

Comunicació intercultural i construcció periodística de la diferència

Estrella Israel Garzón

CEU San Pablo, València. Facultat de Ciències de la Informació.
Avda. Seminario s/n. Moncada (València). Spain

Rebut: juny/1994

Resum

Aquesta investigació es divideix en dues parts: la primera situa la construcció de la diferència en el context de la comunicació intercultural i avança en el diagnòstic de sorolls interculturals en la vida quotidiana. La segona part analitza sorolls interculturals en la producció periodística i apunta la possibilitat de transformar, renovar i qüestionar la manera de relatar esdeveniments per tal de propiciar un periodisme intercultural. La investigació atén als receptors, veus de la societat, a partir de la defensa dels lectors en els diaris de referència (*El País* i *La Vanguardia*). (Autora)

Paraules clau: comunicació, periodisme intercultural, defensa del lector (*ombudsman*), minories.

Abstract. *Intercultural communication and journalism's construction of difference*

This research is divided into two parts: the first part places the construction of difference in the context of intercultural communication and puts forward a diagnosis of «intercultural murmurs» in everyday life. The second part analyses «intercultural noises» in newspaper copy and suggests the possibility of transforming, renewing and questioning the way in which events are reported in order to foster intercultural journalism. The research takes into account the receivers of news reporting, the different voices in society, through the Ombudsmen of the daily newspapers in the study (*El País* and *La Vanguardia*). (Author)

Key words: communication, intercultural journalism, ombudsman, minorities.

En la societat humana, en tots els seus nivells, les persones es confirmen les unes a les altres de manera pràctica, en major o menor mesura, en les seves qualitats personals; i una societat pot considerar-se humana, en la mesura que els seus membres es confirmen entre si [...] la humanitat real només existeix quan aquesta capacitat es desenvolupa.

M. Buber

1. Context teòric: investigació en comunicació intercultural*

La comunicació humana presenta diverses modalitats, ja sigui per la naturalesa dels participants en la interacció, pel marc en què s'inscriu, per la finalitat, o pels canals o mitjans que sustenten els missatges. Tradicionalment, la comunicació intercultural s'estableix quan emissor i receptor pertanyen a cultures diferents. Més concretament, és el procés que es desenvolupa quan els patrons de codificació i descodificació són significativament diferents, a causa de les diferències culturals¹. Moltes experiències interculturals es produeixen indirectament o de forma mediada, a través dels mitjans de comunicació (llibres, periòdics, revistes, pel·lícules, programes de TV o diaris).

La seva particularitat rau en el fet que les persones que conviuen en un territori i en un temps concrets desenvolupen, gràcies a la tradició de determinades formes de comunicació, semblances típiques que les diferencien de les que no hi pertanyen. Aquest és un dels significats, però la comunicació intercultural comprèn la comunicació internacional, la comunicació interètnica i la interracial. Samovar² defineix cada una d'aquestes: la comunicació internacional és la que s'estableix entre nacions i governs, és la comunicació de la diplomàcia i de la propaganda i freqüentment inclou situacions internacionals i interculturals. La comunicació interètnica es dona en aquelles situacions en les quals emissor i receptor són de la mateixa raça, però de diferent origen ètnic. Finalment, la comunicació interracial s'estableix entre persones de races diferents. Hi ha un altre camp en el qual podem parlar de relacions interculturals: el de les subcultures i els subgrups que existeixen dins d'un mateix territori.

El desenvolupament tecnològic, els transports, la satel·lització i la indústria àudio-visual van anar descobrint noves cultures en la dècada dels setanta. Es produeix un augment en el nombre de nacions del denominat *Tercer Món*. Concretament als Estats Units, hi apareixen amb força noves i diverses cultures, subcultures i grups en conflicte respecte al model dominant. Negres, hispans, dones, persones grans, homosexuals i pobres, obligaren a l'obertura del model dominant construït sobre la por, la ignorància, l'apatia i el prejudici³.

La investigació en comunicació intercultural evoluciona durant els anys vuitanta. A partir del 1983, es dona un canvi en els *International and Intercultural Communication Annual*, decidint tractar temes monogràfics: per exemple, la *teoria de la comunicació intercultural* (anys 1983-1988); *mètodes d'investigació en comunicació intercultural* (1984); *comunicació, cultura i pro-*

* Amb el meu reconeixement als professors i a les professores García de Torres, Gómez Mompert, Herrero, Marín i Tresserras, pel seu suport en el desenvolupament d'aquesta investigació.

1. KIM, Y.; RUBEN, B. «Intercultural Transformation. A systems theory», a KIM, Y.; GUDYKUNST, W. B. (1988): *Theories in intercultural communication. International and intercultural communication Annual*. Vol XII, Sage Publications, p. 365.
2. SAMOVAR, L. (1985): *Intercultural Communication. A reader*. Wadsworth Company, p. 7.
3. Idem.

cessos organitzacionals (1985); *comunicació interètnica* (1986), i *adaptació inter-cultural* (1988).

Aquesta dècada també mostra com la comunitat internacional és actualment un veïnat per a gent de diversos llocs del món i com les nacions s'han fet cada vegada més interdependents. Aquesta interdependència gira al voltant del debat sobre el nou ordre mundial de la comunicació i de la informació i sobre el paper de la comunicació en el desenvolupament nacional⁴.

Les reflexions interculturals més recents a França i a Espanya estan relacionades amb la immigració —els treballs clàssics se centraven en la disparitat nord-sud—, encara que també, com fa Ladmiral, es treballa en les relacions interculturals en països desenvolupats europeus, concretament les trobades franco-alemanyes⁵.

Les perspectives sobre comunicació intercultural als Estats Units fins al 1989⁶, marquen un canvi en l'objecte de la investigació: l'emergent a l'inici de la dècada dels noranta és la perspectiva interètnica⁷, com també els avenços en comunicació intercultural en els nivells interpersonal, organitzatius i de masses.

Tres indicadors fonamentals: la *pertinença* grupal dels comunicadors, el *context social* en què la comunicació intercultural es desenvolupa i el *canal* a través del qual els missatges de la comunicació intercultural són transmesos⁸. Les diferències i les semblances determinen la possibilitat de la comunicació intercultural.

L'argument bàsic de la comunicació intercultural, que la distingeix dels tipus restants, és el grau relativament alt de diferència en els respectius *backgrounds* dels comunicadors, a causa de les diferències culturals.

La interculturalitat —com a qualitat— entra en contacte amb conceptes com diversitat cultural, identitat cultural, intercanvi cultural, i a l'altre pol, entesos com a «sorolls» en el nostre treball, amb imposició cultural i discriminació cultural.

La comunicació intercultural pot ajudar a crear una atmosfera que promogui la cooperació i l'entesa entre les diferents cultures i posseeix característiques especials que li poden permetre fer tal funció. Aquestes característiques són: sensibilitat a les diferències culturals i una apreciació de la singularitat cultural, tolerància per a les conductes de comunicació ambigües, desig d'acceptar el que és inesperat i flexibilitat per canviar o adoptar alternatives i expectatives reduïdes respecte a una comunicació efectiva.

4. ASANTE, M.; GUDYKUNST, W. (1989): *Handbook of International and Intercultural Communication*. Sage Publications, p. 8.
5. LADMIRAL, J. R.; LIPIANSKY, E.M. (1989): *La communication interculturelle*. París: Armand Colin, p. 10-13.
6. GUDYKUNST, W.; NISHIDA, T. (1989): «Theoretical Perspectives for studying intercultural communication», a *Handbook of International and Intercultural Communication*, editat per ASANTE, M.; GUDYKUNST, W. Sage Publications, p. 17.
7. KIM, Y. (1986): *Interethnic Communication*. Vol. x, Sage Publications.
8. GUDYKUNST, W.; KIM, Y. (1984): *Methods for intercultural communication research*. Vol. VIII. Sage Publications, 1984. p. 16-17.

Nobleza Asunción-Lande defineix la comunicació intercultural com el procés d'interacció simbòlica que inclou individus i grups que tenen diferències culturals, reconegudes en les percepcions i en les formes de conducta, de tal manera que aquestes variacions afectaran significativament la forma i el resultat de la trobada⁹.

Els objectius del seu estudi inclouen la comprensió de l'impacte de la cultura sobre la comunicació, el desenvolupament de la capacitat i de l'habilitat de percebre punts de vista alternatius, i les possibilitats per realitzar investigacions, en contextos interculturals i multiculturals, i per interpretar els resultats dels estudis empírics a l'àrea.

En la comunicació intercultural és necessari aproximar posicions, més enllà de la diferència cultural. Els sentits del que és intercultural són diversos i polèmics: des de considerar-la una fal·làcia, fins al fet de creure que la reivindicació del que és intercultural pot crear un nou sectarisme.

El terme *intercultural*—segons Ladmira! i Lipiansky— implica interrelació i intercanvi entre cultures diferents: no es tracta tant del contacte entre dos objectes independents (dues cultures en contacte), com d'una interacció en la qual els objectes es constitueixen en la mesura que comuniquen. Més que un camp comparatiu és un terreny interactiu. L'alteritat no és un fenomen objectiu que s'intenta descriure, sinó una relació dinàmica entre dues entitats que s'atorguen mútuament sentit.

