

La presencia de la sociedad civil en la televisión pública

Gizarte zibilaren presentzia telebista publikoan

Civil Society Presence in Public Television

*Javier Callejo Gallego*¹

zer

Vol. 13 – Núm. 24

ISSN: 1137-1102

pp. 29-51

2008

Recibido el 6 de septiembre de 2007, aprobado el 30 de marzo de 2008.

Resumen

Desde diferentes ámbitos, la teoría sociológica ha puesto de relieve la importancia de los grupos sociales en la configuración de las sociedades democráticas. El artículo tiene por objetivo conocer cuál es la presencia de tales grupos sociales en los medios de comunicación masiva. Con tal fin, se hace referencia a los resultados de distintas investigaciones centradas en los informativos diarios de la televisión pública. Aproximación empírica hecha tanto desde la perspectiva cuantitativa, como desde la perspectiva cualitativa, sirviendo ésta de base para la interpretación que adquiere la inclusión de los grupos en el discurso informativo de la televisión pública.

Palabras clave: Grupos sociales · Pluralismo político · Sociedad civil · Televisión pública · Análisis de contenido

¹ UNED, mcallejo@poli.uned.es

Laburpena

Esparru ezberdinetatik, teoria soziologikoak gizarte-taldeek gizarte demokratikoen egituran duten garrantzia nabarmendu du. Artikulu honek gizarte-talde hoiek masa-komunikabideetan duten presentzia ezagutzea du helburu. Hartara, telebista publikoko eguneroko albistegietan oinarritutako ikerketa zenbaiten emaitzak aipatzen dira. Ikuspuntu kuantitatibotik zein kualitatibotik egindako hurbilketa enpiriko honek oinarri modura balio du taldeok telebista publikoko diskurtso informatiboan sartzea ulertzeko.

Gako-hitzak: Gizarte-taldea · Aniztasun politikoa · Gizarte zibila · Telebista publikoa · Eduki azterketa

Abstract

From different fields, the sociological theory has put of relief the importance of the social groups in the configuration of the democratic societies. The objective of the article is to know which is the presence of such social groups in mass media. Of such aim, reference to the results of different investigations centered in the daily news from the public television is taken. Empirical approach done as much from the quantitative perspective, like from the qualitative perspective, serving this one as base for the interpretation that acquires the inclusion of the groups in the informative discourse of the public television.

Keywords: Social Groups · Political Pluralism · Civil Society · Public Television · Content Analysis

0. Introducción

La participación de los ciudadanos en la marcha y decisiones de sus propias sociedades es considerada un indicador de salud democrática (Putnam, 1993; 2001). Participación que, salvo en el caso del voto, se inserta en procesos grupales. Cabe subrayar la misma etimología de la palabra democracia como gobierno de los grupos.

Los ciudadanos participan en grupos o en función de categorías grupales, en la actualidad proyectadas en fluctuantes movimientos sociales. Aun cuando sea con compromisos temporalmente reducidos, como ocurre en la actualidad, los individuos participan en su ajuste al sistema social a través de grupos o agregaciones (Luhmann, 1998:358).

En cualquier caso y con independencia de la forma de gobierno, la sociología ha puesto de relieve el papel integrador y mediador de los grupos en las sociedades modernas, frente a las sociedades tradicionales, fijadas casi exclusivamente en el grupo familiar. Es tal la importancia que se da al grupo, que se le otorga el papel de dispositivo moral de la sociedad en sistemas sociales con tendencia anómica (Durkheim, 1982). El grupo como regulador de la sociedad y, por lo tanto, como potencial fuente de regulaciones.

Las vías y formas de participación política del ciudadano pueden considerarse, en principio, como múltiples y en las democracias avanzadas se encuentran formalmente protegidas, dentro de los derechos políticos que alimentan y, por lo tanto, defienden el propio sistema democrático. Pero a nadie escapa el carácter fundamental de la participación a través de los medios de comunicación masiva, como vía más directa y eficaz de llegar a la opinión pública y, por lo tanto, de hacer política (Lippmann, 1964).

Los grupos sociales estarían, por lo tanto, en el origen del proceso democrático, incluida la parte del proceso que pasa por los medios de comunicación masiva. Pero ¿hasta qué punto están los grupos sociales, especialmente los organizados y que se refieren a sí mismos como grupos, en los medios de mayor circulación y que son ajenos a la propiedad de tales grupos? Esta es la pregunta que aquí se plantea. Para ello, nos ceñiremos a la presencia de los grupos en el discurso de la información, tanto desde la perspectiva empírica cuantitativa, como desde la perspectiva cualitativa.

Antes de entrar en la exposición de los resultados de distintas investigaciones, que ponen de relieve la escasa presencia de los grupos sociales en medios de titularidad pública, caben dos apuntes. El primero, debiendo recurrir una vez más a la aún ejemplar investigación de Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1968), la presencia de los grupos, además

de poder estar en el origen y el contenido del discurso informativo, se encuentra en la recepción de tal discurso. Como es bien sabido, la investigación referida destaca cómo la acción del medio se dirige a los grupos sociales, incorporando la mediación de los denominados líderes de opinión.

En segundo lugar, la ausencia de los grupos sociales en los principales medios de comunicación deriva en que la realidad política y social queda en manos de los portavoces políticos, de los “*primary definers*”, dejando escaso espacio a los “*secondary definers*”, como apunta Maura Conway (2006), siguiendo al británico Stuart Hall. Así, los grupos sociales y, en definitiva, la sociedad civil, va quedando progresivamente fuera de la estructura de poder existente. Tanto ellos como sus realidades.

1. Democracia y participación mediática

La participación directa de los ciudadanos a través de los medios de comunicación queda especialmente tutelada en el Estado de derecho a través de dos instituciones: la libertad de expresión y el derecho de acceso. Garantías de distinta naturaleza, incluso desde el punto de vista de la propia participación, ya que mientras la libertad de expresión se ciñe principalmente a la participación individual en los medios de comunicación, arraigando en el constitucionalismo liberal; la institución del derecho de acceso tiene una proyección colectiva, que es la que aquí nos interesa de manera especial².

