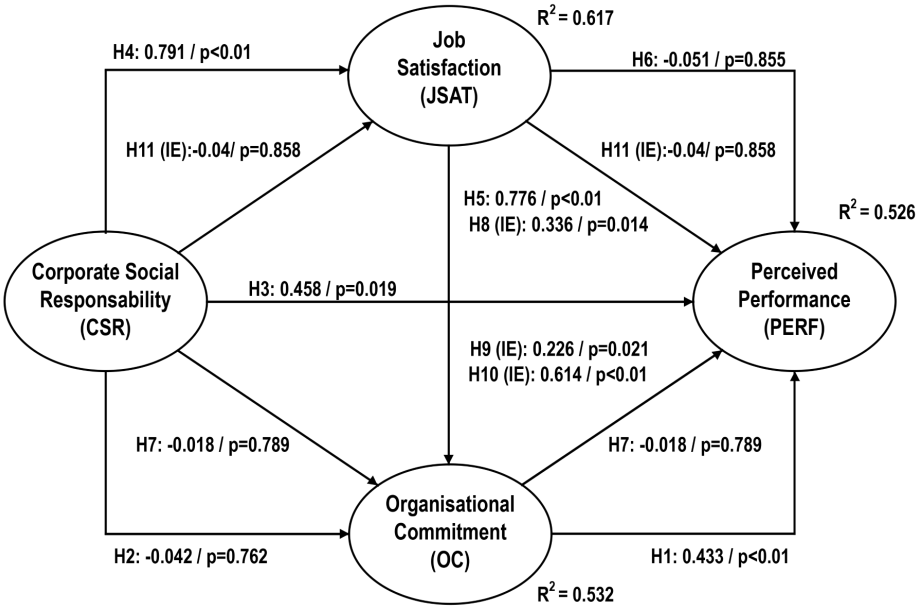
Hypothesis testing

Direct effect							
Hypotheses	Variables	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	t-statistics (|O/STDEV|)	p-values	Contrast
H1	OC -> PERF	0.433	0.429	0.155	2.794	0.005	Not rejected
H2	CSR -> CO	-0.042	-0.04	0.139	0.303	0.762	Rejected
H3	CSR -> PERF	0.458	0.453	0.195	2.355	0.019	Not rejected
H4	CSR -> SATLAB	0.791	0.796	0.054	14.535	0.000	Not rejected
H5	JSAT -> CO	0.776	0.774	0.132	5.882	0.000	Not rejected
H6	JSAT -> PERF	-0.051	-0.041	0.279	0.182	0.855	Rejected
Indirect effect							
H7	CSR -> OC -> PERF	-0.018	-0.024	0.068	0.268	0.789	Rejected
H8	JSAT -> OC -> PERF	0.336	0.332	0.137	2.448	0.014	Not rejected
H9	CSR -> JSAT -> OC -> PERF	0.266	0.266	0.115	2.302	0.021	Not rejected
H10	CSR -> JSAT -> CO	0.614	0.618	0.122	5.017	0.000	Not rejected
H11	CSR -> JSAT -> PERF	-0.04	-0.034	0.225	0.179	0.858	Rejected

Source: Own elaboration.

Figure 2

Final Structural Model



Source: Own elaboration.

6. Discussion and conclusions

This study examined the relationships between perceived corporate social responsibility (CSR), job satisfaction, organisational commitment, and perceived performance, providing valuable insights for both the literature and organisational management. Firstly, it was confirmed that organisational commitment has a positive and significant effect on perceived performance (H1), aligning with previous research highlighting how employee commitment enhances organisational performance by fostering greater alignment with corporate objectives (Li et al., 2020; Silva et al., 2022). This finding reinforces the importance of strategies that strengthen commitment as a key driver of improved work performance.

On the other hand, the direct relationship between CSR and organisational commitment (H2) was not significant, contrasting with studies such as that of Cek and Eyupoglu (2019), which noted that this relationship may depend on mediators like organisational identification. This suggests that while CSR perceptions are crucial, effective communication channels and additional processes are required to translate these perceptions into greater organisational commitment. However, CSR showed a positive and significant effect on both perceived performance (H3) and job satisfaction (H4), validating its role as a strategic tool for enhancing organisational well-being and performance (Ko et al., 2021; Shareef, 2023). These findings underscore the importance of ethical and responsible practices in fostering more satisfying and productive work environments.