L'expressió *comunicació intercultural* es presta a imatges enganyoses. El que entren en contacte no són cultures o identitats nacionals: la comunicació implica sempre persones, que són les que vehiculen i mediatitzen les relacions entre cultures i, per tant, per comunicació intercultural s'ha d'entendre, primerament, *les relacions que s'estableixen entre persones o grups pertanyents a cultures diferents*. Aquestes persones que es relacionen aporten representacions, valors, codis, estils de vida i maneres de pensar propis de cada cultura. Per tant, la investigació en comunicació intercultural, encara que sigui mediada, inclou les variables interpersonals.

El diagnòstic de la diversitat és evident. A Europa, hi emergeix l'heterogeneïtat en dues direccions bàsiques. D'acord amb Quijada, trobem, d'una banda, la reafirmació creixent de nacions perifèriques davant de la «nació», que, en el marc de la conceptualització del segle XIX, s'autovincula a l'àmbit de l'Estat central. D'altra banda, la presència creixent de la diversitat, aportada per la immigració de grups de població procedents en bona part d'àrees fora Europa, particularment del Tercer Món¹⁰.

Els partidaris de la comunicació intercultural consideren quatre avantatges inicials. El primer és la satisfacció que acompanya el descobriment d'alguna cosa nova, per exemple, la curiositat i l'interès per una cerimònia d'una creença religiosa diferent a la pròpia. El segon ajuda a resoldre problemes abans

9. ASUNCIÓN-LANDE, N. C. (1986): «Comunicación intercultural», a COLLADO-DAHNEKE: *La comunicación humana*. Mèxic: McGraw Hill, p. 177-197.

10. QUIJADA, M. (1994): «Nación y pluriculturalidad: los problemas de un nuevo paradigma». *Revista de Occidente*, núm.16, p. 63-64.

que apareguin, per exemple a l'escola. El tercer estaria a l'àmbit organitzatiu: determinades institucions, organitzacions internacionals, polítiques, educatives, comercials, o de turisme, necessiten persones amb un tarannà intercultural. Finalment el quart, la comunicació interpersonal, que ofereix oportunitats per al desenvolupament de l'autopercepció i la comprensió¹¹.

La comunicació intercultural s'alimenta també dels contactes inevitables. Malgrat la diversitat de plantejaments, ens podem preguntar per què és necessària la interculturalitat en la comunicació humana.

Que la realitat és multicultural, plural i diversa és un fet, un punt de partida. Intentar que sigui intercultural passa per desenvolupar dispositius comunicatius interculturals. La diferència no molesta, enriqueix. Conèixer l'altre, sigui quin en sigui l'origen, la condició o l'ètnia és un acte de comunicació. La comunicació intercultural suposa la coexistència, la tolerància i la interacció entre els éssers humans.

Però prèviament al desenvolupament dels dispositius comunicatius, s'haurà de diagnosticar les fonts del soroll.

Sorolls interculturals a la vida quotidiana

Una de les posicions actives respecte a l'existència i al reconeixement de la diversitat individual, grupal i cultural, del dret a la diferència i a la promoció d'espais comuns per al diàleg i la solidaritat, és la detecció de sorolls interculturals en el procés de comunicació de masses. I ens atrevim a considerar-la necessària per a la formació d'un periodisme intercultural, o simplement pluralista, que defensi la diversitat dins de la igualtat de drets i d'oportunitats.

El pluralisme comunicatiu consisteix a qüestionar barreres que s'han aixecat entre «nosaltres» i «ells». El sexisme, l'etnocentrisme i la xenofòbia són tres situacions de radical incomunicació, variacions d'un concepte esfereïdor com és el racisme: «Tota distinció, exclusió, restricció o preferència, basada en motius de raça, color, llinatge o origen nacional o ètnic que tingui per objecte o per resultat anul·lar o menyscar el reconeixement, gaudi o exercici, en condicions d'igualtat, dels drets humans i llibertats fonamentals en les esferes política, econòmica, social, cultural o en qualsevol altra esfera de la vida pública» (Convenció Internacional sobre l'Eliminació de totes les Formes de Discriminació Racial. ONU. Desembre de 1965). Trenta anys després, en l'any de la tolerància, encara trobem diferents formes de marcar la desigualtat, la incomprensió o la representació distorsionada.

Tal com remarca De Lucas, hi ha diverses modalitats de racisme: l'*addicional*, que es produeix com la conjunció de les primeres manifestacions del factor d'alarma social i el mecanisme d'identificació física (racial) de la diferència; el *concurrent* o *de competència*, que té com a motor la defensa del control simbòlic i material sobre el territori i les fonts de riquesa (és evident que l'immi-

11. SAMOVAR, L. op. cit., p. 9-10.

grant, sobretot el del Tercer Món, que es dedica a la venda ambulants no representa cap amenaça real, sinó únicament simbòlica) i el *racisme cultural* o *etnocentrisme*, també anomenat *diferencial*, que es basa en l'afirmació de la superioritat de la pròpia cultura, tradició i estil de vida, amb el correlatiu refús de l'altre, per mitjà de mecanismes d'estigmatització¹².

Asunción-Lande defineix la cultura com el sistema de símbols compartits creats per un grup de gent per permetre'ls de desenvolupar-se en el seu ambient físic, psicològic i social i per permetre'ls de relacionar les principals variables que incideixen en un acte comunicatiu: codis lingüístics (les barres lingüístiques), codis no verbals (gestos, expressions facials, el silenci...), «concepció del món» (valors, creences i actituds), rol, edat, sexe, situació social, parentiu, poder, riquesa i coneixement¹³. Les divisions jeràrquiques d'estatus i les divisions horitzontals d'exclusió i d'inclusió es troben també afectades per les diferències culturals. Fins i tot el «patró o model de pensament» pot influir en l'anàlisi de la informació que prové de les impressions i de les experiències de la vida diària.

Quan es produeix un soroll intercultural? Quan no percebem l'altre tal com és, contextualitzat en la seva identitat cultural i intentem imposar-li les nostres idees, creences, valors, actituds, pautes de comportament o la llengua, és a dir, quan distorsionem variables que constitueixen el seu ser en el món».

Si processem amb aquest criteri el discurs periodístic, observem que en la construcció i el relat d'«els diferents» apareix un ampli ventall d'etiquetes, tòpics, estereotipus i associacions negatives, en la mesura que no coincideixen amb el patró cultural dominant. Els sorolls interculturals no són només una qüestió quantitativa ni exclusivament referida a la raça, sinó de menysvaloració, menyspreu o refús dirigit a la dona, a l'immigrant, al vell, al minusvàlid, al jueu, al negre, al malalt de la SIDA, a l'homosexual o al gitano. El soroll augmenta en ocasions quan es creuen variables com les de raça, gènere i classe social.

En aquest estudi denominarem *intercultural*, com a mínim a l'hora de diagnosticar sorolls, diversos àmbits d'interacció: 1) La comunicació entre dos orígens diferents, per exemple, entre un francès i un espanyol (dimensió internacional), 2) la comunicació entre l'immigrant i la societat que l'acull (dominicans o marroquins a Espanya), 3) la comunicació intergrupals dins d'una mateixa societat (gènere, edat, classe social o d'altres condicions com ara home/dona, ric/pobre, jove/persona gran, malalt/sa, homosexual/heterosexual o identitats autonòmiques dins de l'Estat espanyol), i 4) la comunicació interracial (diferències en el color de la pell) i interètnica (els gitanos a Espanya).

La diferència es transforma en soroll quan implica desigualtat, desequilibri, incomprensió, però sobretot quan simplifica, deforma o anul·la l'altre.

12. DE LUCAS, J. (1992): *Europa, ¿convivir con la diferencia?*. Madrid: Tecnos.

13. ASUNCIÓN-LANDE, N. C. op. cit.

Les distorsions en una interacció comunicativa poden donar-se per estirament, per boira o per miratge. Així, en el primer cas, hi ha una manca d'habilitat pel desconeixement de l'informador. En el segon, hi ha confusió quan es barregen dades i en el tercer, es presenta un esdeveniment tal com es vol que sigui. En aquesta última distorsió podem trobar, fins i tot, estratègies desinformatives de maximització, minimització o de canvi en el sentit de l'esdeveniment.

El paisatge urbà es converteix en mirall de la societat en què vivim: pintades acusadores posen de manifest el refús que alguns sectors mostren cap a les minories ètniques, religioses o grups de «risc». Negres, jueus, immigrants, malalts de la sida o drogaddictes són sormesos a missatges vexatoris, divulgats per mitjà d'aquest gegantesc mural que és la ciutat. La conversació, el llenguatge, és també un indicador per conèixer els emblemes o les etiquetes que es col·loquen als grups minoritaris. Les minories nord-americanes s'han rebel·lat contra els abusos del llenguatge¹⁴ i, concretament el moviment *politically correct*, pretenen eliminar de la cultura oficial i del llenguatge tots els elements que reflecteixen la dominació de la cultura occidental *wasp* (cultura blanca, masculina, explotadora del medi ambient i incapaç d'expressar-se sense humiliar) envers *duem* (dones o minories de qualsevol tipus: racials, d'orientació sexual, minusvàlids físics i psíquics o marginats, com també els partidaris de suprimir tot allò que resulti degradant per als animals, les plantes i la naturalesa en general).

Sexisme, racisme, dissimulació, antropocentrisme i canonisme són alguns dels patrons vigents en el llenguatge. Però també la distorsió lingüística s'explicita en el domini dels «capaços» sobre els incapaços, dels joves sobre els ancians o dels rics sobre els pobres.