Es alrededor de la institución jurídica del derecho de acceso donde formalmente tiene cabida la participación de los grupos sociales, a través de los medios de comunicación masiva, en los procesos de la sociedad. Un derecho de acceso que obliga de manera especial, cabría decir exclusivamente, a los medios de comunicación de titularidad pública. Así, los medios de titularidad pública adquieren ciertos límites en su libertad de expresión y difusión, de los que carecen los medios de titularidad privada, a los que, precisamente por garantizar al máximo el derecho de expresión, se les exime de la observación de derecho de acceso alguno a los grupos sociales.

Entonces, cabe preguntarse, al menos, sobre el desarrollo del derecho de acceso llevado a cabo por el legislador español y, por lo tanto,

² Hay una tercera institución, el derecho de réplica, que tiende a ser excluida de las formulaciones constitucionales. Sin embargo, es recogida por tratados y convenios internacionales. Véase, por ejemplo, el art. 8º, Capítulo II, del Convenio Europeo sobre Televisión Transfronteriza (Estrasburgo, 5 de mayo de 1989), ratificado en nuestra legislación por Instrumento de 19 de enero de 1998 (BOE, nº.96, de 22 de abril).

sobre las condiciones para el ejercicio de tal derecho por parte de los grupos sociales. Pues bien, puede decirse que tal desarrollo ha sido muy escaso. A pesar de que son varios los Gobiernos que han anunciado el desarrollo concreto de la parte relativa a la presencia de los grupos sociales del artículo 20.3 de la Constitución española, la cuestión permanece aún pendiente. Cabe recordar que el referido artículo dice: *“La ley regulará la organización y el control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público y garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y políticos significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas de España”*. Tal reserva de ley se proyecta en la Ley 4/1980 o del Estatuto de la Radio y la Televisión (Ley 4/1980), que, en cuanto a los grupos sociales, viene a ser tan sólo un extendido reflejo del mandato constitucional. Así, en su artículo 24, dice: *“La disposición de espacios en RCE, RNE y TVE se concretará de modo que accedan a estos medios de comunicación los grupos sociales políticos más significativos. A tal fin, el Consejo de Administración, de acuerdo con el Director general, en el ejercicio de sus respectivas competencias, tendrán en cuenta criterios objetivos, tales como representación parlamentaria, implantación sindical, ámbito territorial de actuación y otros similares”*. Es decir, se da al Consejo de Administración el papel de controlar la realización del derecho de acceso de los grupos sociales a los medios de comunicación públicos. Paso que puede considerarse importante; pero, a la vez, insuficiente para la tutela efectiva de tal derecho. Situación que ha llevado recientemente al grupo parlamentario de Izquierda Unida a presentar una proposición al respecto. De momento, sólo algunas confesiones y mediante acuerdos institucionales (católicos, evangélicos, judíos y musulmanes) han disfrutado de espacios gratuitos en la radio o la televisión públicas nacionales, en cuanto considerados grupos religiosos más significativos por la Comisión Asesora de Libertad Religiosa, según dictamen de 10 de febrero de 1984. Por otro lado, como recoge González (2003), en las televisiones y radios públicas autonómicas también existen espacios cedidos a algunos grupos religiosos, que parecen concretar de una manera un tanto desordenada el derecho de acceso. Por lo tanto, más que desarrollo legal del derecho de acceso, lo que parece existir es una variedad de experiencias, más o menos dispersas –en distintas autonomías- o concentradas –en los grupos religiosos, de concreción del derecho de acceso.

El derecho de acceso de los grupos sociales a los medios de comunicación posibilita su participación en la vida pública de la sociedad. A pocos escapa la relevancia del asunto, ya que el artículo 20.3 es expresión constitucional específica del pluralismo político, según los profesores de Derecho Constitucional Alonso y Alonso (2006:160), yendo

más allá de la referencia a los partidos políticos, en el artículo 6. Pluralismo político que, además de estar reconocido como valor superior de nuestro ordenamiento jurídico, comprende, según palabras de Peces-Barba (1984), el mismo concepto de libertad. La posibilidad de que los grupos sociales accedan a los medios de comunicación se convierte en un indicador de libertad.

El prácticamente nulo desarrollo del derecho de acceso puede servir como una especie de indicador previo de la presencia real de los grupos en los medios de comunicación, bajo la fórmula de que lo que está poco o nada garantizado, tendrá a ser excluido o marginado en las prácticas. A desaparecer de las prácticas de los medios.

Las consecuencias de tal desaparición apenas han generado reflexión. Visto desde el pluralismo político, el derecho de acceso de los grupos sociales a los medios de comunicación es una base fundamental, especialmente en un ordenamiento político-electoral, como el nuestro, cuya experiencia ha tenido a fijar dos grandes partidos políticos nacionales y cierto privilegio a los partidos nacionalistas. Es una de las pocas vías de apertura en un sistema político que tiende al cierre y la automática retroalimentación en bucle: los que están, seguirán estando, con escasa renovación y, por lo tanto, cercenando relativamente el propio pluralismo político. Sin apertura a las expresiones y opiniones de los grupos sociales, el sistema político tiende al cierre de un diálogo, por llamarlo de alguna manera, exclusivo entre respectivos gobiernos y oposiciones, a través del protagonismo de los partidos políticos.

Si partimos de la perspectiva de la participación política de la sociedad y, por lo tanto, del ejercicio de la democracia, en cuanto canal de los ciudadanos a la gestión, directa o indirecta, del poder, el derecho de acceso a los medios de comunicación es clave. Frente al carácter periódico en plazos plurianuales de los procesos electorales, el significado de acontecimiento extraordinario de la participación política directa mediante referéndum o de la iniciativa legislativa popular y el rasgo meramente expresivo del derecho de manifestación, el acceso a los medios de comunicación con cierto relieve público de los grupos sociales supone una fuente de activación, normal y cotidiana, de esos grupos que, recordando a Tocqueville (2006) suponen el tejido social de la democracia. Sólo un tejido social activo puede ser fuerte y, así, construir una democracia sólida.