Job satisfaction also demonstrated a positive and significant impact on organisational commitment (H5), confirming its role as a critical bridge between employee well-being and their emotional connection to the organisation, as highlighted by Bashir and Gani (2020). However, the direct relationship between job satisfaction and perceived performance (H6) was not supported, contrasting with findings from Jensen et al. (2020), indicating that this link may depend on contextual factors such as job pressure, structural conditions, or the quality of communication within the organisation (Luu, 2020).

Regarding indirect effects, the results highlighted the importance of mediations in these relationships. Organisational commitment significantly mediated the relationship between job satisfaction and perceived performance (H8), reinforcing its role as a link between employee well-being and job performance (Silva et al., 2022). Similarly, the double mediation of CSR through job satisfaction and organisational commitment on perceived performance (H9) was significant, aligning with studies such as Zhao et al. (2020), which emphasise the importance of these interactions, facilitated by effective communication, in complex organisational models.

Furthermore, the mediation of job satisfaction between CSR and organisational commitment (H10) was also confirmed, indicating that CSR perceptions primarily strengthen organisational commitment through employee well-being (Pimenta et al., 2023). However, hypotheses H7 and H11, which proposed direct mediating effects of organisational commitment and job satisfaction on perceived performance, were not supported, suggesting that these dynamics may depend on specific contexts or more intricate interactions.

6.1. Study limitations and future research directions

Despite the significant contributions of this study, certain limitations must be acknowledged. Firstly, the cross-sectional design employed prevents the establishment of definitive causal relationships between perceived corporate social responsibility (CSR), job satisfaction, organisational commitment, and perceived performance. To address this limitation, future research could adopt longitudinal designs to analyse how these relationships evolve over time and across different contexts.

Additionally, the sample consisted exclusively of employees in Mexico, which may limit the generalisability of the findings to other cultural and organisational settings. Future studies should include more diverse and representative samples from different countries and economic sectors to validate the applicability of the results in various environments. This would allow for an exploration of whether the observed dynamics are consistent or vary depending on cultural and economic factors.

Another limitation lies in the use of self-administered questionnaires, which may be influenced by self-report and social desirability biases. To mitigate this issue, future research could complement questionnaires with qualitative methods, such as in-depth interviews or focus groups, providing a more nuanced understanding of employees' perceptions and attitudes. Moreover, incorporating objective data, such as organisational performance indicators, could enrich the analysis.

Finally, it is suggested to explore the role of additional variables that might influence the studied relationships, such as leadership, organisational culture, talent management policies, and internal communication processes. These variables could act as moderators or mediators, offering a more comprehensive view of the dynamics between CSR, job satisfaction, organisational commitment, and perceived performance. These future research directions would not only deepen the understanding of the interactions among these variables but also provide practical recommendations to optimise organisational performance in diverse contexts.

7. Funding and support

Not applicable.

8. Declaration of specific contributions according to the CrediT taxonomy

- Conception and design of the work: Author 1, 2, and 3.
- Data curation: Author 4.
- Formal analysis: Author 3 and 4.
- Funding acquisition: Not applicable.
- Investigation: Author 1.
- Methodology: Author 3.
- Project administration: Author 1, 2, 3, and 4.
- Resources: Not applicable.
- Software: Not applicable.
- Supervision: Author 3.

- Visualisation: Author 2 and 4.
- Writing: Author 1 and 3.

Author Biographies

Lorena Gabriela Hernández-Arteaga graduated with a bachelor's degree in foreign Trade from the Universidad Autónoma de Tamaulipas and earned her master's degree in business administration from the same institution. Her research interests include green marketing, green purchase intention, corporate social responsibility, organisational behaviour, and organisational climate, among others. She currently serves as a lecturer in the International Business programme at the Faculty of Commerce and Administration in Tampico, Universidad Autónoma de Tamaulipas, Mexico. She is pursuing a PhD in Strategic Business Management at the same faculty.

Mario Alberto Salazar-Altamirano holds a bachelor's degree in law from the Universidad Autónoma de San Luis Potosí and a master's degree in business administration and finance from TEC Milenio University in Monterrey, Nuevo León. His research interests span internal marketing, workplace happiness, social marketing, organisational behaviour, leadership, and organisational climate, among others. He is currently pursuing a PhD in Strategic Business Management at the Faculty of Commerce and Administration in Tampico, Universidad Autónoma de Tamaulipas, Mexico.