El debat sobre els excessos del «políticament correcte» pot enfosquir el tema de fons, ja que no és una batalla merament conceptual, sinó que la nominació té connotacions. Desmond Morris, quan es refereix al conflicte que sorgeix entre supertribus diferents, diu que «ells» són els que tenen costums, aspecte i llenguatge estranys. Ara bé, dins de la supertribu, els diferents subgrups són reconeguts per diferències de classe, edat, ocupació, parla, indumentària i de comportament. Aquests són emblemes temporals. Existeix una situació diferent quan un subgrup posseeix característiques físiques diferents: pell fosca o groga o ulls ublics. Són automàticament considerats com un subgrup, encara que la resta de la supertribu sap que aquests emblemes no són deliberats. Però quan l'agressió reprimida busca un objectiu, allà estan els portadors d'emblemes: «No tarda a establir-se un cercle viciós. Si els portadors d'emblemes són tractats, sense que hi hagi cap culpa per la seva banda, com un subgrup hostil, aviat començaran tots a comportar-se com a tal»¹⁵. Els sociòlegs han denominat aquest fet *profecia d'autorealització*. Morris il·lustra la nega-

14. GALLEGO, S.: «Lo que se debe decir. Las minorías norteamericanas contra los abusos del lenguaje». a *El País*, 13 de març de 1993, p. 2.

15. MORRIS, D. (1970): *El zoo humano*. Barcelona: Plaza y Janés, p. 150.

ció, la generalització i l'estigmatització amb un exemple imaginari. Les etapes són les següents:

1. Mira aquell home del cabell verd que està pegant un nen.
2. Aquell home del cabell verd és malvat.
3. Tots els homes de cabell verd són malvats.
4. Els homes de cabell verd atacaran qualsevol.
5. Aquí hi ha un altre home de cabell verd, pega-li abans que et pegui a tu.
6. Aquí ho tens, això ho demostra: els homes de cabell verd són malvats.
7. Pega a tots els homes de cabell verd.

L'única possibilitat d'evitar aquesta seqüència és aconseguir que el portador de l'emblema sigui vist com un individu i que sigui conegut personalment pels altres membres. Les persones de cabell verd començaran aviat a proclamar que estan orgullosos del color del seu cabell quan, en realitat, no havia tingut el més mínim significat per a elles abans que fos singularitzat com un senyal d'espècie¹⁶. El cabell verd comença a adquirir significat tant per a aquells que el posseeixen, com per a aquells que el miren. L'etiqueta «cabell verd» s'imbrica amb el significat. Els significats atribuïts a una determinada etiqueta es converteixen en guia del coneixement públic respecte als portadors.

Els sorolls mediàtics estan relacionats amb la producció i també amb la recepció. Els mitjans de comunicació poden complir un important paper en la integració social, funció que des d'una perspectiva positiva significa unir esforços per tal que els mitjans de comunicació ens parlin del món significatiu per a nosaltres, i facilitar l'accés a la diversitat de missatges que necessitin totes les persones, grups o nacions per conèixer i comprendre's mútuament i per entendre condicions, punts de vista i aspiracions dels altres¹⁷. També pot tenir un pol negatiu, en la mesura que un excés d'integració destrueixi les diferències culturals.

Per tant, la presència de grups minoritaris en els mitjans ha estat històricament reproduint determinats patrons vigents, definits com prejudicis i estereotipus, negant, ridiculitzant i obviant el dret a la diferència. La tendència uniformitzadora pot arribar a negativitzar les peculiaritats culturals.

En la imatge que projecten els mitjans sobre les minories resideix, en gran manera, la consideració sobre aquestes. D'aquí que la teoria de la responsabilitat social fes una referència expressa, per tal que els mitjans evitin tot allò que resulti ofensiu per a les minories ètniques o religioses. Han de ser pluralistes i reflectir la diversitat de la societat, concedint l'accés dels diversos punts de vista i el dret de rèplica¹⁸.

16. MORRIS, D.: op. cit.

17. MCBRIDE, S. et al. (1980): *Un solo mundo, voces múltiples*. Mèxic: Fondo de Cultura Económica.

18. MCQUAIL, D. (1991): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. 2a ed. Barcelona: Paidós.

D'altra banda, qualsevol model democràtic-participatiu ha de considerar la presència dels grups minoritaris en la societat i el seu accés als mitjans de comunicació. I és aquesta presència la que ens porta, inevitablement, a referir-nos als estudis sobre prejudicis, estereotips i actituds que hem adquirit en el nostre procés de socialització respecte d'altres grups. El racista no neix, es fa.

En un món ple de complexitats i d'ambigüitats, estem constantment buscant camins per confrontar i simplificar la confusió de la vida quotidiana. Es diu que participem en el procés d'estereotipització quan incloem les informacions sobre altres grups en nocions preconcebudes. Tradicionalment, es vinculen els estereotips amb el sexisme i el prejudici racial i ètnic, però la gamma s'estén a totes les àrees d'interacció social: per exemple, les referències als gringos o quan es diu dels periodistes que «són capaços de qualsevol cosa per tal d'aconseguir una història», i el fet que algunes nacionalitats siguin vistes com divertides o enamoradisses davant d'altres considerades fredes i autoritàries. Els estereotips també són una manera econòmica de veure i de narrar el món. Goffman es refereix als estigmes en la vida quotidiana. L'estereotip no és neutral, per això afecta les nostres percepcions de la realitat i històricament ha constituït una important font de control social.

En una cultura plural és evident la preocupació pels sorolls interculturals. La preocupació es torna desafiament quan es tracta d'analitzar com els mitjans informatius construeixen la diferència.

Sorolls periodístics: conceptualització i jerarquitització

Les pràctiques i els valors periodístics estan condicionats per motius de caire econòmico-comercial i per motius professionals. El discurs del periòdic pot ser considerat com una «pràctica significant», i com a tal actua mitjançant una formalització de la realitat i una producció social del sentit: «Ha anat creixent en les societats industrials de capitalisme madur, ja sigui a causa de la diferenciació i de la complexitat socials, ja sigui també pel paper central dels mitjans de comunicació, la presència de seccions o paquets de realitat que els subjectes no experimenten directament, ni defineixen interactivament pel que fa a la vida quotidiana, sinó que «viuen» exclusivament en funció de o per mitjà de la mediació simbòlica dels mitjans de comunicació de masses»¹⁹.

19. GROSSI, G. «Livelli di mediazione simbolica nell'informazione di massa», a: LIVOSKY, M.: *Sociologia dei Processi Culturali*. Milà: Agnelli, 1983, p. 235, citat per WOLF, M. a *La investigación en la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, 1987, p.165.

Per tal de perfilar l'activitat del periodista en els models de *gatekeeper* i de *newsmaking* és interessant: WOLF, M.: «La Sociología de los emisores», a: *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, 1987/ GOMIS, L.: «El oscuro e influyente gatekeeper escoge las noticias», a: *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós, 1991/ GROSSI, G.: «Professionalità Giornalistica e Costruzione sociale della realtà», a *Problemi dell'Informazione X*, núm. 3 (1985)/ TUCHMAN, G.: *La producción de la noticia*. Barcelona: Gustavo Gili, 1983.

Els mitjans de comunicació tenen un paper important a l'hora de generar actituds positives o negatives cap a d'altres cultures²⁰. La major part del nostre coneixement social i polític i de les nostres opinions sobre el món procedeixen de les dotzenes de reportatges i d'informacions que llegim o que veiem cada dia.

Van Dijk és una referència obligada en aquest diagnòstic. Per a ell, els valors periodístics reflecteixen els valors econòmics, socials i ideològics en la reproducció del discurs de la societat a través dels mitjans de comunicació. A més de les imatges socials, hi ha unes limitacions cognitives específiques que defineixen els valors periodístics: novetat, actualitat, pressuposició, consonància, rellevància, desviació, negativitat i proximitat²¹. Desviació, negativitat i associació són els tres valors-notícia més freqüents aplicats als grups minoritaris. En el seu recent estudi del cas Mendís, Van Dijk reconeix diferents tipus d'associació: vinculacions, pressuposicions i altres formes més dèbils com la suggestió i l'associació. En general, en el discurs sobre minories i refugiats i especialment en les informacions dretistes sobre minories, l'ús de la paraula *il·legal* no significa només estar fora de la llei, sinó que es relaciona amb la delinqüència. El mateix passa amb la paraula *marxista* o amb etiquetes ètniques o racials irrellevants, quan es relaciona els manifestants amb revolucionaris, negres, lesbianes i homosexuals, associacions que resulten totalment negatives per als lectors del *Mail*.

«La premsa occidental, en especial la premsa de dretes, (re)produeix i subratlla, a més, una imatge negativa de les minories, dels immigrants i dels refugiats i per aquest motiu contribueix a les creixents manifestacions d'intolerància, prejudicis i discriminació contra aquells que procedeixen del Tercer Món, tant a Europa com a Amèrica»²².

Els mitjans més populars de difusió continuen plens d'estereotips, etiquetes, clixés i codis que confonen. L'etiqueta no és l'animal i els que estem en el periodisme hem de saber-ho i saber, també, que les etiquetes i els estereotips que manegem són, en ocasions, més inquietants i desconcertants per al públic que les persones i les condicions a les quals se les adjudiquem²³.