En la actualidad, la concreción del derecho de acceso de los grupos sociales a los medios de comunicación se deja a las decisiones de los gerentes de los medios de comunicación, ya sean éstos públicos o privados. Ello con el peligro de que no hará sino reforzarse esa tendencia a la integración de élites políticas y comunicativas, por proximidad o

afinidad ideológica o de intereses, que viene definiendo lo que Manin (2006) ha denominado la democracia de audiencias. Es decir, un sistema democrático frágil, en términos de Mancini (2002), bajo poderosos, pero inestables, matrimonios de conveniencia, como los denominan Blumler, Kavanach y Nossiter (1996), tomando como referencia el proceso británico. En el caso español y más allá de la polémica doctrinal, en el ámbito de las disciplinas jurídicas, sobre si los derechos recogidos en la Constitución, especialmente los insertos –como el que aquí sirve de referencia- en la Sección 1ª del Capítulo II, pueden ser objeto de reclamación directa por los ciudadanos, nos encontramos ante un derecho fundamental formalmente reconocido; pero sin desarrollo pleno para poder hacerlo efectivo.

Estamos ante un derecho sin garantías. ¿Qué valor jurídico tiene un derecho sin garantías? Como dice el profesor Torres del Moral (1998), un derecho vale jurídicamente lo que valen sus garantías. La eficacia real de un derecho depende, según García Morillo (1994), de los mecanismos jurídicos para garantizarlo. Sin garantías jurídicas efectivas en la actualidad del derecho de acceso, hemos de conformarnos con el seguimiento de la presencia de los grupos sociales en los medios de comunicación.

2. Significado de la presencia de los grupos sociales: construcción del objeto de investigación

El contenido del derecho de acceso a los medios por parte de los grupos sociales acota sólo parcialmente la presencia de los medios. Se trataría de una especie de presencia *debida* u *obligada*, en la medida que se desarrollen los mecanismos jurídicos para garantizar tal derecho. La presencia de los grupos abarca más, por lo que precisamente se puede analizar, a través de procedimientos empíricos, la misma, con independencia de su relación con el propio derecho de acceso. Es decir, permite la pregunta sobre la presencia en los medios de comunicación sin que ésta se encuentre vinculada a la observación del grado de cumplimiento de derecho, convenio u otra institución jurídica. Nos permite salir de lo jurídico, para entrar directamente en las prácticas de los medios.

El primer problema que se plantea en la salida desde lo jurídico a la investigación social empírica, cuando está sin resolver el propio nivel jurídico, es el de las definiciones. En este caso, la definición de grupo social. Tanto en el artículo constitucional, como en su proyección en el Estatuto de la Radio y la Televisión, nada se avanza a la hora de identificar a los titulares del derecho de acceso, como subrayan los profesores Ibán,

Prieto y Montilla (2004:328). Es un problema la identificación de un grupo social.

Si la literatura jurídica es poco explícita sobre lo que es un grupo social, tampoco lo es ni la politológica, ni la sociológica. Ni siquiera la psicológica, para la que los grupos se constituyen en una especie de ilusión, en palabras de González (1991).

A partir del propio artículo 20.3 de la Constitución española, caben, al menos, dos interpretaciones sobre qué se refiere con grupo social significativo. Una de carácter restrictivo: todo grupo social, con cierta institucionalización, entre los no directamente mencionados por la propia constitución (sindicatos, asociaciones empresariales, colegios profesionales, comunidades religiosas o ideológicas, etc.). Se partiría de la idea de que tales instituciones, por el hecho de ser instituciones y no ser definidas como grupos en los artículos correspondientes, quedarían excluidas de tal denominación como grupos. Se trata de una interpretación que, de llevarse a cabo con respecto al desarrollo del derecho de acceso en sí mismo, generaría enorme conflictividad. De cara al mero seguimiento de la presencia de grupos sociales, tampoco es demasiado clara.

La interpretación extensiva ayuda poco. Se define como grupo social toda agrupación que no corresponde con un grupo político. Al referirse el artículo constitucional a grupos sociales y políticos, y tener claramente identificado lo que es un grupo político, dejaría a los primeros el amplio campo de toda agrupación restante.

Desde la perspectiva pragmática del seguimiento, ni una ni otra interpretación permiten diferenciar empíricamente al grupo social de, por ejemplo, organización, movimiento, asociación, empresa, secta, comunidad ideológica o conjunto de individuos reunidos, más o menos espontáneamente. Definir el grupo social desde su indirecto acceso, dominante en la actualidad, especialmente en programas informativos, no es fácil; pero tiene soluciones. Desde aquí se propone definir el grupo desde cierta teoría representacional. Así, el grupo social es el grupo (no político) que se presenta como grupo en el medio de comunicación. La presentación, como grupo, puede ser:

- Directa: por parte de quien se presenta apareciendo en imagen como concreción del grupo. Por ej.: “Como representante de...”, “desde el grupo (asociación, organización...) manifestamos...”
- Indirecta: por ej.: alguien aparece en imágenes hablando y, sobrepresionado, hay referencias a la identidad de esa persona-imagen como perteneciente a un grupo (organización, asociación, etc.)

Más allá de la “realidad” del grupo, se asume éste por su configuración en el discurso mediático, especialmente en el discurso de la información, como grupo. La identidad de los interlocutores y los acontecimientos, aun cuando sea el acontecimiento grupo social, se construye en ese espejo social que es la información, como apunta Charaudeau (2003). De esta manera y aunque parezca tautológico: un grupo está presente en la pantalla cuando *se presenta* como grupo.