Orlando Josué Martínez-Arvizu graduated with a bachelor's degree in marketing with Honours from the Universidad Autónoma de San Luis Potosí and earned a master's degree in business leadership from the same university, a programme accredited by the National Postgraduate System (CONAHCYT). His research interests include internal marketing, social marketing, consumer behaviour, and organisational behaviour, among others. He is currently pursuing a PhD in Strategic Business Management at the Faculty of Commerce and Administration in Tampico, Universidad Autónoma de Tamaulipas, Mexico, a programme also accredited by the National Postgraduate System (CONAHCYT).

María del Lourdes Arias Gómez graduated with a bachelor's degree in law from the Universidad Autónoma de Tamaulipas, holds a master's degree in education, and a PhD in International Law. Her research interests include education, green marketing, social responsibility, organisational behaviour, and organisational climate, among others. She is a lecturer in the International Business programme at the Faculty of Commerce and Administration in Tampico, Universidad Autónoma de Tamaulipas, Mexico.

References

Afshari, L., Young, S., Gibson, P., & Karimi, L. (2019). Organizational commitment: exploring the role of identity. *Personnel Review*, *49*(3), 774–790. https://doi.org/10.1108/pr-04-2019-0148

Aggarwal, A., Sadhna, P., Gupta, S., Mittal, A., & Rastogi, S. (2020). Gen Z entering the workforce: Restructuring HR policies and practices for fostering the task performance and organizational commitment. *Journal of Public Affairs*, *22*(3). https://doi.org/10.1002/pa.2535

Ahmad, A. (2018). The relationship among job characteristics organizational commitment and employee turnover intentions. *Journal of Work-Applied Management*, *10*(1), 74–92. https://doi.org/10.1108/jwam-09-2017-0027

Ahmad, M., Wu, Q., & Ahmed, S. (2023). Does CSR digitalization improve the sustainable competitive performance of SMEs? Evidence from an emerging economy. *Sustainability Accounting Management and Policy Journal*, *15*(1), 119–147. https://doi.org/10.1108/sampj-03-2023-0169

Ahumada-Tello, E., Ravina-Ripoll, R., & López-Regalado, M. E. (2018). Responsabilidad Social Universitaria. Desarrollo de competitividad organizacional desde el proceso educativo. *Actualidades Investigativas En Educación*, *18*(3). https://doi.org/10.15517/aie.v18i3.34213

Bashir, B., & Gani, A. (2020). Testing the effects of job satisfaction on organizational commitment. *Journal of Management Development*, *39*(4), 525–542. https://doi.org/10.1108/jmd-07-2018-0210

Blau, P. M. (1964). Justice in social exchange. *Sociological Inquiry*, *34*(2), 193–206. https://doi.org/10.1111/j.1475-682x.1964.tb00583.x

Boadi, E. A., He, Z., Boadi, E. K., Bosompem, J., & Avornyo, P. (2019). Consequences of corporate social responsibility on employees. *Personnel Review*, *49*(1), 231–249. https://doi.org/10.1108/pr-08-2018-0288

Carrera, L. (2022). Corporate social responsibility. A strategy for social and territorial sustainability. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, *7*(1). https://doi.org/10.1186/s40991-022-00074-0

Cek, K., & Eyupoglu, S. Z. (2019). Does teachers perceived corporate social responsibility lead to organisational citizenship behaviour? The mediating roles of job satisfaction and organisational identification. *South African Journal of Business Management*, *50*(1). https://doi.org/10.4102/sajbm.v50i1.1481

Chanana, N. (2021). The impact of COVID-19 pandemic on employees' organizational commitment and job satisfaction in reference to gender differences. *Journal of Public Affairs*, *21*(4). https://doi.org/10.1002/pa.2695

Chatzopoulou, E., Manolopoulos, D., & Agapitou, V. (2021). Corporate Social Responsibility and Employee Outcomes: Interrelations of External and Internal Orientations with Job Satisfaction and Organizational Commitment. *Journal of Business Ethics*, *179*(3), 795–817. https://doi.org/10.1007/s10551-021-04872-7

Chaudhary, R. (2018). Corporate social responsibility and employee performance: a study among indian business executives. *The International Journal of Human Resource Management*, *31*(21), 2761–2784. https://doi.org/10.1080/09585192.2018.1469159