Els llibres d'estil intenten evitar la institucionalització de l'atribució negativa en funció del color de la pell. En aquest sentit i respecte al concepte «negre», el llibre d'estil d'*El País* diu: «El hecho que una persona sea de raza negra no tiene que citarse en las informaciones a no ser que este hecho constituya un elemento fundamental de la noticia. Podrá hablarse de la discriminación que sufre un "barrio de negros" o de que en una manifestación en Sudáfrica "han muerto dos negros"; pero nunca de que el protagonista de una información es negro,

20. VAN DIJK, T. (1992): «Racismo y desigualdad», a *Estudios de Periodismo*. La Laguna: Facultad de Ciencias de la Información.

21. VAN DIJK, T.: *La noticia como discurso*. Barcelona: Ed. Paidós, 1990, p.139-181.

22. VAN DIJK, T.: «El estudio interdisciplinario de las noticias y el discurso», a: JENSEN, K.B. i JAMKOWSKY, N.W. *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch, 1993, p. 139.

23. HARWOOD, R.: «Etiquetas y prejuicios», a: *De la prensa, por la prensa, para la prensa (y algo más)*. Mèxic: Ediciones Gernika, 1978.

si ello no aporta un dato sin el cual perdería sentido la noticia o cambiaría radicalmente su significado. Tampoco se pueden emplear expresiones despectivas como "esto es un trabajo de negros" o "tiene un equipo de negros que le hacen el trabajo". Igualmente no debe utilizarse la expresión "persona de color". Respecte al terme *gitano*, diu: «Los gitanos no constituyen una raza, sino una *etnia* con rasgos físicos y culturales comunes. [...] Tampoco se pueden utilizar expresiones despectivas como "esto es una gitanería" o "le hizo una gitana"». De la mateixa manera, exposa que la paraula *latinoche* no debe utilizarse²⁴. El llibre d'estil de l'*ABC*, quant al mot «negre», proposa: «Para designar a las personas de raza negra, evítense los inapropiados eufemismos de *persona de color* o de *raza oscura*»²⁵.

De tota manera, l'incompliment és freqüent: *ABC* titulava el 17 d'octubre de 1992: «Viernes negro para el tráfico tanto en los accesos como en el centro de la capital» i *El País* deia el 17 de febrer de 1993: «Tres españoles de raza gitana fueron detenidos con 128 kilos de droga», o *El Mundo*, referint-se al guanyador de la loteria primitiva, que era un jove africà, «Buen musulmán» (15 de novembre de 1994).

Respecte als significats locals, és interessant comprovar com es produeix un desplaçament del concepte racisme al de xenofòbia o del concepte estranger al d'immigrant.

Quant als temes, es pot trobar el de la violència (especialment revoltes i altres tipus de conflicte), crim (especialment el relacionat amb drogues, assaltaments, robatoris o prostitució), relacions racials (especialment discriminació i conflicte racial), immigració, diferències culturals, desviació, esports i cultura popular.

Fins fa poc era habitual trobar la paraula *immigrant* a les pàgines de successos. Més recentment, els immigrants s'estan convertint en víctimes habituals per a aquesta secció. Pallisses, incendis i crims amb un rerefons racista sacsegen Europa. Les minories apareixen associades temàticament a problemes i amenaces. El tracte de l'immigrant àrab a la premsa espanyola es vincula temàticament amb treball, habitatge, integració, problemes o accions positives²⁶. Els sorolls periodístics com desviació, tematització i conceptualització són freqüents en el nostre mitjà. És cert que ha augmentat la sensibilitat: casos com el de Lucrecia Pérez (la jove dominicana assassinada a la discoteca Four Roses d'Aravaca) o el dels dos taxistes assassinats a Madrid, remouen la construcció periodística clàssica i replantegen contínuament el tractament informatiu polaritzat en l'òptica de víctimes dignes i indignes.

En el diagnòstic de sorolls comença l'exercici del periodisme intercultural, però es pot arribar més lluny.

24. *Libro de estilo El País*. Madrid: Ediciones *El País*, 1990, 5a ed. (referència a *negre*: p. 315 / *gitano*: p. 255 / *latinoché* p. 287).

25. *Libro de estilo de ABC*. Barcelona: Ariel, 1993, 5a ed. (referència a *negre*: p. 116.).

26. DE MIGUEL, C.: «El trato del inmigrante árabe en la prensa», a: BODAS, J.; DRAGOEVIH, a: *El mundo árabe*. Madrid: Editorial Comunica, 1994, p. 164-171.

Periodisme i interculturalitat

Els codis ètics, l'educació en valors i la diversitat social apunten a la interculturalitat en el treball informatiu. L'educació en el denominat *periodisme intercultural* requereix dos punts d'enlairament: un tarannà pluralista intrínsec en les realitats múltiples que cobreix l'informador, i l'anàlisi del discurs periodístic quan són objecte d'informació les dones, les minories ètniques i sexuals o d'altres. No només en l'anàlisi de la producció informativa, sinó en el de la construcció social de la realitat que afecta les nostres cognicions sobre el que succeeix en el món i els seus protagonistes.

El periodisme intercultural té un component ètic. Els codis deontològics apunten cap aquesta direcció²⁷. Així, l'Assemblea Parlamentària del Consell d'Europa aprovà la Resolució 1003 de juliol de 1993, un document relatiu a l'ètica periodística i que estima que ha de ser aplicat per la professió a Europa. En el punt 33 es refusa en l'exercici periodístic qualsevol forma de discriminació basada en la cultura, el sexe o la religió.

El codi deontològic de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE) diu textualment: «El periodista extremará su celo profesional en el respeto a los derechos de los más débiles y los discriminados. Por ello debe mantener una especial sensibilidad en los casos de informaciones u opiniones de contenido eventualmente discriminatorio o susceptibles de incitar a la violencia, a prácticas inhumanas o degradantes. Debe, por ello, abstenerse de aludir, de modo despectivo o con prejuicio, a la raza, color, religión, origen social o sexo de una persona o a cualquier enfermedad, minusvalía física o mental que padezca».

El codi deontològic dels periodistes catalans, en els seus criteris, recomana «actuar amb especial responsabilitat i rigor en el cas d'informacions o opinions amb continguts que puguin suscitar discriminacions per raons de sexe, raça, creences o extracció social i cultural, així com incitar a l'ús de la violència».

El 9 d'octubre de 1993, els caps d'estat i de govern dels estats membres del Consell d'Europa es van reunir a la cimera de Viena. En la declaració apareix una petició als professionals dels mitjans de presentar els seus reportatges i comentaris sobre els actes racistes i d'intolerància de manera responsable i anima a l'elaboració de codis deontològics professionals que reflecteixin aquestes exigències. Encara que les intencions puguin «oblidar-se» en la quotidianitat.

El periodista viu de la informació. Aquesta pot entendre's estrictament com a mercaderia i, per tant, sota criteris de rendibilitat, línia editorial, interessos publicitaris o dels patrocinadors. També pot interpretar-se com un material d'interès públic-social.

27. Els codis deontològics que se citen a continuació, del Consell d'Europa, de la FAPE i del Col·legi de Periodistes de Catalunya figuren com annex a l'article «Ètica i comunicació social», *Monografies i Documents*, núm.9, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1993, p. 137-157.

El periodista es mou també en un joc de lleialtats respecte al mitjà en què treballa —no oblidem que d'ell depèn el seu *modus vivendi*—; al públic en la mesura que el seu treball està sotmès al coneixement públic; a les seves fonts com a «nutriens» que li possibiliten narrar determinades històries (un periodista val el que valen les seves fonts); a la seva ideologia, ja que no pot inhibir-se de la seva condició de ciutadà (un periodista no pot renunciar a explicitar les seves opinions, encara que en ocasions siguin més el resultat de la seva trajectòria personal que de criteris analítics contrastats); a les seves aspiracions professionals o a la situació professional/laboral (famosa és la insolidaritat, quan assoleix categoria professional la «trepitjada» informativa). Rutines professionals com el periodisme de declaracions poden funcionar com un altaveu, a l'igual de les fonts institucionals vinculades amb minories.

H. Eugene Goodwin²⁸ es pregunta: «Què faria vostè, per exemple, amb un reportatge sobre la campanya presidencial que cita un dels candidats explicant un acudit a un grup dels seus partidaris, en el seu autobús?» (L'acudit és el següent: «Com es pot distingir un polonès en una baralla de galls? És el que té l'ànec. Com es pot distingir un italià en una baralla de galls? És el que aposta per l'ànec. I, com se sap que la màfia ha intervingut a la baralla? Perquè l'ànec és el guanyador»). L'explicà Ronald Reagan en la campanya a New Hampshire, 1980). Segons Goodwin es tracta d'un acudit ètnic. Encara que la sensibilitat de l'ètnia acostuma a ser més malmesa per humoristes, per temes de pel·lícules o per sèries, ocasionalment també en trobem exemples a les notícies.

L'expressió *colles gregues* utilitzada pels diaris de Filadèlfia, fou abandonada per l'activitat de Peter J. Liacouras, de la Universitat de Temple. El *Philadelphia Inquirer* continuà utilitzant-la i ho justificà dient: «És un error assumir que en anomenar aquesta organització pel seu nom conegut, l'aprovem»²⁹. Quan un jutge va fer servir la paraula *faggot*, els atacs de la comunitat homosexual foren contra ell i no contra els mitjans que reproduïren les declaracions.