Por otro lado, son varias las formas en que puede concretarse la presencia de los grupos sociales en los medios. Con el fin de ordenarnos, se establece una tipología, que atiende preferentemente a los modos de producción de la señal, tal como los entiende Eco (1977:412). Así, la presencia de los grupos sociales tiene tres vías de definición en el medio televisivo, que es el que va a centrar nuestra atención, aun cuando buena parte de lo que se dice cabe proyectarlo también sobre la radio:

- Presencia directa autónoma, con plena independencia por parte del realizador de los contenidos del espacio, resultado de producción propia o similar. Cabe considerarla como la presencia directamente derivada del derecho de acceso, dejando aquí al margen aspectos tan sustanciales como la elección de la ubicación en la parrilla de la programación del canal televisivo, la duración del programa o espacio autónomo y, en definitiva, todos aquellos elementos que entrarían en la negociación entre el grupo social y los responsables del medio de comunicación (canal de televisión) de titularidad pública o privada que sirve de soporte.
- Presencia directa heterónoma, de manera que la presencia del grupo social queda subordinada a su integración en el discurso del medio de comunicación. Por lo tanto, desde la perspectiva del grupo social, se trata de una producción ajena, sin intervención en el cómo de la presencia. Sin embargo, su caracterización como directa de tal presencia viene dada porque el grupo aparece como tal, a través de lenguaje icónico u oral, con su propia voz, de sus representantes. Ejemplos de este tipo de frecuencia son frecuentes en las televisiones españolas, ya sea cuando los grupos intervienen en el desarrollo de noticias de los programas informativos (entrevistas, declaraciones ante la cámara o el micrófono), ya sea cuando lo hacen en reportajes o programas de debates.
- Presencia indirecta o referencial. Ocurre cuando los grupos sociales son referidos en el discurso (lingüístico o icónico) del medio, pero sin intervención directa en cámara o, lo que es lo mismo y para dejarlo más claro, sin voz como tal grupo, aun cuando las imágenes pudieran estar refiriéndose al mismo. Desde este punto de vista, hay que

recordar, siguiendo a Barthes (1983:13), la capacidad que tienen las palabras, el texto, para fijar la interpretación que de las imágenes hace el receptor, aun cuando, claro está, también las imágenes pueden resistirse a la imposición de esa estructura lingüística. Como dice el propio Barthes (1974), el mensaje icónico es codificado por la incorporación de las palabras; pero puede haber mensaje icónico no codificado. El mensaje lingüístico tiene una función de anclaje, siguiendo al semiólogo francés. Aquí, las palabras, el intento de fijación del código con el que interpretar las imágenes, las pone el medio, entendido como organización.

Tipología que se reconoce teóricamente discutible, pero que adquiere una notable función en nuestra investigación. Claro está, entre un tipo de presencia y otro caben matices intermedios o la introducción de otros tipos. También se reconoce el carácter gradual u ordinal de la misma: el primer tipo (presencia directa autónoma) implica una “mayor participación” que los otros tipos o la participación máxima. Sobre todo, en la medida que puede gestionarse y decidirse la propia presencia del grupo social en el medio de comunicación.

Dada la ausencia de concreción del derecho de acceso, vinculado directamente a la presencia directa autónoma, sobre las únicas presencias de los grupos sociales de las que cabe hacer seguimiento es de la directa heterónoma y de la referencial. Son en las que se va a fijar la investigación que aquí se desarrolla. Es más, aun en el caso de que el derecho de acceso tenga su desarrollo, seguirá siendo conveniente que los respectivos Consejos de Administración y Asesores de los medios públicos, así como los distintos Consejos de lo Audiovisual (nacional, constantemente prometido y no nato; como autonómicos), tengan referencia de las otras formas de presencia de los grupos sociales.

3. Presentación de las investigaciones

Las investigaciones que se presentan han reducido el vasto universo mediático a: un tipo de titularidad (pública), un medio (televisión) y un género de programas (informativos diarios). Razonaremos cada una de las selecciones en el proceso de reducción de la realidad del objeto de investigación.

La opción por medios de titularidad pública se apoya en dos razones fundamentales. Por un lado, porque son las únicas formalmente obligadas a concretar el derecho de acceso (Constitución Española art. 20.3), que, como se ha visto, se ha considerado el máximo grado de presencia en un medio. Es decir, obligadas, aun cuando se carezcan de procedimientos

para la garantía del derecho, a la máxima presencia de los grupos sociales, parece lógico pensar que están también obligadas –al menos en mayor grado que los medios de titularidad privada- a los tipos de presencia de menor grado.

Por otro lado, es más difícil pensar, al menos desde el punto de vista formal en una sociedad democrática, en la adscripción de los medios de titularidad pública a grupos sociales específicos. La adscripción a tales grupos es más directa, casi siempre a través de la caracterización de la propiedad del medio, en los de titularidad privada. Sin que ello sea obstáculo para que la opinión pública, en cada momento histórico y democrático (color del Gobierno respectivo), pueda establecer percibir cierta influencia de grupos sociales en el quehacer de los medios públicos.

La selección de la televisión se debe a su caracterización como el medio de acción política por excelencia. Al menos, de momento y mientras otros medios (Internet) alcanzan mayor desarrollo. Es el medio que, en mayor o menor grado, tiene como principal fuente de información la mayor parte de los ciudadanos. Como muestran reiteradamente los distintos resultados de la investigación de audiencia acumulados durante un lustro: casi cuatro de cada cinco españoles pasa al menos un minuto delante de la televisión en un día medio. Pero, para nuestro objeto de estudio, lo más importante es que prácticamente un tercio de la sociedad española se informa exclusivamente a través de la televisión (Callejo, 2005). Sigue siendo el principal medio para la información y, por lo tanto, para la producción de opinión pública y, en consecuencia, la participación política a través de los medios.

La selección de los informativos diarios deriva de su señalización como programa preferido del medio, según la opinión de los españoles recogida en distintos estudios del Centro de Investigaciones Sociológicas³. Pero, sobre todo, de la asunción de la caracterización de este género como el lugar donde los medios imponen su construcción del espacio público (Charaudeau, 2003). Es en la noticia donde tiende a focalizarse la producción discursiva e ideológica de los medios (van Dijk, 1990). Pero, también, en la gestión de la información, núcleo de los informativos diarios, es donde se reconoce la tendencia típica de la profesión que conocemos bajo el nombre de periodismo (Luhmann, 2000:41). Por lo tanto, su práctica con respecto a la presencia de los grupos sociales, en los programas informativos diarios, se convierte en un indicador del discurso de los medios y del ejercicio de la profesión periodística.