Cheema, S., Afsar, B., & Javed, F. (2019). Employees' corporate social responsibility perceptions and organizational citizenship behaviors for the environment: The mediating roles of organizational identification and environmental orientation fit. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *27*(1), 9–21. https://doi.org/10.1002/csr.1769

Coronil, A. G., & Gil, M. O. (2019). Marketing social, indicadores de bienestar y ODS. Análisis de la cuenta oficial del gobierno de España @desdelamoncloa. *Retos*, *9*(18), 219–238. https://doi.org/10.17163/ret.n18.2019.03

Davidescu, A. A., Apostu, S., Paul, A., & Casuneanu, I. (2020). Work Flexibility, Job Satisfaction, and Job Performance among Romanian Employees—Implications for Sustainable Human Resource Management. *Sustainability*, *12*(15), 6086. https://doi.org/10.3390/su12156086

El-Kassar, A., Yunis, M., Alsagheer, A., Tarhini, A., & Ishizaka, A. (2021). Effect of corporate ethics and social responsibility on OCB: the role of employee identification and perceived CSR significance. *International Studies of Management and Organization*, *51*(3), 218–236. https://doi.org/10.1080/00208825.2021.1959880

Farmaki, A., Pappas, N., Kvasova, O., & Stergiou, D. P. (2022). Hotel CSR and job satisfaction: A chaordic perspective. *Tourism Management*, *91*, 104526. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104526

Fatima, T., & Elbanna, S. (2022). Corporate Social Responsibility (CSR) implementation: a review and a research agenda towards an integrative framework. *Journal of Business Ethics*, *183*(1), 105–121. https://doi.org/10.1007/s10551-022-05047-8

Filimonau, V., Derqui, B., & Matute, J. (2020). The COVID-19 pandemic and organisational commitment of senior hotel managers. *International Journal of Hospitality Management*, *91*, 102659. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102659

González-De-La-Rosa, M., Armas-Cruz, Y., Dorta-Afonso, D., & García-Rodríguez, F. J. (2023). The impact of employee-oriented CSR on quality of life: Evidence from the hospitality industry. *Tourism Management*, *97*, 104740. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104740

Hair, J. F., Jr, Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A primer on Partial Least squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.

Hair, J. F., Jr, Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *European Business Review*, *26*(2), 106–121. https://doi.org/10.1108/ebr-10-2013-0128

Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, *116*(1), 2–20. https://doi.org/10.1108/imds-09-2015-0382

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *43*(1), 115–135. https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8

Herrera, J., & De Las Heras-Rosas, C. (2021). The organizational commitment in the company and its relationship with the psychological contract. *Frontiers in Psychology*, *11*. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.609211

Hur, H. (2019). The role of inclusive work environment practices in promoting LGBT employee job satisfaction and commitment. *Public Money & Management*, *40*(6), 426–436. https://doi.org/10.1080/09540962.2019.1681640

Jensen, I., Bjorklund, C., Hagberg, J., Aboagye, E., & Bodin, L. (2020). An overlooked key to excellence in research: a longitudinal cohort study on the association between the psycho-social work environment and research performance. *Studies in Higher Education*, *46*(12), 2610–2628. https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1744127

Kim, M., & Kim, B. (2021). The performance implication of corporate social responsibility: the moderating role of employee's prosocial motivation. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *18*(6), 3128. https://doi.org/10.3390/ijerph18063128

Ko, S., Lee, S. H., Kim, J., Choi, Y., Kim, J., & Kang, H. C. (2021). Effect of corporate social responsibility perception on job satisfaction. *Social Behavior and Personality an International Journal*, *49*(11), 1–13. https://doi.org/10.2224/sbp.10893

Li, H., Duan, X., & Fu, Q. (2024). Enhancing organizational attractiveness through CSR consistency: Examining the impact of corporate hypocrisy, conceptual fluency, and proactive communication in HR recruitment. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. https://doi.org/10.1002/csr.2946

Li, Y., Zhang, G., Wu, T., & Peng, C. (2020). Employee's corporate social responsibility perception and sustained innovative behavior: based on the psychological identity of employees. *Sustainability*, *12*(20), 8604. https://doi.org/10.3390/su12208604

Luna-Arocas, R., Valle, I. D., & Lara, F. J. (2020). Talent management and organizational commitment: the partial mediating role of pay satisfaction. *Employee Relations*, *42*(4), 863–881. https://doi.org/10.1108/er-11-2019-0429