Referents interculturals en el periodisme

El periodisme d'investigació és l'autèntic periodisme i avui n'és urgent la rehabilitació, precisament perquè es dona com a investigació el que amb freqüència és el resultat d'una filtració.

Independentment de qüestionaments posteriors al cas paradigmàtic de la investigació periodística —el Watergate—, la recerca és el treball per excel·lència del periodista. Altrament, la seva funció és la de reproductor d'una realitat, amb freqüència «servida» per oficines d'informació o agències informatives.

Pulitzer considerava que el periodisme d'investigació és el que descobreix les corrupcions i els enganys que es donen en una determinada societat, el que

28. GOODWIN, E. (1990): *A la búsqueda de una ética en el periodismo*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano, p. 229-230.

29. Exemple citat a MEYER, P.: *Periodismo de precisión*. Barcelona: Bosch, 1993.

treu a la llum allò que els poderosos pretenen ocultar. Però la investigació periòdica, més enllà de l'àmbit polític i més pròxima a la realitat social, és la denúncia de circumstàncies discriminatòries. Un cas paradigmàtic va ser el del famós vídeo de l'agressió a Rodney King. L'1 de maig de 1992, les portades de tots els diaris informaven dels disturbis racials a Los Angeles; tretze morts era la conseqüència de l'absolució de quatre policies que la matinada del 3 de març de 1991 colpejaren amb ràbia un negre de vint-i-cinc anys. Una càmera de vídeo va filmar els vuitanta-un segons en què Rodney King fou colpejat brutalment per policies blancs. L'endemà, el vídeo va ser venut per cinc-cents dòlars a una emissora de televisió local i va despertar l'interès mundial per les imatges. L'esclat no pot atribuir-se exclusivament a l'evidència de les imatges: una societat allunyada del somni americà té altres motius de caire socioeconòmic. Però el vídeo de l'agressió a Rodney King va tenir la força simbòlica i la distribució general pels canals internacionals d'informació. Dos anys després, King fou novament detingut perquè conduïa en estat d'embriaguesa, una anècdota que no minimitzà la sensació de violència policial a Los Angeles, «vista» a tot el món.

La investigació periòdica pot desenvolupar-se en dues variants: la infiltració i el periodisme de precisió. En la infiltració, el periodista es transforma, canvia la seva personalitat, per descobrir històries. En el que és intercultural, Walraff aporta alguns treballs en els quals denuncia, amb proves, les condicions dels turcs en les fàbriques alemanyes. El màxim exponent del periodisme d'infiltració, Gunter Walraff³⁰, narra com els diaris o les revistes alemanyes s'encarreguen de revifar el sentiment nacional davant dels treballadors immigrants. Tot sota un joc de paraules sobre el treballador hoste i el treballador immigrant. *Treballadors hostes*, aquesta denominació enganyosa encobreix la repugnància que se sent quan s'admeten uns convidats estrangers en la pròpia societat.

Walraff explica que el març de 1965, *Bild* va publicar amb el titular «No volem més italians!» un article que s'insertia en la línia del diari nazi *Sturmer* i que començava amb aquesta frase en majúscules: «Treballen malament, falten al treball amb massa freqüència i exigeixen uns sous massa alts». Un any després, *Bild* tornava a la càrrega amb aquesta capçalera de catorce centímetres d'alçària: «Els treballadors immigrants treballen més que els alemanys?». A primera hora del matí, els venedors de *Bild* pregonaven la notícia davant de les portes de les fàbriques de Daimler-Benz d'Stuttgart. Al migdia, tres mil obrers de Mercedes paraven el treball durant unes quantes hores i en diversos llocs; els treballadors immigrants van rebre pallisses a les mans dels seus col·legues alemanys. Gran titular de *Bild* al dia següent: «Sense els treballadors alemanys, la nostra economia se n'aniria en orris».

Els titulars de la premsa alemanya sobre els treballadors immigrants de què parla Walraff són eloqüents: «Un treballador immigrant tomba un alemany», «Un turc es venja d'un rival». El treballador immigrant assassina un alemany,

30. WALRAFF, G. (1987): *El periodista indeseable*. Barcelona: Anagrama, 2a ed.

un treballador immigrant no és assassinat per un alemany, sinó mort. Finalment, determinades necessitats socials relatives als mitjans de comunicació no es posen degudament de manifest.

La segona modalitat de la investigació periodística, la trobem en el periodisme de precisió. Les bases de dades poden ser revisades, en temes relacionats amb minories. El *Detroit Free Press*, comenta Meyer³¹, va fer un estudi empíric el 1967 que qüestionà la creença popular que els participants en els disturbis eren d'un nivell educatiu inferior i descobrí que el percentatge de participants amb estudis superiors era similar amb el d'aquells que no havien completat el batxillerat. També va analitzar una altra creença que tractava sobre negres d'origen sureny. El camp de les relacions racials s'ha revelat com un dels més fèrtils per a la comprovació periodística de la realitat en els últims temps. El Premi Pulitzer fou el 1985 per al *Dallas Morning News* pels treballs publicats sobre programes d'actuació del govern federal que eren utilitzats discriminatòriament. El 1988, l'*Atlanta Constitution* va demostrar documentalment la discriminació existent en préstecs hipotecaris de protecció federal.

Els tres periodismes —investigació, infiltració i precisió— poden contribuir a una denúncia de les situacions de desigualtat i propiciar accions socials cooperatives i interculturals. Aquestes claus corresponen a la producció informativa, però els lectors/receptors també poden contribuir al periodisme intercultural; concretament, trobem un diagnòstic en les veus de la societat ateses pels defensors dels lectors.

Veus de la societat i defensa dels lectors. Casos pràctics

El concepte «veus de la societat» sorgeix de les perspectives sobre les funcions dels mitjans de comunicació. Quan ens plantegem els objectius i les finalitats de cada un dels sectors implicats en la comunicació periodística trobem, d'una banda, els objectius dels propietaris dels mitjans i professionals de la comunicació en referència a la producció, en la qual també incideixen els *advocats* (grups de pressió principalment) i la classe política. Quant al consum o recepció, tenen més importància els interessos de l'audiència i del públic en general. Les perspectives es completen amb l'assoliment de la integració de les veus de la societat, l'objectiu de les quals seria l'accés als mitjans i l'entrada en el circuit informatiu davant del pes desproporcionat de les fonts institucionalitzades.

Dones, immigrants, malalts, aturats, estrangers i negres són alguns dels indicadors per processar la defensa dels lectors que qualifiquen determinats discursos periodístics de sexistes, discriminatoris, incorrectes o enganyosos.

Concretament, la defensa dels lectors és un instrument de les veus de la societat, juntament amb un altre recurs clàssic: les cartes al director. La peculiaritat és la interacció comunicativa del mitjà respecte a la societat, un exem-

31. Ídem que la nota 28.

ple de *feed-back*, encara que la resposta aparegui en el mateix suport que el text denunciat o criticat.

L'objectiu plantejat va ser el rastrejament en la defensa dels lectors, d'aquells textos que al·ludeixen, anomenen o qualifiquen grups minoritaris o la condició de la dona o altres cultures i que han estat considerats o «replicats» pels lectors. A aquest efecte, vam recórrer a dues experiències de diaris de prestigi a Espanya que tenen incorporada aquesta figura-secció els diumenges. Amb una gran tradició a *El País* —funcionava com a *ombudsman* des del final del 1985— i una altra d'un any, a *La Vanguardia*.

El període d'anàlisi comprèn l'etapa de Soledad Gallego Díaz a *El País*, i la inicial de Roger Jiménez a *La Vanguardia*³².

Hem entrevistat els defensors i aquests són els textos seleccionats i els casos significatius.

La defensa dels lectors a *El País*: Soledad Gallego Díaz

Soledad Gallego Díaz, en un article-sumari publicat el 3 d'abril de 1994, amb el significatiu títol «I usted, ¿de qué se queja?», escrivia sobre els temes que provoquen la resposta del lector/lectora: «Por temas, las erratas, faltas de ortografía, inexacta conversión de divisas, errores y mapas equivocados se llevan la palma [...]. El segundo gran apartado de protesta lo plantean protagonistas de informaciones, que se quejan de no haber sido contactados como fuentes por los redactores de las noticias [...]. Titulares que no corresponden exactamente con el contenido de la información, utilización de fotos de archivo o con pies equivocados para ilustrar reportajes o noticias de actualidad y mala transcripción o traducción de declaraciones constituyen el tercer gran apartado de quejas».

El quart bloc correspon a la disparitat de continguts en les diferents edicions, i Soledad Gallego Díaz es mostra satisfeta perquè «últimamente algunos lectores, y sobretodo lectoras, han abierto una nueva carpeta: manifiestan su preocupación por el tratamiento de la imagen de la mujer y piden que se sea especialmente sensible con las informaciones que pueden perpetuar estereotipos raciales. En este sentido, la publicidad también les inquieta a ustedes cada día más».