³ Estudios del CIS números: 2396 y 2541.

La primera investigación que nos sirve de referencia es la que sirvió de base para la elaboración del informe sobre el tratamiento informativo que TVE dio a la huelga del 20 de junio de 2002. El informe, desarrollado por un equipo formado, entre otros, por Soler, García Matilla, Aparici y Callejo, fue auspiciado por el sindicato Comisiones Obreras, concretado por la asociación Aideka, y se recordará porque sirvió de base para la sentencia (primavera 2003) que condenó a la cadena pública por manipulación informativa, con su potencial efecto en la obstaculización del derecho a la información en el desarrollo del derecho fundamental a la huelga, a emitir un comunicado leído, ante la cámara, por el periodista Alfredo Urdaci. Por lo tanto, es una investigación centrada en el seguimiento que un informativo diario (segunda edición del Telediario de la Primera Cadena) de una televisión de titularidad pública (TVE) da a un acontecimiento (convocatoria de huelga general) durante los días entre el 25 de mayo de 2002 (fecha en la que se hace pública la convocatoria por parte de los sindicatos) y el 20 de junio de 2002 (fecha de la huelga general). El tiempo total analizado fue de 30 minutos y 58 segundos hasta el 19 de junio y de 15 minutos y 35 segundos el día 20.

Dado el protagonismo que en el origen y desenlace del acontecimiento tienen unos grupos sociales específicos, como son los sindicatos, los resultados del seguimiento del mismo pueden ser ilustrativos de cómo un medio incluye la presencia de grupos sociales. Selección del acontecimiento que, desde el punto de vista de esta investigación, adquiere las características de un estudio de caso.⁴

La segunda investigación es más reciente. Fue llevada a cabo por un equipo con investigadores de distintas universidades: Carlos III, Rey Juan Carlos y UNED⁵. Toma por muestra, las segundas ediciones de los informativos de las cadenas televisivas públicas TVE y Telemadrid, televisión pública de la Comunidad de Madrid. Por lo tanto, el material analizado se alimenta de los informativos de cada cadena en *prime time*, por ser los de máxima audiencia y mayor relevancia social: *Telediario 2* (hora de inicio: 21.00), de la Primera Cadena de TVE, y *Telenoticias* (hora de inicio: 20.30) de Telemadrid. Tal selección queda justificada por ser los informativos de máxima audiencia, relevancia social y donde los redactores han tenido más tiempo para estructurar y elaborar la información, comparándolo con la menor disponibilidad de tiempo de los informativos de sobremesa.

⁴ Para la selección de acontecimientos en el estudio de casos, véase Coller (2000:40).

⁵ Los componentes del equipo fueron: Agustín García Matilla, Javier Callejo, Alejandra Walzer, Nuria Castejón, Gerardo Fernández Baena y Fernando Tucho.

El período analizado es la semana desde el 15 al 22 de enero de 2007. Por lo tanto, la muestra está formada por un total de siete informativos de cada cadena.

Como esta segunda investigación tenía por finalidad principal la comparación de ambos informativos, se optó por comparar los dos informativos sobre la información de carácter nacional, lo que ha conllevado una segmentación del contenido de los informativos de Telemadrid en dos partes:

- Parte “Nacional”: contenidos informativos que no tienen carácter regional (política nacional, sociedad, internacional, cultura). Ésta parte se compara directamente con la del informativo de TVE.
- Parte “Regional” o autonómica: contenidos informativos referidos a la Comunidad de Madrid.
- Ambos tipos de contenido se encuentran separados en el desarrollo del informativo por elementos formales (ráfaga), que los hace claramente identificables. Se ha utilizado tal elemento formal como criterio para una y otra parte. La única excepción es el domingo, donde la información internacional queda inserta en la información regional.

Hay que decir también con respecto a esta segunda investigación, con la finalidad de que la descripción metodológica quede lo más detallada posible, que quedaron excluidos del análisis los contenidos de los bloques informativos de deportes y meteorología. El desarrollo de ambos bloques se encuentra claramente diferenciado por elementos formales en los dos informativos.

En ambas investigaciones se buscó la articulación de las perspectivas cuantitativa y cualitativa. La primera, llevada a cabo a partir de análisis de tiempo de presencia en pantalla. La segunda, a través del análisis de los códigos existentes en aquellos mensajes informativos en los que se había detectado la presencia de grupos sociales.

En la perspectiva cuantitativa, la variable de medida es el tiempo, siendo el segundo de presencia en pantalla la unidad de medida. Con el fin de garantizar la fiabilidad de los registros, se utilizaron dos jueces para el registro de cada informativo. En ningún caso, las fluctuaciones en la medida, al ser dos los registros de cada informativo realizados por personas distintas y en distintos lugares, han sobrepasado el 4% en las dos investigaciones. Dada la unidad de medida, puede considerarse una precisión elevada.

La principal categoría utilizada ha sido la presencia directa en pantalla. A la hora de establecer los tiempos acumulados de grupos

sociales, se ha incluido como tales a todas aquellas organizaciones o movimientos sociales o ciudadanos que no constituyen un partido político.

La técnica del análisis de contenido se encuentra altamente desarrollada y formalizada en su aplicación a los medios escritos, sobre todo desde que Berelson (1952) le diera el impulso inicial más importante para su reconocimiento académico. Sin embargo, ni textos en inglés como los de Krippendorff (1980), Holsti (1969), Rosengren (1981) o Weber (1985), que son referencia internacional; ni en francés, como el de Mucchielli (1988); ni, más próximos a nosotros, en español, como los de Bardin (1980), López-Aranguren (1994) o Sánchez Carrión (1985), desarrollan de una manera autónoma y claramente diferenciada su aplicación a medios audiovisuales, como la televisión. Cuestión que deja un amplio margen para la toma de decisiones, empezando por la construcción del tipo de unidad que se va a tomar, aun cuando puede interpretarse cierto consenso en dar una preferencia especial a la variable tiempo y, por lo tanto, a las unidades derivadas de la misma. Especialmente cuando el contexto pragmático de la investigación se encuentra en un debate sobre la distribución de tiempos, que suele ser habitual en el campo de la política, de los estudios sobre la presencia de agentes e instituciones políticos en la información televisiva.

