

Material para los cursos de formación para el profesorado y Asociaciones de Padres y Madres de alumnos/as.

Proyecto ***Comunicación para la tolerancia: Avanzando Juntos hacia la Convivencia Intercultural***, financiado por Agencia Andaluza de Cooperación Internacional de la Junta de Andalucía y la Consejería de Bienestar Social de la Junta de Comunidades de Castilla la Mancha.

Elaboración:



Área de Educación para el Desarrollo

Coordinación: Raquel González Juárez

Adaptación de contenidos en Andalucía: Javier Cuenca Villén y Virginia Sánchez Casado.

Febrero de 2007

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>4</b>
1. CONVENCIÓN DE LOS DERECHOS DEL NIÑO .....	4
2. INTRODUCCIÓN A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.....	5
<b>INTERCULTURALIDAD Y MULTICULTURALIDAD.....</b>	<b>9</b>
1. MULTICULTURALIDAD/INTERCULTURALIDAD .....	9
2. EDUCACIÓN INTERCULTURAL EN UNA SOCIEDAD MULTICULTURAL.....	10
3. ALTERNATIVAS A LA DIVERSIDAD CULTURAL .....	12
Propuesta de educación para un modelo intercultural .....	13
4. PROPUESTA DE ACTIVIDADES.....	14
1- Raíces del Racismo .....	14
2- Contacto entre Culturas .....	16
3 - Ponte en su Lugar.....	19
4 - Vamos a Investigar .....	21
5 - Creando un Plan de Acción .....	23
<b>PROPUESTAS EDUCATIVAS A LA DIVERSIDAD CULTURAL .....</b>	<b>26</b>
1. EL PREJUICIO .....	26
2. PROPUESTA DE ACTIVIDADES.....	29
1. Vivenciar la marginación .....	29
2. Conciencia de los prejuicios.....	31
3. Carta a un Skin .....	32
4. Una historia verdadera.....	33
5. Los Papalagi .....	35
3. FUNDAMENTOS DEL MODELO DE APRENDIZAJE COOPERATIVO.....	36
Estructura Democrática.....	36
Elementos de la metodología cooperativa .....	37
Trabajo en asamblea.....	38
<b>FLUJOS MIGRATORIOS .....</b>	<b>38</b>
1. ESTADÍSTICAS.....	38
Inmigrantes por procedencia. Total en 2006 .....	38
Evolución de la población extranjera en las provincias andaluzas.. .....	38
Migración neta en la zona euro (por cada 1.000 habitantes) .....	39
2. CRONOLOGÍA DE LA INMIGRACIÓN ESPAÑOLA.....	40
¿Qué ha cambiado para convertirnos en un país receptor? .....	41
3. LA LEY DE EXTRANJERÍA.....	43
Grupos de migrantes:.....	43
¿Qué es la ley de extranjería? .....	44
<b>LA IMPORTANCIA Y EL PODER DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>45</b>
1. EL INFORME MC BRIDE: OTRA COMUNICACIÓN ES POSIBLE .....	45
Características .....	45
2. LA AGENDA SETTING.....	49
3. FUNCIONAMIENTO DE LOS MEDIOS.....	50
4. CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS .....	52
Código Deontológico de la Profesión Periodística .....	53

Código Internacional de Ética Periodística de la UNESCO .....	56
5. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ANTE LA INMIGRACIÓN., por Vicenç Villatoro .....	57
Inmigración, acogida, diversidad .....	58
La responsabilidad social de los medios .....	59
Los requerimientos a los medios.....	61
a) Criterios restrictivos respecto a la información.....	62
b) Criterios positivos respecto a la información.....	63
c) Criterios respecto a la opinión.....	63
Las dificultades de la práctica periodística .....	63
La vía de la autorregulación .....	65
Renovar los compromisos.....	66
<b>EL PERIODISMO PREVENTIVO Y LOS OBSERVATORIOS DE MEDIOS .....</b>	<b>72</b>
1. PRECEDENTES DE LO QUE LLAMAMOS PERIODISMO PREVENTIVO .....	73
1.1. Periodismo cívico .....	73
1.2. Periodismo para la paz.....	75
2. PERIODISMO PREVENTIVO .....	78
2.1. Contexto y definición .....	78
2.2. Características con las que pretendemos dotar al periodismo preventivo .....	80
2.3. Herramientas principales.....	80
2.4. Logros .....	81
<b>ANÁLISIS DE NOTICIAS .....</b>	<b>84</b>
1. ¿EN QUÉ NOS TENEMOS QUE FIJAR AL COMENTAR UN TEXTO PERIODÍSTICO? ...	84
2. ANÁLISIS DE TEXTOS PERIODÍSTICOS.....	86
<b>CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN PARA PROFESORES/AS, MADRES Y PADRES .....</b>	<b>89</b>

## INTRODUCCIÓN

- Presentación del curso y de los participantes
- Expectativas del grupo: ¿Qué queremos aprender?
- Convención de los Derechos del Niño y la Niña
- Reflexión: ¿Qué son los medios de comunicación social?

### 1. CONVENCIÓN DE LOS DERECHOS DEL NIÑO

---

#### ▪ PRIVACIDAD

##### Artículo 8

Los Estados Partes se comprometen a respetar el derecho del niño a preservar su identidad, incluidos la nacionalidad, el nombre y las relaciones familiares de conformidad con la ley sin injerencias ilícitas.

##### Artículo 16

Ningún niño será objeto de injerencias arbitrarias o ilegales en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia ni de ataques ilegales a su honra y a su reputación.

#### ▪ LIBERTAD DE EXPRESIÓN

##### Artículo 12

Los Estados Partes garantizarán al niño que esté en condiciones de formarse un juicio propio el derecho de expresar su opinión libremente en todos los asuntos que afectan al niño, teniéndose debidamente en cuenta las opiniones del niño, en función de la edad y madurez del niño.

##### Artículo 13

El niño tendrá derecho a la libertad de expresión; ese derecho incluirá la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o impresas, en forma artística o por cualquier otro medio elegido por el niño.