5-12-93	Hemos incumplido la ley	Publicitat enganyosa
12-12-93	Gracias, pero no	Regals a periodistes
19-12-93	Una caricatura brutal	(1)
9-1-94	¿Un reportaje rapado?	(2)
16-1-94	Las películas de Canal + y los correctores polivalentes	Comentaris positius a les pel·lícules de Canal +

32. Períodes analitzats: *La Vanguardia* (del 31-01-94 al 24-12-94) i *El País* (del 5-12-93 al 30-10-94).

23-1-94	Opino que... pero no des mi nombre	Anonimat de les fonts
30-1-94	Parados y engañados	(3)
6-2-94	Y sabrán de qué somos capaces	(4)
13-2-94	¿Hay algo peor que una entrada aburrida?	(5)
20-2-94	Una huelga que fue general y un sondeo que fue correcto	Incidència de la vaga general
27-2-94	No hay sitio para Góngora o pistas para escribir al director	Tipologia de cartes
6-3-94	¿Cómo le sentaría a usted?	Fotografies polèmiques
13-3-94	¿Soy asmática o tengo asma?	(6)
27-3-94	¿Pequeño y matón?	(7)
3-4-94	Y usted, ¿de qué se queja?	Balanç de la defensa dels lectors
10-4-94	Proteger al débil, defender al poderoso	(8)
24/4/94	Parte de guerra: sus quejas aparecerán en «la papela»	Publicació de queixes
1/5/94	Mejoras técnicas o retoques desgraciados	Fotografies
22/5/94	Una propuesta americana Reunión de Minesota	Codis ètics públics
29/5/94	La reputación es planta delicada	Dos casos. Tractament informatiu
5/6/94	Del deber de ser exactos o cómo <i>El País</i> debe una cena	Expressions, ortografia...
19/6/94	El diario de un psicópata	Jocs de rol
26/6/94	Tener o no tener	Faltes /Audiència en premsa
3/7/94	Periodismo de declaraciones	Fonts oficials
10/7/94	De espaldas y con tacones	(9)
17/7/94	Críticos criticados o cómo comentar 4.000 películas	Crítics de televisió
11/9/94	El consuelo de tener razón: reaparece el revoltigrama	El diari reposa un passatemps
18/9/94	Opinión e información: una frontera problemática	Opinió/Informació
25.9/94	Cuchillo de palo	Canvis en suplement
2/10/94	¿Quiere ver noticias sobre su empresa en <i>El País</i> ?	Informació/Publicitat
16/10/94	De como ser laico y respetar el sentimiento religioso	(10)
30/10/94	Oiga, ¿son ustedes independientes?	Independència del diari

(1) 19-12-93: «Una caricatura brutal»

Teodoro Obiang, president de Guinea, va ser caricaturitzat a *El País* (21 de novembre) com un goril·la, amb un os de caníbal i envoltat de mosques.

Els lectors consideren el dibuix ofensiu per a tots els negres i per a qualsevol persona contrària a la perpetuació dels estereotips racials. El corresponal d'*El País* a Washington va preguntar-ne l'opinió als representants de la comunitat negra nord-americana i aquests van recordar el cas de la companyia telefònica AT&T, que va haver de retirar una campanya publicitària en què l'Àfrica se simbolitzava amb un mico.

Soledad Gallego Díaz suggereix que en els llibres d'estil es desaconselli la publicació de caricatures i de textos que puguin ajudar a perpetuar estereotips racials o ser considerats ofensius per a una comunitat determinada.

(2) 9-1-94: «¿Un reportaje rapado?»

Relaciona les respostes en un reportatge de deu pàgines sobre els *skinheads* en *El Dominical* d'*El País* en el qual se'ls defineix com «limpios, blancos, duros, buenos hijos y patriotas...».

El País va funcionar com una caixa de ressonància dels arguments *skin*, en un reportatge excessivament textual i realista. Soledad Gallego Díaz conclou que aquest diari ha de prestar atenció a aquest tipus de moviment i que és necessari contenir el màxim d'informació possible per tal de contextualitzar les declaracions dels protagonistes. Segons la defensora dels lectors, la millor manera d'evitar que es converteixin en una caixa de ressonància és, precisament, explicar el quadre en què es mouen aquests personatges, inclosos els aspectes teatrals.

(3) 30-1-94: «Parados y engañados»

Sobre anuncis «enganyosos», tals com el pagament d'una fiança prèvia per aconseguir treball o entrar en una oferta de serveis per trobar feina, la defensora dels lectors ha llegit amb deteniment les pàgines d'oferta de treball i ha trobat casos curiosos: per exemple, el d'una empresa de comunicació que va sol·licitar un economista o llicenciat en Ciències Empresarials, afegint el requisit que fos un home. O el d'una empresa especialitzada en organitzar congressos que desitjava hostesses; el que cridava l'atenció és que exigia que fossin rosses.

«Aquests dos anuncis, diu la defensora, resulten més xocants si vostè es molesta a llegir l'entradeta amb què *El País* encapçala quasi tots els dies els anuncis breus d'ofertes de treball».

(4) 6-2-94: «... Y sabrán de qué somos capaces»

Un cas de distorsió es va poder veure en la campanya de reactivació de la revista *El Gran Musical*. El text del primer lliurament estava acompanyat per la

imatge d'un ventre voluminós i, utilitzant la tècnica *teaser* deia: «Cuando veas a quien le hemos hecho esto, sabrás de lo que somos capaces. Al principio trató de resistirse, pero cuando vió lo que teníamos entre manos accedió sin rechistar. Y es que para nosotros no hay nada imposible. Estamos dispuestos a todo y tenemos el aparato para conseguirlo. Sin ir más lejos, esto lo hicimos en una sola sesión. Y la verdad es que ha quedado precioso. Cuando veas de quien se trata, seguro que te sorprende». *A qui li ho havien fet* era al cantant Miguel Bosé, enigma resolt al segon lliurament, però la lectura del primer va generar una amplíssima reacció, especialment per l'expressió «al principio se resistió», ja que es podria tractar d'una violació.

(5) 13-2-94: «¿Hay algo peor que una entrada aburrida?»

«Samuel Ch. O., un angoleño de 27, años no pudo escapar de su última fechoría», *El País* (6 de febrer de 1994). La informació de referència narra com Antonio Sainz, pare de Carlos Sainz, popular pilot de ral·lis, havia disparat a l'esquena de Samuel Ch. O. quan aquest fugia després de «robar un bolso por el sistema del tirón». Era necessari dir «no pudo escapar de su última fechoría» per significar que el presumpte lladre havia mort? Els autors de l'entrada no volien ser avorrits, però la defensora dels lectors remarca que hi ha alguna cosa pitjor que una entrada avorrida, un començament gratuït. I en aquest sentit recorda l'anècdota que li van explicar ocorreguda el 1968, sobre un periodista que, aclaparat per la necessitat de ser original, començà així la seva intervenció: «Cuando yo era joven mi madre cantaba una canción que decía: "Mamá Inés, todos los negros toman café". Desde hoy un negro no tomará café: Martín Lutero King ha sido asesinado»³³.

(6) 13-3-94: «¿Soy asmática o tengo asma?»

El debat sobre el «políticament correcte» pot enfosquir el tema de fons, ja que no és una batalla merament conceptual, sinó que la nominació té connotacions. Un cas clar és la pregunta plantejada a «¿Soy asmática o tengo asma?», és a dir, si la malaltia defineix l'individu, si resumeix la seva identitat, o bé si és una situació possiblement transitòria. En la seva etapa com a defensora dels lectors d'*El País*, Soledad Gallego Díaz va fer notar en la seva columna dominical la qüestió següent: «¿Qué debe escribir un periodista, que alguien es asmático o que alguien tiene asma? ¿Les parece una pregunta tonta? Tal vez esta disyuntiva concreta lo parezca, pero, ¿qué opinan de estas otras: minusválido o incapacitado, antiabortista o pro-vida, alcohólico reformado o alcohólico recuperado?».

33. GALLEGO, S.: «¿Hay algo peor que una entrada aburrida?», *El País*, 13 de febrer de 1994.

(7) 27-3-94: «¿Pequeño y matón?»

Tres lectors han plantejat el mateix problema en concret: el tebeo que publica els diumenges *El País* és confús, massa agressiu i protagonitzat exclusivament per nens i no pas per nenes. Fernando G. Basterra es defensa: «Es curioso que son abrumadoramente los padres y madres los que se quejan de imágenes sexistas. Son los adultos los que encuentran malicia donde los niños/niñas, mucho más sanos que sus progenitores, no ven nada incorrecto».

(8) 10-4-94: «Proteger al débil, ofender al poderoso»

L'episodi d'una persona anònima (Marys B.) i d'un famós (Javier de la Rosa) a l'hora de ser fotografiats. Marys B. és una jove dominicana que quan tenia disset anys va llençar a les escombraries el cadàver d'un nadó, nascut mort, i Javier de la Rosa és un financer implicat en diversos escàndols. El que la defensora del lector té bastant clar és que *El País* ha de respectar Marys B. i ofendre de la Rosa.

(9) 10-7-94: «De espaldas y con tacones»

La informació d'origen són dos esdeveniments que, informativament parlant, són simultanis: la selecció espanyola al Mundial USA del 1994 i la victòria de Conchita Martínez a Wimbledon. A l'edició de Madrid es va canviar la portada, substituint la fotografia de la tennista per la de diversos jugadors de la selecció espanyola, que va guanyar la de Suïssa. Soledad Gallego Díaz comenta que les queixes rebudes foren de dues classes: d'una banda, les dels que protestaren perquè van considerar que Conchita Martínez havia obtingut un èxit esportiu més important que el de la selecció. De l'altra, les de lectors que manifestaven que creien que no es tractava d'un problema de jerarquització esportiva, sinó de discriminació de sexes. Els responsables de les seccions d'Esports i de Tancament es van escudar en la major popularitat del futbol. Hauríem de donar prioritat a l'excepcionalitat abans que a la popularitat?: «Ginger Rogers feia el mateix que Fred Astaire, només que d'esquena i amb talons alts», (frase atribuïda a Anne Richards, governadora de l'estat nord-americà de Texas).