El mismo material que es analizado cuantitativamente, es observado desde una perspectiva cualitativa, cuyo horizonte es el sentido que adquiere la presencia de los grupos en los discursos.

4. Resultados

En la investigación sobre el tratamiento informativo que TVE dio a la huelga del 20 de junio de 2002, los sindicatos mayoritarios sólo aparecen el 8,1% en la información relativa a la propia huelga en los días previos a la misma. Sin embargo, los miembros del Gobierno y del PP (partido político entonces en el Gobierno) recogieron el 68,3% del tiempo dedicado al acontecimiento; mientras que el PSOE, el 22,3%.

Hubo presencia de otros grupos sociales distintos a los sindicatos mayoritarios, aun cuando la mayor parte contrarios a la huelga. El porcentaje que recogieron estos otros grupos sociales apenas llegó al 1% del tiempo total.

En la investigación comparativa entre los informativos de TVE y Telemadrid, tomando como referencia sólo el bloque de información nacional de la cadena autonómica, se observa (tablas 1, 2 y 3) las distintas prioridades dadas por una y otra cadena a PSOE y PP, siendo el primero preferido por la cadena estatal, mientras que el segundo lo es por la autonómica, bajo responsabilidad de gobierno autonómico del propio PP.

Tabla 1. Distribución del tiempo en el informativo de TVE por grupos políticos y sociales, durante la semana (segundos)

	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo	total
PSOE	267	44	169	254	28	72	50	884
PP	272	51	106	78	14	42	20	583
CIU	24	-	-	-	-	17	-	41
IU	27	20		17		8	15	87
PNV	31	-	-	43	-	-	-	74
ERC	21	-	-	-	-	-	-	21
Batasuna	9	46	-	24	-	-	-	79
Grupos sociales	21	54	45	-	14	-	24	158

Tabla 2. Distribución del tiempo en la parte nacional del informativo de Telemadrid según grupos políticos y sociales, durante la semana (segundos)

	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo	total
PSOE	104	79	67	62	47	73	39	471
PP	199	95	59	102	60	44	35	594
CIU	-	-	-	-	9	-	-	9
PNV	-	23	-		29	-	-	52
Batasuna	-	67	20	5	8	28	-	128
PCTV	-	-	-	4	-	-	-	4
Jarraí-Segi	-	-	-	-	-	55	9	64
grupos sociales	28	30	63	35	-	24	56	236

Tabla 3. Presencia en pantalla de partidos políticos y grupos sociales durante toda la semana (porcentajes sobre el total de presencia en pantalla)

Partido político o grupos sociales	Telediario 2 (TVE1)	Telenoticias (TM, nacional)
PSOE	46	30
PP	30	38
IU	5	-
Batasuna	4	8
PNV	3	4
CIU	2	-
ERC	1	-
Jarraí-Segi	-	3
Otros partidos políticos	-	1
Grupos sociales	8	15

Ahora bien, teniendo en cuenta el peso relativo de los grupos sociales durante el total de la semana observada (tabla 3), se destaca que la proporción dada a los mismos por el informativo de Telemadrid es casi el doble de la otorgada el de La Primera de TVE: 15% frente a 8%, respectivamente. Es decir, el conjunto de los grupos sociales, de forma global y homogénea, aparecen entre el 8% y un máximo del 15% del material informativo del programa, excluyendo de la totalidad las informaciones deportiva y meteorológica. La presencia de la sociedad organizada, distinta de los partidos políticos, queda reducida a un máximo de la sexta parte del material informativo esencial. Sin embargo, sólo el partido político que domina el ámbito de cada una de las televisiones públicas, PSOE en la estatal o PP en la autonómica, tiene una presencia entre un mínimo del 30% y un máximo del 46%, según la cadena de televisión pública. Es decir, un solo partido político, aun cuando sea el mayoritario, tiene como mínimo el doble de presencia que la totalidad de los grupos sociales, incluyendo en esta definición desde asociaciones juveniles a sindicatos o asociaciones empresariales.

Teniendo en cuenta sólo el bloque de información regional del informativo de Telemadrid (tablas 4 y 5), la presencia de partidos políticos en la parte regional del Telenoticias estudiado (segunda edición) se reduce a Partido Popular y Partido Socialista. El peso relativo de la presencia del PP (58%), que es el Gobierno en la Comunidad de Madrid, es más del doble del de la presencia del PSOE (28%), teniendo en cuenta el total de la semana analizada. Es decir, el PP, ya sea como partido o como representante del gobierno regional, tiene una probabilidad de aparecer directamente en pantalla en el informativo Telenoticias que dobla a la del PSOE.

Tabla 4. Distribución del tiempo en la parte regional del informativo de Telemadrid por presencia de grupos políticos y sociales, durante la semana (mm:ss)

	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo	total
PP	01:01	01:00	01:35	00:35	01:06	01:05	-	06:22
PSOE	-	00:10	00:19	00:14	00:52	-	1:25	03:00
IU	-	-	-	-	00:08	-	-	00:08
Unión consumidor	-	-	-	00:14	-	-	-	00:14
Gremio Joyeros	-	-	-	00:09	-	-	-	00:09
Intermon-Oxfam	-	-	-	-	-	00:21	-	00:21
Conf. Fabr. Produc. Construcción	-	-	-	-	-	00:17	-	00:17
CEPCO	-	-	-	-	-	00:14	-	00:14

Tabla 5. Distribución porcentual del tiempo de presencia en la parte regional del informativo de Telemadrid, por grupos políticos y sociales, durante toda la semana

Grupo político o social	Porcentaje en la distribución de presencia (%)
PP	59
PSOE	28
Grupos sociales	12

En este bloque regional del informativo de Telemadrid, la presencia de los grupos sociales (en el sentido amplio utilizado aquí) se reduce a un 12% del total de presencia directa en pantalla de los diferentes agentes. Es decir, hay una ligera menor presencia de grupos sociales en el bloque regional que en el bloque nacional. Pero, además, hay otras diferencias, como el mayor carácter social y político de los grupos sociales con presencia en el bloque nacional y el mayor carácter económico de los grupos sociales con presencia en el bloque regional.