Luu, D. T. (2020). The effect of internal corporate social responsibility practices on pharmaceutical firm's performance through employee intrapreneurial behaviour. *Journal of Organizational Change Management*, *33*(7), 1375–1400. https://doi.org/10.1108/jocm-03-2020-0072

Maiti, R. B., Sanyal, S. N., & Mazumder, R. (2020). Antecedents and consequences of organizational commitment in school education sector. *International Journal of Organizational Analysis*, *29*(3), 716–735. https://doi.org/10.1108/ijoa-02-2020-2041

Marques, J. M. R., La Falce, J. L., Marques, F. M. F. R., De Muylder, C. F., & Silva, J. T. M. (2019). The relationship between organizational commitment, knowledge transfer and knowledge management maturity. *Journal of Knowledge Management*, *23*(3), 489–507. https://doi.org/10.1108/jkm-03-2018-0199

Martínez-Falcó, J., Sánchez-García, E., Marco-Lajara, B., & Millán-Tudela, L. A. (2024). Enhancing employee wellbeing and happiness management in the wine industry: unveiling the role of green human resource management. *BMC Psychology*, *12*(1). https://doi.org/10.1186/s40359-024-01703-y

Mehmet, M., Roberts, R., & Nayeem, T. (2020). Using digital and social media for health promotion: A social marketing approach for addressing co-morbid physical and mental health. *Australian Journal of Rural Health*, *28*(2), 149–158. https://doi.org/10.1111/ajr.12589

Mercader, V., Galván-Vela, E., Ravina-Ripoll, R., & Popescu, C. R. G. (2021). A Focus on Ethical Value under the Vision of Leadership, Teamwork, Effective Communication and Productivity. *Journal of Risk and Financial Management*, *14*(11), 522. https://doi.org/10.3390/jrfm14110522

Moisés, G. A., Duarte, A. P., Neves, J. G. D., & Gomes, D. R. (2019). Corporate social responsibility, job satisfaction, and customer orientation in Angola. *World Review of Entrepreneurship Management and Sustainable Development*, *15*(1/2), 93. https://doi.org/10.1504/wremsd.2019.10019890

Naz, S., Li, C., Nisar, Q. A., Khan, M. a. S., Ahmad, N., & Anwar, F. (2020). A study in the relationship between supportive work environment and employee retention: Role of Organizational Commitment and Person–Organization fit as Mediators. *SAGE Open*, *10*(2), 215824402092469. https://doi.org/10.1177/2158244020924694

Ng, T. W. H., Yam, K. C., & Aguinis, H. (2018). Employee perceptions of corporate social responsibility: Effects on pride, embeddedness, and turnover. *Personnel Psychology*, *72*(1), 107–137. https://doi.org/10.1111/peps.12294

Park, S. (2020). Determinants of the job satisfaction of public officials: Testing the mediation effect of organizational commitment. *Public Organization Review*, *20*(4), 665–684. https://doi.org/10.1007/s11115-020-00465-6

Peng, X., Lee, S., & Lu, Z. (2020). Employees' perceived job performance, organizational identification, and pro-environmental behaviors in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, *90*, 102632. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102632

Pimenta, S., Duarte, A. P., & Simões, E. (2023). How socially responsible human resource management fosters work engagement: the role of perceived organizational support and affective organizational commitment. *Social Responsibility Journal*, *20*(2), 326–343. https://doi.org/10.1108/srj-10-2022-0442

Podsakoff, P. M., Todor, W. M., & Skov, R. (1982). Effects of leader contingent and noncontingent reward and punishment behaviors on subordinate performance and satisfaction. *Academy of Management Journal*, *25*(4), 810–821. https://doi.org/10.2307/256100

Qin, Y. S. (2024). How internal listening inspires remote employee engagement: examining the mediating effects of perceived organizational support and affective organizational commitment. *Journal of Communication Management*. https://doi.org/10.1108/jcom-11-2023-0117

Rodríguez-Fernández, M., Herrera, J., & De Las Heras-Rosas, C. (2021). Model of organizational commitment applied to health management systems. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *18*(9), 4496. https://doi.org/10.3390/ijerph18094496

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2020). Intrinsic and extrinsic motivation from a self-determination theory perspective: Definitions, theory, practices, and future directions. *Contemporary Educational Psychology*, *61*, 101860. https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2020.101860