(10) 16-10-94: «De cómo ser laico y respetar el sentimiento religioso»

La defensora dels lectors no ha rebut queixes concretes sobre articles o informacions al respecte. Avalua, de tota manera, que només fa falta que alguns lectors tinguin la impressió d'una manca de respecte per les seves creences religioses, per tal que aquest departament recordi que és obligació dels periodistes extremar la cura i el respecte, cosa absolutament compatible amb l'obligació de criticar les entitats públiques, incloses les religioses.

La defensa dels lectors a *La Vanguardia*: Roger Jiménez

El 14 de novembre de 1993, *La Vanguardia* anunciava la posada en marxa de la figura del defensor dels lectors, tasca encomanada a Roger Jiménez. El 30 de gener publicava el seu primer lliurament, titulat «El *ombudsman*, los lectores y el 27-E», on deia: «La prueba de que el lector tiene más que nunca la palabra y que desea proyectar su personalidad en los contenidos del diario es que en los seis primeros meses de esta sección se reciben una media de 16 llamadas semanales y 350 cartas».

30-10-94: «El quinto poder»

En les democràcies modernes, la premsa es considera pomposament el quart poder constitucional, una instància de control de la política lliure de criticar, d'oposar-se, de revelar els errors i contrarestar el gran poder de l'estat. Però, qui controla la premsa? Cada vegada més es parla dels drets dels lectors, de la «rebel·lió» del públic, de la participació dels grups socials en els mitjans de comunicació i de l'accés a la informació com a dret humà fonamental.

La secció de cartes pretén recollir la preocupació dominant en amplis sectors d'una societat plural, oberta, respectuosa i dialogant com és la nostra. Les cartes dels lectors són un instrument positiu, gens car i molt útil, que proporciona un fòrum de debat per formar l'indispensable consens en la comunitat, segons Roger Jiménez.

9-10-94: «Señor director...»

Roger Jiménez anuncia que traslladarà per correu electrònic les queixes dels lectors als responsables de les seccions implicades.

13-11-94: «¿Quién dijo eso? y despedida a SGD»

Roger Jiménez destaca l'activitat de la defensora dels lectors d'*El País* en els aspectes següents: necessitat de rectificar errors comesos com a garantia certa que no són acceptats, refús de les fonts anònimes i evitació de les sortides de porció i de les assercions basades en l'autoritat del periodista.

30-1-94	El <i>ombudsman</i> , los lectores y el 27-E	Presentació
6-2-94	Cuando la imagen devora las palabras	Peu de foto
13-2-94	El arte de combatir el error	Error general
20-2-94	Goleada necrológica	Esquela amb victòria del Barça
27-2-94	Gazapos sobre el mapa	Error cartogràfic
6-3-94	De una cobertura elogiada al burla burlando	Personatge hipotètic que és real
13-3-94	¿Un diario a la carta?	Demandes dels lectors

20-3-94	Las fotos de una atrocidad	Fotos Afrikaners 12-3-94
27-3-94	Una cara muy vista	Utilització idèntica de fotos d'arxiu
3-4-94	Joan Manuel Serrat ¿y cuantos más?	Càlcul incorrecte d'assistents
10-4-94	El otro jaque mate de Linares	Fotografia amb jugadors d'escacs
17-4-94	Ionesco y Olazábal via Vancouver	Nacionalitats
24-4-94	El mensaje político de una escuela	Esquela de León Degrelle, 13.4.94
1-5-94	Mantener a raya el ordenador	Retocs fotogràfics N.T.
8-5-94	Irritante jerga del oficio	<i>Off-the record, back ground</i>
15-5-94	Morder a un perro ya no es noticia	Reunió Ombudsman a USA
22-5-94	De la presunción al asesinato	Atemptat d'ETA i conflicte Israel-Palestina
29/5/94	Hablamos de fútbol americano	Poca informació sobre rugby
5/6/94	Nombrar lo innombrable	Salut/Malalties
12/6/94	Andorra y los prejuicios	Escàs tractament
19/6/94	Y si invertimos los papeles	Posar-se el periodista en el lloc de...
26/6/94	Del lenguaje coloquial a la ofensa	Blasfèmia
3/7/94	Cuando la lectura es un acto de fe	Fonts
10/7/94	Cuestión de gustos y algo más	Comentari del restaurant
17/7/94	El arte de jugar con fuego	Acudits sobre incendis
24/7/94	Mundial 94 o la guerra mundial	Futbol: italians, nord-americans
31/7/94	Un juego de ganancia segura	Balanç de 6 mesos
4/9/94	Avalancha de declaraciones	Periodisme de declaracions
11/9/94	El censo imposible de lo oculto	Secrets oficials
18/9/94	¿Hemos vendido una celebridad?	Cas de Yolanda Ming
25/9/94	Español, Barça e igualdad noticiosa	Aficions-grups minoritaris
2/10/94	Tropezones en la salsa	Falta de rigor en dossier sobre música salsa.
9/10/94	Señor director ...	El procés de selecció de cartes al director (125 diàries)
16/10/94	El fuego, las riadas y el mensajero	Cobertura excessivament institucional dels desastres
23/10/94	Depende del tiempo	Previsió meteorològica

30/10/94	El quinto poder	El poder dels lectors
6/11/94	«Don Juan» y el susto del inversor	Avanç editorial i errors tipogràfics del llibre d'Anson i de llistes de cotitzacions
13/11/94	¿Quién dijo eso? Y despedida a SGD	Cita de Witgenstein i comiat a SGD
20/11/94	La divisoria del color	Cas del guanyador de la Primitiva
27/11/94	La batalla del diseño	Canvi d'imatge
24/12/94	Zafarrancho en los juzgados	Cobertura de tribunals
11/12/94	La quintaesencia de la noticia	Titulars polèmics
18/12/94	Anuncios falaces, charada polémica	Publicitat enganyosa
24/12/94	El año de los lectores	Balanç d'un any de R.J.

24-12-94: «El año de los lectores»

Roger Jiménez fa balanç del primer any a la defensa dels Lectors de *La Vanguardia*: «Este departamento ha recibido 740 cartas y llamadas planteando quejas y comentarios sobre los contenidos del diario de acuerdo con la siguiente distribución:»

- 275 sobre errates mecàniques, imprecisions en el llenguatge i errors ortogràfics, sintàctics, conceptuals i cronològics
- 58 sobre esqueles de contingut polític o humorístic
- 53 sobre titulars incorrectes o no adequats al text
- 29 sobre subversions de valors entronitzant falsos herois
- 22 sobre mapes incorrectes o errors de localització
- 21 sobre abús en el recurs de fonts no identificades
- 20 sobre prejudicis sobre altres ètnies, nacionalitats o entitats
- 19 sobre fotografies amb peus incorrectes, canviats, sense identificar o d'identificació incompleta
- 18 sobre informacions i documents gràfics de contingut sensible (mort de famosos per càncer, escena de carnisseries, etc.)
- 17 sobre llenguatge considerat blasfem o malsonant
- 14 sobre errors publicitaris o anuncis incorrectes o enganyosos
- 13 sobre atemptats a la pròpia imatge i a la intimitat de les persones
- 12 sobre excés de declaracions polítiques
- 9 sobre errors pel que fa a l'origen de personatges famosos
- 7 sobre serveis al lector poc efectius
- 6 sobre protestes per la no-publicació de cartes al director
- 6 sobre acudits considerats de mal gust
- 6 sobre càlculs incorrecte de grups humans
- 5 sobre desconsideració de la presumpció d'innocència

- 5 sobre mots encreuats amb endevinalla desafortunada
- 4 sobre citació incorrecta en un article del defensor³⁴. Al final del primer any, també vam preguntar a Roger Jiménez sobre aquells textos que es referien a grups minoritaris o a dones. El defensor del lector de *La Vanguardia* destacà el titular següent:

20-11-94: «*La divisoria del color*»

Un immigrant de Gàmbia, resident a Calella i que guanyà la loteria primitiva amb el premi més important de totes les loteries espanyoles, és anomenat *moreno*, qualificatiu emprat pels mateixos immigrants africans i pels seus veïns. En el transcurs de la mateixa setmana i en la sinopsi argumental d'una pel·lícula es parla de «raça gitana». Roger Jiménez aplega opinions com les de Joan Gomis, de Justícia i Pau: «Encara que procurem no caure en discriminacions, s'ha de tenir en compte l'existència d'uns valors que no corresponen a la multicultural, afavorits per una llarga educació. Tots els països, especialment els del nord, hem d'assimilar corrents migratoris que seguiran en el futur. És una de les grans qüestions que aborda el món».

Encara que, de fet, trobem indicadors interculturals en d'altres, com en *Las fotos de una atrocidad*, violenta fotografia dels afrikaners, i en les afeccions futbolístiques des de l'òptica de grups minoritaris a «Español, Barça e igualdad noticiosa».