El análisis de los mensajes en los que se ha observado la presencia de grupos sociales permite establecer la hipótesis de dos códigos para la interpretación de tal presencia⁶. Códigos que, a su vez, abren interpretaciones sobre las formas de concebir nuestro objeto de referencia, los grupos sociales, por parte de las entidades emisoras y, por lo tanto, de pensar la sociedad. Los grupos sociales tienden a ser presentados de dos maneras muy distintas:

- Como protagonistas del acontecimiento referido, los grupos sociales tienden a aparecer como **acusados**. Los grupos tienen una presencia irruptiva en el acontecimiento. Tendente a la presentación en posición transgresora de la norma (del *deber ser*) en acontecimientos irruptivos. Ej.: grupos de huelguistas en actitudes violentas (huelga 20J), violencia de grupos (...) en manifestaciones en Euskadi (segunda investigación). Así, en el seguimiento de la convocatoria de huelga general, la cadena pública estatal dio preferencia a declaraciones como: "*Algunos quieren ganar con la huelga, lo que las urnas le negaron*" (Aznar, Presidente de Gobierno, 29-5-2002), "*la huelga pretende dañar o jorobar a España*" (Aznar, 8-6-2002), "*..los sindicatos que no amenacen a los ciudadanos convocando una huelga general porque no hay razones para ello*" (voz en off, 8-6-2002), "*tampoco voy a entrar en ese lenguaje de provocación sistemática o elevación del tono que...[se corta la noticia]*" (Aparicio, Ministro de Trabajo, 10-6-2002), "*seis días antes de la huelga general se ha producido un sabotaje a Telefónica...*" (Presentador del

⁶ Siguiendo a Umberto Eco, la práctica de análisis de los mensajes se desarrolla mediante: "hipotización de códigos (aunque sean débiles y provisionales)" (Eco, 1975:205).

informativo, 15-6-2002), “*Los sindicatos han dicho que no cumplirán los servicios mínimos que son idénticos a los del 94*” (Presentador, 17-6-2002).

- La segunda caracterización dominante, siguiendo dentro de un código judicial, configura a los grupos sociales como **testigos de parte**. Actúan fijando las posiciones de la emisora. Su presencia tiene un marcado carácter ilustrativo, tendente a la presentación en apoyo de un tema o asunto central. Ej.: sindicato de policías nacionales durante 20J (“Los secretarios generales de CCOO y UGT se han reunido con los sindicatos policiales, mientras que la ANP está en contra dice que defenderá todos los derechos, también los que quieran trabajar ese día”), asociaciones de inmigrantes ecuatorianos o UGT en negativa del PP a acudir a la manifestación contra ETA (en TVE, segunda investigación); presencia relativamente frecuente de la Asociación de Víctimas del Terrorismo en Telemadrid. En la investigación sobre la huelga del 20J destaca la presencia, en el informativo diario de La Primera, de las organizaciones que no apoyaban la huelga, como el CSIF, la Asociación Nacional de Policía, la Federación de Trabajadores Autónomos y los maquinistas de RENFE; mientras que ninguna mención se hizo de asociaciones o grupos que apoyaban la huelga (ejemplo: ATTAC, ecologistas o asociaciones de intelectuales y/o artistas).

Las dos maneras de presencia de los grupos sociales en las noticias pueden interpretarse como vías en las que los grupos sociales quedan instrumentalizados para apoyar el discurso dominante del informativo, de la entidad.

5. Conclusión

Las aproximaciones empíricas realizadas sobre la presencia de los grupos sociales en los informativos diarios de las televisiones públicas han puesto de manifiesto su papel periférico e instrumental en la construcción de la información televisiva. Periférico, por la escasa proporción del tiempo de noticias en la que obtienen algún protagonismo. La mayor parte de los acontecimientos, cuando entran de lleno en la esfera pública y de la política, son monopolizados por el protagonismo de los partidos políticos Instrumental porque su aparición tiende a subordinarse al discurso que tiene el medio en relación al diálogo-enfrentamiento entre los principales partidos políticos, el que gobierna y el que ocupa el lugar de la oposición.

Un lugar periférico es más evidente aún en el estudio de caso del seguimiento informativo sobre la huelga de junio de 2002, cuando los

sindicatos eran los principales actores protagonistas del acontecimiento. Hasta un grupo social tan institucionalizado y significativo como un sindicato mayoritario tiene enormes dificultades para aparecer en el discurso informativo. Sobre todo, si apenas puede ser utilizado como sujeto de acusación, aun cuando se recogen intentos de llevar a los sindicatos a este “banquillo” de los acusados, de los sujetos que irrumpen en el orden social; ni puede funcionar como “testigo” a favor de las propias tesis ideológicas.

Ante tales resultados, podría decirse que la sociedad civil apenas existe, como sujeto, en los medios. Entre los individuos, autónomos y aislados, y los partidos políticos y las instituciones políticas, no parece haber nada o casi nada. Ausencia que se convierte en significante de pobreza democrática.

Parece poco probable, aun cuando siempre cabe la esperanza, que los principales beneficiarios de la situación, como son los partidos políticos mayoritarios, la cambien. Para tal horizonte, el desarrollo jurídico del derecho de acceso tiene un papel estratégico. La espera del mismo ha sobrepasado el cuarto de siglo. Pero hay más instrumentos, como la apelación a la responsabilidad de los Consejos de Administración y Asesores de los respectivos medios de titularidad pública para, al menos, propiciar el seguimiento de la presencia de los grupos sociales en los informativos. Bajo el principio de que cuando algo es observado se comporta de manera distinta a como lo haría si no fuese observado, podría abrirse la puerta a una mayor presencia de grupos sociales. Si se observa la presencia de grupos sociales, habrá grupos sociales en los medios de comunicación en que tal cuestión se observa. Sin embargo, hay que recordar que tales órganos colegiados están directamente controlados por los partidos políticos, los principales “competidores” de los grupos sociales en la lucha por la presencia mediática. Tal vez otro ejemplo más de cómo la relación entre partidos políticos y medios de comunicación engulle toda mínima posibilidad de democracia participativa.