Salazar-Altamirano, M. A., Galván-Vela, E., Ravina-Ripoll, R., & Bello-Campuzano, M. R. (2024). Exploring job satisfaction in fitness franchises: a study from a human talent perspective. *BMC Psychology*, *12*(1). https://doi.org/10.1186/s40359-024-01855-x

Salazar-Altamirano, M. A., Martínez-Arvizu, O. J., & Sánchez, D. G. (2024). "Integración del marketing interno para optimizar la felicidad en el trabajo y reducir la intención de rotar en la era de la Industria 5.0": "Integration of internal marketing to optimise workplace happiness and reduce turnover intentions in the era of Industry 5.0". *IROCAMM-International Review of Communication and Marketing Mix*, *2*(7), 26–50. https://doi.org/10.12795/irocamm.2024.v07.i02.02

Sedrine, S. B., Bouderbala, A. S., & Hamdi, M. (2020). Distributed leadership and organizational commitment: moderating role of confidence and affective climate. *European Business Review*, *33*(4), 597–621. https://doi.org/10.1108/ebr-04-2018-0073

Shareef, R. A. (2023). Employee perception of ethical corporate social responsibility on organizational performance. *Cihan University-Erbil Journal of Humanities and Social Sciences*, *7*(1), 98–106. https://doi.org/10.24086/cuejhss.v7n1y2023.pp98-106

Shayan, N. F., Mohabbati-Kalejahi, N., Alavi, S., & Zahed, M. A. (2022). Sustainable Development Goals (SDGs) as a framework for Corporate Social Responsibility (CSR). *Sustainability*, *14*(3), 1222. https://doi.org/10.3390/su14031222

Shen, J., & Zhang, H. (2017). Socially responsible human resource management and employee support for external CSR: roles of organizational CSR climate and perceived CSR directed toward employees. *Journal of Business Ethics*, *156*(3), 875–888. https://doi.org/10.1007/s10551-017-3544-0

Silva, P., Moreira, A. C., & Mota, J. (2022). Employees' perception of corporate social responsibility and performance: the mediating roles of job satisfaction, organizational commitment and organizational trust. *Journal of Strategy and Management*, *16*(1), 92–111. https://doi.org/10.1108/jsma-10-2021-0213

Singhapakdi, A., Lee, D., Sirgy, M. J., Roh, H., Senasu, K., & Yu, G. B. (2019). Effects of perceived organizational CSR value and employee moral identity on job satisfaction: a study of business organizations in Thailand. *Asian Journal of Business Ethics*, *8*(1), 53–72. https://doi.org/10.1007/s13520-019-00088-1

Story, J. S. P., & Castanheira, F. (2019). Corporate social responsibility and employee performance: Mediation role of job satisfaction and affective commitment. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *26*(6), 1361–1370. https://doi.org/10.1002/csr.1752

Tafolli, F., & Grabner-Kräuter, S. (2020). Employee perceptions of corporate social responsibility and organizational corruption: empirical evidence from Kosovo. *Corporate Governance*, *20*(7), 1349–1370. https://doi.org/10.1108/cg-07-2020-0274

Thanh, L. D., Thong, B. Q., Van Chon, L., & Nguyen, N. (2020). Job satisfaction as a mediator of the impact of meeting effectiveness on organizational commitment. *Journal of Southwest Jiaotong University*, *55*(3). https://doi.org/10.35741/issn.0258-2724.55.3.44

Turker, D. (2008). How corporate social responsibility influences organizational commitment. *Journal of Business Ethics*, *89*(2), 189–204. https://doi.org/10.1007/s10551-008-9993-8

Turner, J. C., Brown, R. J., & Tajfel, H. (1979). Social comparison and group interest in ingroup favouritism. *European Journal of Social Psychology*, *9*(2), 187–204. https://doi.org/10.1002/ejsp.2420090207

Van, L. T., Lang, L. D., Ngo, T. L., & Ferreira, J. (2024). The impact of internal social responsibility on service employees' job satisfaction and organizational engagement. *Service Business*, *18*(1), 101–131. https://doi.org/10.1007/s11628-024-00555-1

Vuong, B. N., Tung, D. D., & Huan, D. D. (2022). THE CONTRIBUTION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERCEPTION ON JOB PERFORMANCE: DOES CORPORATE REPUTATION MATTER? *Verslas Teorija Ir Praktika*, *23*(2), 277–287. https://doi.org/10.3846/btp.2022.16089