Conclusions

1. La comunicació intercultural és el marc teòric per reconèixer i aproximar les diferents individualitats. En aquest procés es produeixen «sorolls» que es manifesten com a distorsions, tòpics i associacions negatives, perquè no coincideixen amb el patró cultural dominant. També en creuar variables com classe social, gènere o lloc de procedència augmenta la distància comunicativa i els processos d'etiquetatge.

2. El diagnòstic de sorolls interculturals en el periodisme comprèn dues grans àrees: la conceptualització-nominació i la selecció temàtica, en funció dels «paquets» d'actualitat (seccions/subseccions) i esdeveniments amb els quals s'associa als *diferents*.

3. El periodisme d'investigació i les seves variants —infiltració i precisió— ja ha donat bons exemples d'interculturalitat. La seva tasca no ha acabat i és necessari desenvolupar el periodisme en la denúncia de la discriminació intercultural.

4. La docència en periodisme intercultural és una necessitat de les societats que pretenen viure en un model democràtic participatiu, en el qual aparegui com a valor la interculturalitat.

34. JIMÉNEZ, R.: «El año de los lectores», a *La Vanguardia*, 24 de desembre de 1994, p. 8.

5. La defensa dels lectors en els diaris de prestigi és un indicador de la sensibilitat emergent en la recepció dels discursos informatius i del fet que l'educació intercultural comença a donar els seus fruits. També és cert que la sensibilitat intercultural dependrà, en gran manera, del «defensor/defensora», mentre els llibres d'estil o els estatuts de redacció no incloguin de manera concreta les recomanacions dels codis deontològics consensuats pels professionals de la informació.

Bibliografia

- ABC, *Libro de estilo*. Barcelona: Ariel, 5a ed. 1993.
- ASANTE, M.K.; NEWMARK, E.; BLAKE, C.A. (1979). *Handbook of intercultural communication*. Beverly Hills-London: Sage Publications Ltd.
- ASANTE, M.K.; GUDYKUNTS, W. (editors) (1989). *Handbook of International and Intercultural Communication*. Sage Publications.
- ASUNCIÓN-LANDE, N. (1986). «Comunicación intercultural», a: FERNÁNDEZ COLLADO-DAHNKE, *La comunicación humana. Ciencia Social*. Méxic: McGraw-Hill.
- BATESON et al. (1987). *La nueva comunicación*. Barcelona: Kairos.
- BAUDRILLAD, J. (1987). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairos, 3a ed.
- BERGER, P.L.; LUCKMANN, T. (1976). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- BERLO, D. (1984). *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires: Ed. El Ateneo, 14 ed.
- BERNSTEIN, B. (1977). «Códigos elaborados y restringidos: sus orígenes sociales y consecuencias» a: SMITH, A. (editor), *Comunicación y cultura*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- BLUMLER, J.; MCLEOD, J.; ROSENGREN, K. (1992). «Comparatively Speaking: communication and Culture across Space and Time». *Sage Annual Reviews of Communication Research*, 19.
- BODAS, J.; DRAGOEVICH, A. (1994). *El mundo árabe*. Madrid: Editorial Comunica.
- CALVO BUEZAS, (1989). *Los racistas son los otros*. Madrid: Ed. Popular.
- DE FLEUR; BALL ROKEACH, (1982). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- DE LUCAS, J. (1992). *Europa: ¿Convivir con la diferencia?* Madrid: Ed. Tecnos.
- DEMORGON, J. (1989). *L'exploration interculturelle. Pour une pédagogie internationale*. París: Armand Colin.
- EDELSTEIN, A.; ITO, Y.; KEPPLINGER, H.M. (1989). *Communication and Culture: a comparative approach*. Londres: Longman.
- El País* (1990). *Libro de estilo*. Madrid: Ediciones EL PAÍS, 5a ed.
- FISHER-BROWN, (1989). *Getting together*. Londres: Bussiness Books.
- GOFFMAN, E. (1977). «Alienación en la interacción», a: SMITH, A.G. *Comunicación y cultura*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- GOFFMAN, E. (1989). *Estigma*. Buenos Aires: Amorrortu.
- GOMIS, L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- GROSSI, G. (1985). «Professionalità, Giornalistica e Costruzione sociale della Realtà». *Problemi Dell'Informazione X*, núm.3.
- GUDYKUNST, W.; KIM, Y. Y. (1984). *Methods for intercultural communication research*. vol. VIII. Sage Publications.
- HALL; FOOTE WHITE. (1977). «Guía para los hombres de acción», a: SMITH, A.G. *Comunicación y cultura*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- HALL, E.T. (1989). *El lenguaje silencioso*. Madrid: Alianza Editorial.
- HALL, E.T. (1978). *Más allá de la cultura*. Barcelona: Gustavo Gili.

- HARDWOOD, R. (1978). *De la prensa, por la prensa, para la prensa (y algo más)*. Mèxic: Ediciones Gernika.
- ISRAEL, E.; GARCÍA DE TORRES. (1991). «Comunicación intercultural». *Comunicación y Estudios Universitarios. Revista de Ciencias de la Información*, núm. 1.
- ISRAEL, E. (1992). «El periodista y el relato. De la selección a la construcción de la realidad», a *Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información*. Pamplona: EUNSA.
- ISRAEL, E. (1993). «Emisores, periodistas y comunicadores: referentes clásicos y proyección intercultural», *Comunicación y Estudios Universitarios. Revista de Ciencias de la Información*, núm. 3.
- ISRAEL, E. (1994). «La verdad periodística. De lo verosímil a los valores-noticias». *Estudios de Periodística*. núm. 2.
- JULIANO, D. (1993). *Educación intercultural*. Madrid: EUEDEMA.
- KIM, Y. Y. (1988). «Communication and Cross-Cultural adaptation: an integrative theory». *Multilingual Matters Intercommunication*, núm. 2.
- KIM, Y.Y. (1994). «Interethnic Communication. The context and the behavior», a *Communication Yearbook* 17.
- KIM, Y.Y. (editor) (1986). «Interethnic Communication. Current Research», a *International and Intercultural Communication Annual X*.
- KIM, Y.Y.; GUDYKUNST, W. (1988). «Theories in intercultural communication», a *International and Intercultural Communication Annual XII*.
- KORZENNY, F.; TING-TOOMEY, S.; SCHIFF, E. (1992). «Mass Media Effects across cultures», *International and Intercultural Communication Annual*, XVI.
- LADMIRAL, J.R.; LIPIANSKY, E.M. (1989). *La communication interculturelle*. París: Armand Colin.
- MARTIN BARBERO, J. *Comunicación masiva. Discurso y poder*. Quito: CIESPAL. (1978).
- MARTINDALE, C. (editor) (1993). *Pluralizing Journalism Education. A multicultural handbook*. Westport: Greenwood Press.
- MEYER, P. (1993). *Periodismo de precisión*. Barcelona: Bosch.
- MCBRIDE, S. et al. (1980). *Un solo mundo, múltiples voces*. México: Fondo de Cultura Económica.
- MCQUAIL, D. (1991). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós. 2a ed.
- MCQUAIL; WINDHAL. (1984). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona: EUNSA.
- MORRIS, D. (1970). *El zoo humano*. Barcelona: Plaza y Janés.
- O'SULLIVAN, M. (1980). «Measuring individual differences», a *Nonverbal Interaction*.
- PARÉS, M. (1991). *Cultura, identitat cultural i relacions interculturals: simposi internacional*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- QUIJADA, M. (1994). «Nación y pluriculturalidad: los problemas de un nuevo paradigma», *Revista de Occidente*, núm. 161.
- ROIZ «Interculturalidad», a *Revista de Documentación Social*. (1994).
- ROS, A. (1993). «La diversitat cultural al sistema educatiu», *Entrepobles-Documentos VIII*. Generalitat Valenciana.
- SAMOVAR, L.; PORTER, R.; JAIN, N. (1981). *Understanding intercultural communication*. Belmont: Wadsworth Company.
- SAMOVAR, L. (1985). *Intercultural communication. A reader*. Belmont Wadsworth Company.
- SMITH, A. (comp.). (1977). *Comunicación y cultura. Sintáctica*. Buenos Aires: Nueva Visión.

- SMITH, A. (comp.). (1977). *Comunicación y cultura. Semántica y pragmática*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- THOMAS, S. (editor). (1990). «Communication and Culture: language, performance, technology and media». *Studies in Communications*, 4.
- TUCHMAN, G. (1983). *La producción de la noticia*. Barcelona: Gustavo Gili.
- VAN DIJK, T. (1992). «Racismo y desigualdad», *Estudios de Periodismo*.
- VAN DIJK, T. (1990). *La noticia como discurso*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- VAN DIJK, T. (1993). «El estudio interdisciplinario de las noticias y el discurso», a: *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch.
- WALRRAFF, G. (1987). *El periodista indeseable*. Barcelona: Anagrama. 2a ed.
- WOLF, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

Nota biogràfica

Estrella Israel Garzón és periodista i professora de Teoria de la Comunicació i de la Informació a la Facultat de Ciències de la Informació (CEU-San Pablo) de la Universitat Politècnica de València. Doctora en Ciències de la Informació per la Universitat Complutense de Madrid, ha fet diverses investigacions de fonamentació teòrica i d'anàlisi del discurs periodístic, especialment sobre l'evolució de valors-notícia. Des de fa alguns anys, treballa en la perspectiva intercultural en articles com ara «Comunicación intercultural» (1991) o «Emisores, periodistas y comunicadores: referentes clásicos y proyección intercultural» (1993).