Por último, cabe resaltar que, en la retórica informativa de la televisión, toda presencia del grupo es una presencia en el discurso del medio. Otra cuestión es si es posible estar en la información sin estar en el discurso del medio. Al fin y al cabo, todo lo que aparece en el medio de comunicación, incluido el propio flujo (programación) de los mensajes, tiende a convertirse en discurso del medio. Incluso la presencia de los grupos sociales a partir de la garantía del derecho de acceso, es decir, con una presencia directa autónoma.

La participación mediática es débil. La escasa presencia de los grupos sociales en los medios de comunicación indica una participación

social débil. Tal vez lo que corresponde a una ciudadanía débil, como proyección de unas relaciones sociales y laborales asimismo débiles (Alonso, 2000).

Referencias

- ALONSO, Luis Enrique (2000). *Trabajo y posmodernidad: el empleo débil*. Madrid: Fundamentos.
- ALONSO DE ANTONIO, Angel Luis y ALONSO DE ANTONIO, José Antonio (2006). *Derecho Constitucional Español*. Madrid: Universitas.
- BARDIN, Laurence (1980). *Análisis de contenido*. Madrid: Akal.
- BARTHES, Roland (1983). *Système de la Mode*. París: Seuil.
- BARTHES, Roland (1974). Retórica de la imagen. En: *Comunicaciones/La semiología*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- BERELSON, Bernard (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe (Ill.): Free Press.
- BLUMLER, Jay G.; KAVANACH, D. y NOSSITER, T. V. (1996). Modern Communications versus Traditional Politics in Britain: Unstable Marriage of Convenience. En: SWANSON, David L., y MANZINI, Paolo (eds). *Politics, Media and Modern Democracy*. Westport: Praeger.
- CALLEJO, Javier (2005). La televisión y la sociedad española. En: *Cuadernos de Información Económica*, septiembre-octubre 2005, nº.188 (pp. 131-140).
- CHARAUDEAU, Patrick (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa.
- COLLER, Xavier (2000). *Estudio de casos*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- CONWAY, Maura (2006). Cybercortical warfare: Hizbolla's strategy. En: OATES, Sarah; OWEN, Diana y GIBSON, Rachel K. (eds.): *The Internet and Politics*. Londres y Nueva York: Routledge.
- DURKHEIM, Émile (1982). *La división del trabajo social*. Madrid: Akal (e.o. 1893).
- ECO, Umberto (1975). *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*. Barcelona: Lumen.
- ECO, Umberto (1977). *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen.
- GARCÍA MORILLO, Joaquín (1994). *La protección judicial de los derechos fundamentales*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- GONZÁLEZ, Fernando M. (1991). *Ilusión y grupalidad. Acerca del claro oscuro objeto de los grupos*. México: Siglo XXI.

- GONZÁLEZ, Marcos (2003). Relación de programas religiosos e institucionales en radio y televisión de titularidad pública. En: DE LA HERA, Alberto; MOTILLA, Agustín y PALOMINO, Rafael (eds.): *El ejercicio de la libertad religiosa en España. Cuestiones disputadas*. Madrid: Dirección General de Asuntos Religiosos, Ministerio de Justicia (pp. 262-269).
- HOLSTI, Ole R. (1969). *Content Analysis in Social Sciences and the Humanities*. Reading: Addison-Wesley.
- IBÁN, Iván C.; PRIETO SANCHÍS, Luis; MOTILLA, Agustín (2004). *Manual de Derecho Eclesiástico*. Madrid: Trotta.
- KRIPPENDORF, Klaus (1980). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Beverly Hills (Cal.): Sage.
- LAZARSFELD, Paul F.; BERELSON, Bernard.; GAUDET, Hazel (1968). *The People's Choice. How the voter makes up his mind in a preidential campaign*. Nueva York y Londres: Columbia University Press (e.o. 1944).
- LIPPMANN, Walter (1964). *Opinión Pública*. Buenos Aires: Compañía General Fabril Editores (e.o. 1922).
- LÓPEZ-ARANGUREN, Eduardo (1994). El análisis de contenido. En: GARCÍA FERRANDO, Manuel, IBÁÑEZ, Jesús y ALVIRA, Francisco (eds.): *El análisis de la realidad social*. Madrid, Alianza.
- LUHMANN, Niklas (1998). *Sistemas sociales*. Barcelona: Anthropos.
- LUHMANN, Niklas (2000). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos.
- MANCINI, Paolo (2002). *Il Sistema Fragile*. Carocci: Roma.
- MANIN, Bernard (2006). *Los principios del gobierno representativo*. Alianza: Madrid.
- MUCCHIELLI, Roger (1988). *L'analyse de contenu de documents et des communications. Connaissance du problem et applications pratiques*. Paris: Editions ESF.
- PECES-BARBA, Gregorio (1984). *Los valores superiores*. Tecnos: Madrid.
- PUTNAM, Robert (1993). *Making Democracy Work*. Princeton: Princeton University Press.
- PUTNAM, Robert (2001). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Londres: Simon & Schuster.
- ROSENGREN, Karl Eric (1981). *Advances in content analysis*. Beverly Hills (Cal.): Sage.

- SANCHEZ CARRIÓN, Javier (1985). Técnica de análisis de los textos mediante codificación manual. En: *Revista Internacional de Sociología*, vol. 43, n°.1, 1985 (pp. 88-118).
- TOCQUEVILLE, Alexis de (2006). *La democracia en América*. Madrid: Alianza.
- TORRES DEL MORAL, Antonio (1998). *Principios de Derecho Constitucional Español*. Madrid: Servicio de Publicaciones de la Facultad de Derecho de la Universidad Complutense.
- VAN DIJK, Teun A. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.
- WEBER, Robert Philip (1985). *Basic Content Analysis*. Beverly Hills (Cal.): Sage.