Wang, R., & Cooper, K. R. (2021). Corporate social responsibility in emerging social issues: (non) institutionalized practices in response to the global refugee crisis. *Journal of Communication Management*, *26*(1), 98–114. https://doi.org/10.1108/jcom-04-2021-0042

Wang, Y., Xu, S., & Wang, Y. (2020). The consequences of employees perceived corporate social responsibility: A meta-analysis. *Business Ethics a European Review*, *29*(3), 471–496. https://doi.org/10.1111/beer.12273

Weiss, D. J., Dawis, R. V., & England, G. W. (1967). Manual for the Minnesota Satisfaction Questionnaire. *Minnesota Studies in Vocational Rehabilitation*. http://psycnet.apa.org/record/1968-08111-001

Xu, X., Zhao, P., Hayes, R., Le, N., & Dormann, C. (2023). Revisit the causal inference between organizational commitment and job satisfaction: A meta-analysis disentangling its sources of inconsistencies. *Journal of Applied Psychology*, *108*(7), 1244–1261. https://doi.org/10.1037/apl0001073

Yan, X., Espinosa-Cristia, J. F., Kumari, K., & Cioca, L. I. (2022). Relationship between Corporate Social Responsibility, Organizational Trust, and Corporate Reputation for Sustainable Performance. *Sustainability*, *14*(14), 8737. https://doi.org/10.3390/su14148737

Youn, H., & Kim, J. (2022). Corporate Social Responsibility and hotel employees' organizational citizenship behavior: the roles of organizational pride and meaningfulness of work. *Sustainability*, *14*(4), 2428. https://doi.org/10.3390/su14042428

Zhao, X., Wu, C., Chen, C. C., & Zhou, Z. (2020). The Influence of Corporate Social responsibility on incumbent Employees: A Meta-Analytic Investigation of the Mediating and Moderating Mechanisms. *Journal of Management*, *48*(1), 114–146. https://doi.org/10.1177/0149206320946108

ÁMBITOS
REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN

Revisores

Personas a las que debemos su labor de revisión en este número

Belén Galletero Campos
Universidad Castilla La Mancha, España

Maurício J. Vieira Filho
Universidad Federal de Juiz de Fora, Brasil

Cláudia Herte de Moraes
Universidad Federal Santa María, Brasil

Ricardo Morais
Universidade do Porto, Portugal

Francisco Javier Caro González
Universidad de Sevilla, España

María Nieves Corral Rey
Universidad de Sevilla, España

Elisa Lubeck
Brasil

Almudena Mata Núñez
Universidad de Sevilla, España

David García Marín
Universidad Rey Juan Carlos, España

Laura Martínez Otón
Universidad Nebrija, España

Laura López Romero
Universidad de Málaga, España

Inmaculada Casas-Delgado
Universidad de Sevilla, España

Nereida López Vidales
Universidad de Valladolid, España

Marta Cardoso de Andrade
Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará (UNIFESSPA), Brasil

Julio Moyano
Universidad de Buenos Aires, Argentina

Martha Patricia Álvarez-Chávez
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México

Begoña Mora Jaureguialde
Universidad de Huelva, España

Leire Azkunaga García
Universidad del País Vasco, España

Annette Unda
Universidad del País Vasco, España

Julia Guerrero Alcántara
Universitat Pompeu Fabra, España

Juan Moisés de la Serna Tuya
Uniersidad Francisco de Vitoria, España

Rubén Rivas-de-Roca
Universidad Santiago de Compostela, España

Belen Zurbano-Berenguer
Universidad de Sevilla, España

Marina Vázquez Guerrero
Universidad de Colima, México

Daniel Rodrigo-Cano
Universidad Nebrija, España

Ruth De Frutos
Universidad de Málaga, España

Jair Esquiaqui Buelvas
Universidad de Sevilla, España

Manuel Moguer
Universidad de Sevilla, España

Sara Rebollo Bueno
Universidad de Sevilla, España

Isabel Iniesta Alemán
Universidad Nacional Internacional de la Rioja, España

Mar García Gordillo
Universidad de Sevilla, España

Ofa Bezunartea
Universidad del País Vasco, España

M. Cruz Tornay-Marquez
Universidad Pablo de Olavide, España

Martha Sánchez Hunt
Universidad de Málga, España

Miguel Orta Velez
El Colegio de Chihuahua, México

ÁMBITOS

REVISTA INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN