

LLERA, Mar y SIERRA, Francisco (2009). *Palabras Comprometidas. La solidaridad en la información local*. Madrid: Biblioteca Nueva.

Por RAÚL DÍEZ JÁUREGUI

Si una investigación académica permite arrojar luz sobre un asunto poco —o superficialmente— tratado hasta el momento, su objetivo está logrado. Pero si además consigue abrir espacios de reflexión y compromiso por parte de los actores sociales en torno a los cuales gira el estudio, el logro es doble. Este mérito se constata al leer el informe en torno a la solidaridad en la información local realizado por los profesores Mar Llera y Francisco Sierra, del Dpto. Periodismo I de la Universidad de Sevilla, que ha publicado recientemente la editorial Biblioteca Nueva.

Se trata de un trabajo de investigación necesario, ya que apenas existen estudios consistentes y fiables acerca del impacto de las iniciativas sociales de la Administración y del Tercer Sector en la opinión pública. Este proyecto surge en el marco de un convenio de cooperación entre la Delegación Provincial de Igualdad y Bienestar Social y el Centro Iberoamericano de Comunicación Digital (CICO) de la Facultad de Comunicación de la Universidad Hispalense, que pretende la visibilidad pública y la difusión del Plan Provincial para la Igualdad, fomentando una *cultura solidaria* entre los ciudadanos de la provincia de Sevilla.

Administraciones, instituciones, empresas, medios de comunicación, ONGs, ciudadanía... hoy nadie quiere renunciar al adjetivo solidario. Pero el problema es que —como muy acertadamente señalan los autores— “no existe una base sólida para construir una cultura solidaria que favorezca la participación de todos en la esfera pública, se comprometa con los menos aventajados y sea capaz de tejer vínculos entre la ciudadanía”; carencia especialmente achacable a los medios de comunicación. Es a partir del análisis tanto cuantitativo como cualitativo de las informaciones calificadas como “solidarias”, donde esta tesis cobra un interés especial.

El objeto a examen consiste en un conjunto de noticias publicadas en medios locales (prensa, radio y televisión)¹ desde tres aproximaciones metodológicas fundamentales: descriptiva, analítico-discursiva y participativa² (IAP). Todo un acierto por parte de los autores, ya que si es importante saber con datos objetivos el espacio que los medios de comunicación aportan a las informaciones de índole solidaria, no lo es menos conocer las inquietudes y reflexiones de los actores implicados (ciudadanía, administración, organizaciones sociales y medios de comunicación).

La obra ha permitido, por tanto, abrir ese espacio de reflexión y autocrítica que tanto se echa en falta, especialmente entre los profesionales y los gestores de la información. Éstos harían muy bien en tomar en consideración alguna de las interesantes conclusiones a las que este estudio ha llegado y que podrían condensarse en esta conclusión: “Los medios suelen trivializar y tergiversar la cultura solidaria reduciéndola a un mercado de la solidaridad: instrumentalizan las representaciones de la miseria al servicio de sus propios intereses lucrativos. Para ello utilizan recursos espectaculares que pretenden atraer la atención de audiencias masivas, pero

que abortan la posibilidad de un debate social, reflexivo y razonado sobre las causas de las situaciones representadas”.

No son, sin embargo, los periodistas los únicos que deberían tomar nota de los resultados que ofrece esta obra. Respecto de la Administración, el estudio sostiene que la ciudadanía organizada mantiene lazos clientelares que no sólo provocan una peligrosa dependencia, sino que enfrentan entre sí a las ONGs en la lucha por obtener financiación y respaldo institucional. Aunque —como también se apunta— *“últimamente están emergiendo redes de colaboración promotoras”*, especialmente apoyadas en el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación.³ Por otra parte, según los autores es el Tercer Sector quien debería asumir el liderazgo de la política informativa solidaria.⁴ Para lo cual las organizaciones que luchan por lograr un mundo más solidario han de ofrecer mayor espacio e importancia a sus acciones comunicativas.

Se trata, en definitiva, de reconstruir y renovar el espacio público sobre fundamentos consensuados, participativos y razonados, que posibiliten una auténtica democracia y una cultura de la solidaridad. Con este fin, durante el proceso de elaboración del informe los actores implicados acordaron unánimemente la conformación de espacios de encuentro y deliberación destinados a favorecer una comunicación más fluida y horizontal, menos partidista, mercantilista y tecnocrática.

En conclusión, esta obra nacida del compromiso solidario de sus autores pretende contribuir —y de hecho en buena parte ya ha sido así— a crear dinámicas de reconocimiento recíproco, reflexión compartida, (auto)diagnóstico, intercambio de ideas, prospección y compromiso por la acción. Por todo ello, valoramos muy positivamente esta investigación, como condición previa y también como ensayo de las dinámicas sistémico-sociales que desea alentar.

NOTAS

- 1 Se han analizado los cinco diarios más representativos en la provincia de Sevilla, incluidos los nacionales con suplementos locales: ABC, Diario de Sevilla, El Correo de Andalucía, El Mundo y El País. Así como diversos medios audiovisuales: Radio 5 Todo Noticias, (Radio Nacional de España), Cadena COPE, Radio Sevilla (Cadena SER), Canal Sur TV, Sevilla TV y Onda Giralda TV.
- 2 Para el estudio se han realizado entrevistas y talleres en los que han participado periodistas, técnicos de la Administración, representantes del Tercer Sector y otros ciudadanos
- 3 *“Las nuevas tecnologías de la comunicación posibilitan la creación de redes y lazos cooperativos entre los diversos actores sociales en un plano de igualdad fundamental, a través de dinámicas abiertas y carentes de centro rector, capaces de retroalimentar positiva y negativamente todos los circuitos en función de cada contribución de los participantes”*.
- 4 *“Los autodiagnósticos y las prospectivas más votados en los talleres fueron los esbozados por las organizaciones sociales y por los ciudadanos; las opiniones y propuestas de los periodistas obtuvieron escaso respaldo”*.