##### Artículo 14

Los Estados Partes respetarán el derecho del niño a la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión.

#### ▪ MEDIOS DE COMUNICACIÓN

##### Artículo 17

Los Estados Partes reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán por que el niño tenga acceso a información y material procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental.

Con tal objeto:

- a) Alentarán a los medios de comunicación a difundir información y materiales de interés social y cultural para el niño;
- b) Promoverán la cooperación internacional en la producción, intercambio y difusión de esa información y esos materiales;
- d) Alentarán a los medios de comunicación a que tengan en cuenta las necesidades lingüísticas del niño

#### ▪ PARTICIPACIÓN

##### Artículo 31

Los Estados Partes reconocen el derecho del niño al descanso y el esparcimiento, al juego y a las actividades recreativas propias de su edad y a participar libremente en la vida cultural y en las artes.

Los Estados Partes respetarán y promoverán el derecho del niño a participar plenamente en la vida cultural y artística y propiciarán oportunidades apropiadas, en condiciones de igualdad, de participar en la vida cultural, artística, recreativa y de esparcimiento.

## 2. INTRODUCCIÓN A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL<sup>1</sup>

---

### ¿Qué son los Medios de Comunicación?

Son sistemas de transmisión de mensajes que se difunden a un gran número de receptores a través de diferentes técnicas y canales

Unas matizaciones...

Los documentos mediáticos son construcciones, no reflejos exactos de la realidad

Los documentos mediáticos pueden parecer la realidad misma

Porque parecen “la realidad misma”, los documentos mediáticos son un instrumento poderosísimo para la transmisión de una ideología

### Caracterizando los medios...

- El emisor suele ser un equipo o una organización.
- Los receptores son colectivos.
- La comunicación es unilateral.
- Emplean canales artificiales con tecnología compleja y elevado coste.
- Los medios se someten a la economía de mercado, formando parte de una industria.
- La deformación de los contenidos, simplificándolos, para adaptarlos a un tipo medio de público.
- El trato a los receptores como una masa homogénea.
- Carácter conservador y falta de espíritu crítico.
- Carácter pasivo de la recepción.
- Extraordinario poder como vehículo de transmisión de ideologías.

### Objetivos de los medios de comunicación

- Crear audiencia.
- Crear un público potencialmente comprador.

---

<sup>1</sup> José M<sup>a</sup> González-Serna Sánchez. IES Carmen Laffón. San José de la Rda., Sevilla

- Crear conciencias.
- Diseñar o mantener un determinado orden social.
- ¿Informar y Entretener? Sí, cuando sirve para vender más publicidad, la que verdaderamente mantiene los medios.

### **¿Qué debemos estudiar en los medios?**

Los documentos mediáticos son construcciones. Por tanto debemos prestar atención principal a...

- El emisor y los factores que determinan al emisor
- Las técnicas que emplean para convencernos de su verdad u objetividad
- La ideología que hay en el fondo de los documentos
- El papel que desempeñan las audiencias

### **El emisor de los documentos mediáticos**

- Los documentos mediáticos, como ya sabemos, poseen unos emisores complejos que, en raras ocasiones es una sola persona.
- Además, esos emisores se ven determinados por una serie de factores:
  - Los propietarios o las compañías que controlan esos medios.
  - El tipo de institución mediática ante el que estemos:
    - Instituciones de servicio público.
    - Instituciones comerciales.
- El estado y las leyes.
- Los condicionantes económicos.
- Las audiencias.
- El personal de los medios.
- Las fuentes documentales.

### **Los condicionantes económicos**

Uno de los objetivos de los medios es crear una audiencia potencialmente compradora.

Este hecho distingue dos tipos de medios y/o de documentos:

a) Los que producen ganancias visibles

Algunos ejemplos de cómo determinan los medios son:

- Las series organizadas en función de bloques de anuncios.
- La inclusión de publicidad indirecta.
- La organización en secciones para canalizar mejor la publicidad.

b) Los que producen ganancias invisibles

Aquellos que no producen beneficios económicos, pero sí buenas críticas y prestigio cultural o social.

Estos documentos pueden “predisponer” a las audiencias hacia otros productos del mismo medio o de la misma empresa.

### **Retórica mediática**

- Selección.
  - ¿Por qué se ha seleccionado?
  - ¿Qué intereses se satisfacen al hacerlo?

¿Hay algo no ofrecido que hubiera dado otra perspectiva?

- Explotación de la ambigüedad de la imagen:  
Trabajo en la selección de las imágenes.  
Trabajo en la interpretación de las imágenes.
- Supresión del efecto de cámara o equipo.
- Puesta en escena.
- Montaje:  
Crea nuevos significados a partir de otros.  
Falsifica la dimensión del tiempo.  
Montar es seleccionar y comprimir.
- Creación de marcos interpretativos.
- Creación de un discurso narrativo.

### **El concepto de ideología**

- Karl Marx (Ideología)  
“Conjunto de ideas que surgen de un conjunto dado de intereses”.  
“Las ideas de las clases dominantes son las ideas dominantes en la sociedad”.
- Gramsci (Hegemonía)  
Los grupos dominantes aspiran a convertir sus ideologías en hegemonías, es decir, en algo aceptado por todos los grupos sociales porque se considera “de sentido común” o “natural”.  
Instrumentos para conseguir la hegemonía ideológica: Cultura, Educación y Medios de comunicación.
- R. Barthes (Mitología)  
Podemos llamar “mitos” a las creaciones que han sido despojadas de:  
Su historia: Las causas o razones que la han producido.  
Su carga política, por lo que se nos ofrecen como si no fueran obra de nadie y, por tanto, aceptable por todos.

### **La ideología en los medios**

Los medios de comunicación son unos importantes transmisores de la ideología dominante, pero hay que hacer algunas... MATIZACIONES

- Entre los medios y los estados existen tensiones provocadas por:  
La búsqueda por parte de los medios de una cierta independencia que les de credibilidad ante las audiencias.  
La propia ideología de las empresas mediáticas que no siempre coinciden con las dominantes.
- Los grupos dominantes no siempre presentan unas posturas únicas
- Los propios medios tampoco presentan una ideología única.
- A veces la ideología de los grupos dominantes puede coincidir con la de los grupos subordinados, al responder a parte de sus intereses.

## **El papel de las audiencias**

Los teóricos de los medios se dividen en dos grupos a la hora de considerar el papel de las audiencias:

A) Las audiencias son entes pasivos: los espectadores son objetos de consumo en manos de los medios, que los utilizan para vender la publicidad que sostiene al propio medio.

B) Las audiencias son usuarios activos: las audiencias hacen elecciones en función de la probabilidad de que un medio satisfaga sus necesidades

Dudas ¿razonables?

- Los usuarios hacen elecciones libres, independientes de su raza, cultura, clase o ideología política
- Las audiencias obtienen lo que buscan, y los medios suponen que las audiencias buscan diversión, escape o compañía.

## INTERCULTURALIDAD Y MULTICULTURALIDAD

*“La lucha por los derechos de los migrantes y de los pueblos originarios forman parte del esfuerzo colectivo para obtener mejores derechos humanos para todos. Cuando el movimiento por los derechos humanos avanza, también progresa el derecho de los pueblos originarios y el de los inmigrantes, como el de todos los ciudadanos”.*

Seminario sobre Derechos Humanos y Discriminación Agosto, 2004. Archivo y Museo Históricas del Banco de la Provincia de Buenos Aires. Argentina

### 1. MULTICULTURALIDAD / INTERCULTURALIDAD

Cuando se habla de inmigración, se pueden hacer tres distinciones que abarcan tres ámbitos distintos:

- Una cosa es hablar de los flujos migratorios, de cifras, de fronteras, de las leyes de extranjería, de los papeles, las llegadas de pateras...
- Otra cosa es la acogida de los que llegan y con qué se encuentran esas personas: las políticas sanitarias, educativas, urbanísticas...
- Por último está la cuestión de la gestión de la diversidad, los mecanismos que la sociedad utiliza para la convivencia entre personas de distintas tradiciones religiosas, políticas, culturales, y la forma de conseguir una sociedad donde la diferencia no se convierta en desigualdad de derechos y deberes ciudadanos.

### ¿Interculturalidad, Multiculturalidad o Pluralismo Cultural? Propuesta terminológica y conceptual

<b>Plano fáctico</b> O de los hechos <b>LO QUE ES</b>	<b>MULTICULTURALIDAD</b> = diversidad cultural (lingüística, religiosa...)	<b>INTERCULTURALIDAD</b> = relaciones interétnicas (interlingüísticas, interreligiosas...)
<b>Plano normativo</b> O de las propuestas sociopolíticas y éticas <b>LO QUE DEBERÍA SER</b>	<b>MULTICULTURALISMO</b> Reconocimiento de la diferencia Principio de igualdad Principio de diferencia	<b>INTERCULTURALISMO</b> Convivencia en la diversidad Principio de igualdad Principio de diferencia Principio de interacción positiva
	<b>Modalidad 1</b>	<b>Modalidad 2</b>
	<b>PLURALISMO CULTURAL</b>	

## Tipología de modelos sociopolíticos ante la diversidad sociocultural

<b>EXCLUSIÓN</b> Racismo, xenofobia antisemitismo, apartheid, holocausto, etc...	<b>Discriminación</b> del Otro (trato desigual)	Legal	Leyes discriminatorias
		Social	Prácticas discriminatorias
	<b>Segregación</b> del Otro	Espacial	Guetos residenciales Delimitación de espacios públicos
		Institucional	Guetización escolar Guetización sanitaria
	<b>Eliminación</b> del Otro	Cultural	Etnocidio Fundamentalismo cultural
		Física	Genocidio Limpieza étnica
<b>INCLUSIÓN</b>	Homogeneización	Asimilación	Anglicización Arabización Ladinización
		Fusión cultural	Melting Pot
	Aceptación de la diversidad cultural como positiva	Pluralismo cultural	Multiculturalismo
			Interculturalismo

Según este cuadro, podemos decir entonces que una sociedad multicultural es aquella en la que existen diferentes culturas. La cuestión es que cuando vamos a clase convivimos personas de diferentes culturas, religiones, etc. Cuando esa convivencia es **positiva** la llamamos interculturalidad. Una mezcla de las dos cosas, de un reconocimiento del otro como igual a mí, y también como diferente, y la convivencia y la actuación entre todas las personas es a lo que se le llama pluralismo cultural.

## 2. EDUCACIÓN INTERCULTURAL EN UNA SOCIEDAD MULTICULTURAL<sup>2</sup>

¿Cómo se ha convertido nuestra sociedad en una sociedad multicultural? Por la llegada “masiva” de inmigrantes durante los últimos años.

¿Qué no ha contado en este proceso?

- Las grandes migraciones desde las zonas rurales a “la capital”
- La población gitana no ha conseguido dar la sensación de multiculturalidad a los payos, aunque hayan estado presentes aquí desde hace cinco siglos.
- Tampoco los inmigrantes de otros países noreuropeos, que además de ser numerosos llevan aquí bastante tiempo.
- La vuelta de personas que han vivido durante unos o muchos años en otros países y desde allí han traído otras costumbres y formas de pensar.

<sup>2</sup> Propuesta del colectivo AMANI

### ¿Por qué la sensación de vivir en una sociedad multicultural es reciente?

La diferencia entre estos grupos y el grupo de las y los “inmigrantes”, que han llegado en los últimos 15 años, puede explicarse debido a tres aspectos:

1. Diferencias culturales mayores entre el grupo mayoritario y los diversos grupos minoritarios = multiculturalidad
2. Existencia de prejuicios negativos = causas de una mayor conflictividad en la convivencia
3. Gran desequilibrio de poder social y económico

Para gran parte de la población la frase *La multiculturalidad enriquece*, no es más que una utopía. La vivencia real es que provoca sobre todo problemas.

### La multiculturalidad como fenómeno conflictivo. ¿Qué elementos la hacen conflictiva?

1. *El desconocimiento mutuo.* El hecho de estar viviendo y trabajando en una misma zona geográfica no significa que haya un conocimiento mutuo o que existan relaciones de convivencia constructivas. La sociedad multicultural hace referencia a la coexistencia de personas de muchas culturas, pero no define el tipo de interrelaciones.
2. *Las diferencias culturales.* Es decir; personas con diferentes modos de entender la realidad y relacionarse con ella, diferentes costumbres, diferencias de ideología o religión, etc. tienen que buscar formas de compaginar sus modos de vida.
3. *Problemas en la comunicación.* No solamente por hablar un idioma diferente, sino también por el uso de diferentes símbolos y códigos que hacen que la comunicación se establezca desde distintos parámetros. No existen a priori canales de comunicación comunes ya que cada grupo tiene el suyo propio.
4. *Relaciones competitivas entre los grupos más desfavorecidos:* Coexisten grupos con necesidades comunes, que en lugar de unirse para conseguirlas, compiten por ellas; los recursos económicos, medios de subsistencia, etc. Las relaciones competitivas crean y fomentan los prejuicios.
5. *Desequilibrio de poder:* Se encuentran grupos de personas con distinto poder y diferentes oportunidades de acceso a éste. Lo que significa que en la lucha por la identidad y los recursos no van a competir en igualdad de condiciones y que los códigos y símbolos de comunicación van a ser impuesto por la parte más fuerte.

Los problemas aquí mencionados dan la sensación que toda convivencia multicultural es negativa, porque surgen conflictos que son el resultado de las diferencias entre seres humanos. Cada dificultad aquí mencionada necesita un reajuste constructivo para que enriquezca.

### 3. ALTERNATIVAS A LA DIVERSIDAD CULTURAL<sup>3</sup>

---

El objetivo de plantear alternativas es regular estas diferencias conflictivas para que el resultado sea positivo y enriquecedor. Antes de mencionar las alternativas, se muestran los diferentes modelos de interacción que se pueden dar entre un grupo mayoritario y las minorías:

#### 1. No hacer nada

No política, no alternativa, no pedagogía. Eso parece un chiste, pero ésta ha sido hasta hace poco tiempo la actitud dominante. En las escuelas no se trataba el tema del pueblo gitano, ni importaba de dónde venía el alumnado.

#### 2. La separación

La segregación como modelo. “Hay diversidad cultural. Pues muy bien: separemos las culturas”. Para que no surjan conflictos, los blancos con los blancos, los negros con los negros. Barrios específicos en las ciudades, con su propia infraestructura, las escuelas gueto. Cruzar una calle significa salir de un mundo para entrar en otro. En cada ciudad y cada pueblo podemos encontrar estos diferentes barrios. La forma más negativa de separación es la marginación.

#### 3. El asimilacionismo

Surgió como una idea positiva: “Hay que ayudar a las minorías a participar en la sociedad en igualdad de condiciones”. Esto, con el tiempo se convirtió en una ideología impositiva: lo que hay que hacer con la diversidad cultural es convencer a la minoría de que lo mejor que puede hacer es pasarse a la mayoría. Las diferencias culturales se convierten en deficiencias culturales. Este modelo provoca un desinterés por la diversidad y mantiene el desequilibrio social, y los estereotipos y prejuicios.

#### 4. El Multiculturalismo o pluralismo cultural

El pensamiento pluralista parte de la idea: “Lo tuyo está bien, lo mío está bien. Hay que respetar las diferencias culturales. Todo está bien, lo que tenemos que hacer es que no haya conflicto. Hace falta unas normas ciudadanas comunes y una gran libertad cultural”. En vez de entrar en los problemas provocados por las diferencias aceptamos todo, compartimos espacios y convertimos las culturas en folclore.

Las críticas más frecuentes a este modelo son:

- La concepción estática de lo que es una cultura. La cultura se convierte en una caricatura de si misma.
- La identidad cultural está por encima de la convivencia entre personas.

El modelo multicultural durante 15, 20 años funcionó en algunos países. Fue la referencia más clara para la intervención social. Esto junto con unas gotas de compensación fue una mezcla de igualdad de oportunidades y de coexistencia. El fracaso y la crítica a este modelo han hecho surgir uno nuevo. Un modelo integrado, que es lo que se denomina interculturalidad.

---

<sup>3</sup> Propuesta del colectivo AMANI

## 5. La interculturalidad

En la convivencia intercultural se recalca que las culturas no son como islas separadas entre sí, con una historia independiente de conexiones e influencias mutuas. Siempre ha habido encuentros entre culturas e intercambios basados en la influencia mutua. Lo que importa es promover estos contactos desde un deseo de encuentro.

Con frecuencia nos centramos en lo que nos diferencia y nos olvidamos de lo que nos une. De hecho, uno de los errores que a menudo se comete con los hijos e hijas de inmigrantes en situaciones educativas es marcarlos como distintos del resto por su pertenencia a otra cultura, cuando en realidad todas y todos tenemos cosas en común y cosas que nos diferencian.

En vez de ver la cultura como un sistema rígido que encierra a las personas, entendemos que lo que define la interculturalidad es la relación dinámica entre personas de diferentes culturas. Cuando surgen conflictos provocados por la diversidad cultural se pueden buscar soluciones que tengan en cuenta las diferencias, sin la necesidad de homogeneizar ni de imponer. No necesitamos una igualdad de culturas sino de crecer juntos. No se trata de evitar los conflictos, sino aprender a regularlos de una forma justa y constructiva, desde el respeto a las diversidades culturales y teniendo en cuenta las necesidades individuales.

Para entender mejor a otras culturas tenemos que analizarlas desde sus parámetros y para que crezcan necesitamos una visión crítica de éstas, incluida la nuestra.

### **Propuesta de educación para un modelo intercultural<sup>4</sup>**

Consideraciones previas ...

En España, la Educación Intercultural se ha planteado como un problema técnico, relativo sobre todo al bilingüismo y al bajo rendimiento escolar de los hijos de inmigrantes extranjeros. Por tanto la intervención se ha dirigido fundamentalmente al ámbito educativo formal a través de programas de educación compensatoria. En algunos centros se ha empezado hace unos años con programas de enseñanza en la lengua y cultura de origen, pero esto sigue siendo algo excepcional.

La interculturalidad desemboca en un problema sociopolítico, que afecta a todas las instituciones sociales: también a las relacionadas con la educación, existiendo un reconocimiento expreso del papel limitado de la escuela.

#### La puesta en práctica

La Educación Intercultural reconoce que la multiculturalidad, como fenómeno social es en sí misma conflictiva. Ante esta situación propone la utilización de estos conflictos para establecer entre los diferentes grupos unas relaciones de interdependencia enriquecedora basada en la valoración y el enriquecimiento mutuo.

Para alcanzar este objetivo la Educación Intercultural destina sus esfuerzos hacia los diferentes colectivos que van a formar parte de esa relación de interdependencia positiva, no solo a los colectivos mayoritarios o a los minoritarios.

---

<sup>4</sup> Propuesta del colectivo AMANI

## Objetivos

1. Conocer nuestras percepciones sobre nuestra cultura y sobre las culturas diferentes, analizar el origen de esas percepciones así como los valores que las sustentan.
  - Entender los mecanismos relacionados con las generalizaciones, los estereotipos y los prejuicios.
2. Favorecer el conocimiento, el respeto y la valoración positiva de lo diferente
  - Ser consciente de cómo una cultura influye en las personas.
  - Ver las diferencias y las similitudes que pueda haber entre personas de diferentes culturas.
  - Aprender a valorar actuaciones culturales desde los parámetros de estas culturas.
  - Aprender a comunicarnos con personas que tienen códigos sociales diferentes.
3. Reconocer la discriminación en nuestro ambiente
  - Darnos cuenta de los modos de relacionarse entre el grupo mayoritario y los grupos minoritarios.
  - Entender que la discriminación tiene muchas facetas.
4. Propiciar la toma de conciencia sobre la realidad de un mundo interdependiente.
  - Salir de una versión etnocentrista de la realidad.
5. Promover actitudes, conductas y cambios sociales y estructurales que eviten la discriminación y favorezcan las relaciones positivas y justas, posibilitando el desarrollo específico de cada cultura.
  - Aprender mecanismos de toma de decisiones por consenso y de la regulación de conflictos de una forma justa y constructiva.

## 4. PROPUESTA DE ACTIVIDADES

---

### 1- Raíces del Racismo<sup>5</sup>

Objetivo: Proponer una reflexión sobre la posición económica de las diferentes razas o colectivos y su relación con el racismo y la xenofobia.

Desarrollo:

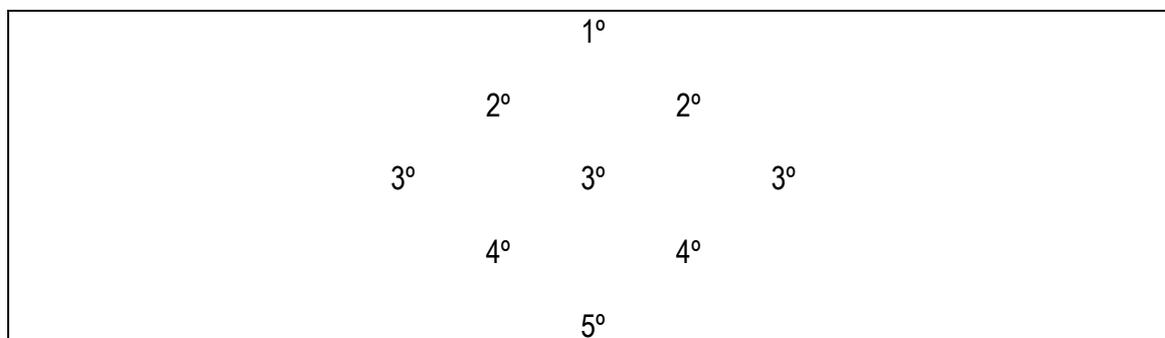
Se divide la clase en grupos de 6 personas.

Cada grupo, a su vez, se divide en parejas y a cada una de ellas se les da una serie de tarjetas con frases (*ver anexo I*). En este caso, hemos elegido frases sobre la etnia gitana, pero el contenido de las tarjetas puede modificarse en función del colectivo sobre el que queramos trabajar. Cada pareja lee las afirmaciones de las tarjetas y comentan su grado de conformidad

---

<sup>5</sup> *Educación Intercultural. Análisis y resolución de conflictos*. Colectivo Amani. Ed. Popular

con la misma. Entonces colocan las tarjetas en forma de diamante (ver *fig. 1*), poniendo aquella que consideran más importante en el vértice superior, en la posición 1, y así sucesivamente. Aquella tarjeta que contenga la frase con la que estén menos de acuerdo, debe quedar en vértice inferior, en la posición 5. El diamante debe lograrse por consenso en la medida de lo posible.

**FIG. 1**

A continuación se juntan las parejas y exponen las razones por las que eligieron ese orden para intentar llegar a un diamante de consenso entre los seis miembros del equipo. Las tarjetas se pegan en una cartulina y se comparten los resultados con el resto de los equipos.

### Orientaciones didácticas

La presente dinámica puede aplicarse para acercarnos a las causas que, en nuestra opinión provocan el racismo o la marginación de determinados colectivos en nuestra sociedad. En este caso hemos seleccionado afirmaciones sobre el pueblo gitano, pero el contenido de las tarjetas puede cambiarse si el profesorado lo cree oportuno, en función de las características propias del entorno social en el que se sitúe cada centro. Se puede tratar, por ejemplo, de la situación de los inmigrantes marroquíes, ecuatorianos, de Europa del Este, etc.

A la hora de evaluar la realización de la actividad es interesante que una vez reunida toda la clase y expuestas todas las cartulinas finales se analicen las siguientes cuestiones:

- ¿Coincidieron las frases colocadas arriba y abajo?
- ¿Fue fácil llegar a un acuerdo?, ¿qué factores lo facilitaron o dificultaron?
- ¿Hay otras frases que pondrías en los primeros lugares?
- ¿Con qué frases estabas totalmente en contra?, ¿por qué?, ¿qué razones existen para que otras personas mantengan estas posturas?
- ¿Qué has aprendido en este debate a través de tus compañeros y compañeras?

ANEXO I: TARJETAS

<p><b>A LOS/AS GITANOS/AS NO SE LES TRATA IGUAL QUE AL RESTO DE LAS PERSONAS</b></p> <p>La situación económica de la población gitana, que no les permite tener acceso al sistema educativo, a la vivienda o seguridad social, provoca racismo.</p>	<p><b>SE NECESITAN LEYES QUE DISCRIMINEN POSITIVAMENTE</b></p> <p>Para igualar las posibilidades de los/as gitanos/as tendrían que promulgarse leyes que los favorecieran y les permitiera mejorar su situación y así estar en relación de igualdad con los demás grupos sociales.</p>
<p><b>LA POBLACIÓN GITANA SE TIENE QUE ORGANIZAR MEJOR</b></p> <p>Los/as gitanos/as se encuentran en esta situación desde hace mucho tiempo y los/as payos/as no han hecho nada para que cambie. La solución de sus problemas tiene que partir de ellos y pasa por organizarse mejor.</p>	<p><b>LOS/AS GITANOS/AS NECESITAN MEJORAR SUS DESTREZAS LABORALES</b></p> <p>Para mejorar su posición social deberían tener acceso a programas educativos complementarios que les permitiera tener una mejor formación y acceso a mejores puestos de trabajo.</p>
<p><b>DESCONOCEMOS LA CULTURA GITANA</b></p> <p>El problema de convivencia entre gitanos y payos se debe sobretodo al desconocimiento y la intolerancia del grupo mayoritario.</p>	<p><b>LA POBLACIÓN GITANA VIVE MEJOR QUE ANTES</b></p> <p>En la actualidad están más protegidos, por lo que sus condiciones de vida son mejores.</p>
<p><b>LOS PAYOS Y LOS GITANOS CONVIVEN SIN PROBLEMAS</b></p> <p>En los medios de comunicación los gitanos sólo aparecen cuando tienen conflictos con los payos, lo que no significa que siempre haya problemas.</p>	<p><b>EL GOBIERNO HA FAVORECIDO LA EXCLUSION DE LAS PERSONAS GITANAS</b></p> <p>El hecho de no reconocer a nivel educativo las diferencias culturales ni tener en cuenta las diferentes necesidades, ha tenido como consecuencia que los gitanos tengan que adaptarse a las normas imperantes, o excluirse.</p>
<p><b>TODOS Y TODAS TENEMOS IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b></p> <p>Tenemos igualdad de oportunidades y si no llegamos al mismo lugar es porque unos se esfuerzan más que otros.</p>	

**2- Contacto entre Culturas**

A través de la cultura, las personas adquieren una identidad cultural que determina, por ejemplo, las reglas por las que juzgar la belleza o fealdad de la gente o de las cosas, los alimentos que son deliciosos o repugnantes, las actitudes sociales deseables, etc. Todos estamos en mayor o menor medida marcados por la sociedad en que crecemos. Aunque nos toque vivir en otros países, aprender los idiomas de otras culturas y saber cómo comportarnos en ellas, en general, seguimos llevando el sello original de nuestras culturas.

Objetivo: se pretende que los estudiantes reflexionen acerca del contacto entre culturas y de las posibles soluciones a los conflictos que este pueda plantear.

Desarrollo:

El debate en clase es siempre una actividad recomendable, que obliga a una reflexión previa para tomar postura en un conflicto, establece unas normas que todos deben respetar, proporciona una posibilidad para defender las propias ideas y escuchar las de los demás, y estimula el logro de acuerdos y posturas de consenso.

A continuación proponemos dos textos con situaciones sobre contactos entre miembros de distintas culturas que nos permitirán entablar un debate para responder a algunas de las siguientes cuestiones:

1. ¿Se ha producido en ambos casos un entendimiento entre los individuos de las dos culturas que han entrado en contacto?
2. Si no es así, ¿cuál ha sido la razón del desencuentro?
3. ¿Existen culturas “superiores” y culturas “inferiores”?
4. En el caso del texto nº 1, ¿Es admisible que todavía existan sociedades que pacten los matrimonios y mantengan la dote?
5. Si lo que se ofrece en el caso del texto nº 2 es un progreso respecto a su situación ¿por qué lo rechazan?
6. ¿Qué soluciones posibles veis para estos conflictos?

Orientaciones didácticas

Las cuestiones 1 y 2 hacen referencia al “choque de culturas” que se produce cuando un individuo o grupo se encuentra desorientado y frustrado al descubrir que se encuentra entre personas que no comparten sus mismos valores culturales fundamentales. Estamos hablando de culturas que por diversas razones conviven en el mismo espacio físico, pero viven de espaldas una a otra. En el caso de la antropóloga colombiana y la india guajira hay una incompreensión mutua. En el caso de los miembros de la ONG y las mujeres de la aldea africana, existe un intento de imponer una cultura sobre otra.

En las cuestiones 3, 4 y 5 se abordan el **etnocentrismo**, actitud que adoptamos con demasiada frecuencia a la hora de relacionarnos con otras culturas y que consiste básicamente en la tendencia a juzgar a otra cultura en función de nuestra propia visión del mundo.

Aplicando este rasero, es fácil mirarnos al ombligo y partir de la base de que nuestra cultura es superior a las demás, y más si hablamos de sociedades que, en la actualidad, padecen problemas de subdesarrollo económicos. Para reflexionar sobre ello y deslindar la diferencia entre cultura y desarrollo económico puede servir la pregunta nº3.

Otra actitud que suele ponerse de manifiesto es la intolerancia respecto a costumbres diferentes a las nuestras (pregunta nº 4) que se resume en frases como: “Es inadmisibile que...” “Cómo pueden realmente creer que tienen derecho a ...”. En la pregunta número 5 se aborda uno de los mecanismos más comúnmente utilizados, que consiste en extrapolar la lógica de nuestra cultura para aplicarla de forma universal.

El objetivo final de la actividad consiste en intentar desarrollar una conciencia cultural que nos ayude a no juzgar a otras culturas utilizando las premisas de la nuestra. Por muy extraña o ridícula que pueda parecer una costumbre, dentro de la cultura a la que pertenece dicha costumbre tiene una razón de ser y un significado coherente. Sólo podremos establecer un verdadero diálogo entre miembros de diferentes culturas si cada persona considera a los demás y a los pueblos de otras culturas no como seres extraños, divertidos o misteriosos, sino como personas pertenecientes a una sociedad que detenta valores que merecen ser conocidos,

apreciados y compartidos. Para ello es fundamental que estemos dispuestos a poner en cuestión nuestro sistema de valores o nuestro modelo de desarrollo y que abandonemos la pretensión de subordinar las demás culturas a la nuestra.

#### Texto nº 1

La antropóloga colombiana Virginia Gutiérrez de Pineda describe una barrera cultural en su propio país, entre ella y los indios Guajiros, que se dedican a la crianza de ganado.

*Recuerdo una ocasión en que conversaba con una indígena de clase alta sobre el matrimonio y la costumbre de dar dinero y ganado para comprar una esposa. Yo aún no comprendía bien la cultura indígena, por lo que mientras la mujer hablaba de su precio, me sentía terriblemente triste de que pudiese venderse a una mujer colombiana como si fuese una vaca. De pronto, me preguntó: “¿Y usted, cuánto le costó a su esposo?”. A lo que respondí presuntuosamente: “Nada; a nosotras no nos venden”. Entonces la escena cambió por completo. “¡Pero qué terrible –me dijo- su esposo no dio ni siquiera una vaca por usted! ¡No debe valer nada entonces!” A partir de ese momento, perdió el respeto hacia mí y todo interés por relacionarse conmigo, porque nadie había dado nada por mí.*

#### Texto nº 2

Una ONG europea decidió realizar proyectos de desarrollo para mejorar la situación de las personas que vivían en condiciones de pobreza en un país africano. En primer lugar, y para decidir qué tipo de intervención sería más efectiva, enviaron sobre el terreno a un grupo de expertos para que estudiara cuáles eran las comarcas más necesitadas y qué carencias básicas presentaban. Tras realizar su estudio decidieron en qué zona intervenir y comprobaron que uno de los problemas más acuciantes era la falta de agua potable, agravada por los largos periodos de sequía. El pozo más cercano se encontraba a varios kilómetros de la aldea.

En función de lo anterior, decidieron que su proyecto consistiría en la construcción de una conducción de agua que acercara el agua potable hasta la aldea de forma permanente. Se pusieron en marcha, buscaron financiación para realizar las obras y unos meses después el acueducto era una realidad. A las pocas semanas de la inauguración del acueducto, se recibió en la sede de la ONG la llamada angustiada de un colaborador que se había desplazado hasta la aldea. ¡El acueducto estaba completamente destrozado! Los técnicos no salían de su asombro. No sabían qué había podido ocurrir, así que decidieron investigar lo sucedido.

Tras volver al lugar de los hechos, la policía les informó de que el acueducto había sido destruido por las mujeres de la aldea. Cuando les preguntaron a éstas las razones de su actitud, respondieron lo siguiente: “Es cierto que cada mañana hemos de recorrer varios kilómetros para acarrear el agua potable, pero para nosotras el tiempo que pasamos en esa tarea constituye uno de los pocos momentos agradables del día, ya que estamos juntas y podemos hablar tranquilamente. No estamos dispuestas a renunciar a ello.

### 3 - Ponte en su Lugar

Objetivo: actividad destinada a fomentar la imaginación y la comprensión empática hacia las diferentes situaciones vitales que representan cada uno de los jóvenes protagonistas de cada historia

Desarrollo:

Esta actividad propone elegir una de las situaciones que se exponen a continuación y, de forma individual, ponerse en el lugar de su protagonista. Al final, un coloquio general en clase permitirá intercambiar ideas y saber hasta qué punto la visión de cada alumno es coincidente con la de los demás compañeros.

A) Eres un joven ecuatoriano que llegó a España hace cinco años, buscando una salida a la pobreza en la que vivía toda tu familia. Conseguiste un empleo en el campo, es un trabajo duro y te pagan poco, pero ganas más que en tu país. Gran parte del dinero lo envías a tu familia. Quieres volver a Ecuador en cuanto dispongas de algunos ahorros. Hace poco han comenzado las detenciones de compañeros que, como tú, no tienen papeles en regla, porque es difícil y caro conseguirlos. Tienes miedo de ser detenido y expulsado.

*¿Cuáles serían tus sentimientos?*

B) Eres un joven magrebí, de tu misma edad. Un día tu padre te dice que no podéis seguir viviendo en la pobreza y que te va a llevar con él a buscar trabajo en España. Te despides de tus amigos, de tu madre, tus hermanos, abandonas tu pueblo y una noche con tu padre y otros compatriotas que no conoces, embarcas sigilosamente en una pequeña patera. Hay luna y puedes ver el mar y las caras de tus acompañantes, mientras la embarcación se adentra en las aguas hacia un destino incierto, hacia una peligrosa aventura.

*¿Qué pensarías en esos momentos?*

C) Eres una joven de etnia gitana y hoy es tu primer día de clase. No conoces a nadie y no entiendes muchas de las cosas que te explican porque no estuviste el año anterior. Cuando vuelvas a casa tendrás poco tiempo para hacer los deberes porque tienes que ayudar a tu madre a cocinar y debes cuidar a tus hermanos. En clase has conocido a gente amable, pero notas que algunos compañeros se ríen porque tu cultura es diferente y por tu forma de vestir.

*¿Cuáles serían tus sentimientos?*

D) A tu instituto han llegado algunos alumnos nuevos. Son de Bosnia. Ahora les ves poco porque no saben tu idioma y el Director ha dicho que deben estar primero en otra clase hasta que lo aprendan, para luego estar en la tuya. Tú has estudiado muy poco sobre la situación de su país y algunos compañeros de tu clase han pedido que los profesores os expliquen algo más.

*¿Cuál es tu actitud?*

### Orientaciones didácticas

Se trata de una actividad destinada a fomentar la imaginación y la comprensión empática hacia los protagonistas de cada historia. Debe ser realizada de manera individual, a ser posible después de un tiempo de reflexión.

Se recomienda un coloquio final en el que todas o casi todas las respuestas se den por buenas. Se tendrá así la oportunidad educativa de ofrecer a los jóvenes un caso de pluralidad de ideas en el que nadie puede imponer su razón y todas deben ser respetadas, lo cual es más importante que establecer una respuesta modelo única.

El coloquio puede aprovecharse para introducir nuevos valores que interesan a la educación para el desarrollo como son la solidaridad y respeto entre pueblos, el deseo de justicia social universal, el derecho a la diferencia, la igualdad de oportunidades, etc. Y del mismo modo, se pueden retomar conceptos y aprendizajes previos que se incorporan en este proyecto como son la interculturalidad, interdependencia, o las causas de las desigualdades sociales.

Es difícil dar orientaciones, por lo que tiene de imaginativo esta actividad, pero en los casos propuestos casi siempre intervendrán estos elementos:

- A) - Temor a la expulsión  
- Impotencia ante las dificultades de la legalización  
- Deseo de continuar con los compañeros
  
- B) - Tristeza de abandonar su pueblo y familia  
- Temor ante lo que le espera  
- Miedo al mar o a la policía  
- Reflexión ante la injusticia y desigualdad entre países
  
- C) - Inseguridad ante su propia cultura e identidad  
- Miedo a no ser integrada  
- Reflexión sobre el derecho a la diferencia
  
- D) - Actitud de acogida hacia los recién llegados  
- Interés por una cultura, país o idioma diferente  
- Apoyo a la integración en el colegio de estos alumnos y ofrecimiento de ayuda concreta

#### 4 - Vamos a Investigar

**Objetivo:** se propone la realización de una pequeña encuesta entre los amigos, compañeros del centro escolar, familiares y vecindario de los estudiantes para conocer la opinión de la comunidad sobre las personas de otras etnias o países que viven entre nosotros.

##### Desarrollo:

En primer lugar, entre la clase y el profesor se diseña un pequeño cuestionario, 2 ó 3 preguntas. Puede también utilizarse el modelo de cuestionario que se incluye a continuación:

CUESTIÓN Nº 1.- Escriba una cruz en las casillas que mejor expresen su opinión acerca de cada una de las comunidades indicadas en relación con las siguientes afirmaciones

	Africanos Sursaharianos	Marroquíes	Gitanos	Europeos no españoles	Sudamericanos
<b>A.</b> Si quieren vivir entre nosotros deberían adoptar nuestras costumbres. Si no, que se vayan.					
<b>B.</b> Me gustaría tenerlos como amigos y enriquecerme con sus ideas y costumbres					
<b>C.</b> Si de mí dependiera los echaría de España. Nada bueno hacen aquí.					
<b>D.</b> Que se queden. No molestan aunque a veces no comparto su forma de vivir					
<b>E.</b> No sé. No tengo opinión formada sobre ello.					

CUESTIÓN Nº2. ¿Te casarías con uno/a de ellos/as?

	Africanos Sursaharianos	Marroquíes	Gitanos	Europeos no españoles	Sudamericanos
<b>A.</b> No. Esa posibilidad no pasa por mi cabeza ni creo que pase nunca					
<b>B.</b> Podría ser, pero por el momento pienso más en una persona como yo					
<b>C.</b> No creo que lo hiciera, pero tampoco puedo asegurarlo					
<b>D.</b> Sí, desde luego. Podría ser el hombre/mujer de mi vida					
<b>E.</b> No sé. No tengo opinión formada sobre ello					

Una vez realizada la encuesta entre el resto de los compañeros del centro, los familiares y los vecinos de la propia localidad, procurando conseguir un número equilibrado y representativo de contestaciones de personas diversas atendiendo a criterios como edad, sexo y nivel de estudios,

un grupo de alumnas y alumnos se encargará de ordenar los resultados obtenidos y elaborar un informe detallado.

Es el momento de analizar con toda la clase los resultados y extraer algunas conclusiones sobre los posibles resultados en función de los distintos orígenes de las comunidades que aparecen en la encuesta.

- ¿Existen variaciones significativas entre la aceptación o el rechazo a gentes provenientes de distintos orígenes y culturas?
- ¿Existen diferentes respuestas en función del sexo, grupos de edad o nivel de estudios de los entrevistados?
- ¿Están los resultados en relación con la presencia o no de inmigrantes de una determinada cultura en vuestro entorno más cercano?

#### Orientaciones didácticas:

La puesta en práctica de una actividad de este tipo supone siempre una cierta dificultad en su construcción y su desarrollo. Por eso, se ha querido simplificar reduciendo el ámbito de la encuesta al entorno más inmediato de los alumnos y ofreciendo un modelo de cuestionario sencillo. Se trata sin embargo, de un cuestionario orientativo que los profesores podrán completar o modificar a su criterio.

Hay que tener en cuenta que se trata de una actividad escolar de aprendizaje, no de una encuesta profesional. Lo que se busca aquí es obtener un estado de opinión de la comunidad respecto al tema tratado.

Los datos solicitados a los entrevistados podrían limitarse al sexo (varón-mujer), segmentos de edad (menos de 20, entre 20 y 40, mayores de 40) y nivel de estudios (primarios, secundarios, universitarios). La muestra seleccionada debería incluir representación de todos los grupos, permitiendo analizar así las posibles diferencias entre los grupos participantes en la encuesta.

Conviene insistir en que el mayor interés de la actividad propuesta recae en el comentario y conclusiones finales en clase. En este sentido, cada profesor sabrá orientar el comentario final según sus criterios teniendo en cuenta los propósitos pedagógicos perseguidos.

Parece claro que las conclusiones deben orientarse hacia el rechazo a todo tipo de racismo y xenofobia y hacia una apuesta por el enriquecimiento que supone la convivencia de personas de diversas culturas.

## 5 - Creando un Plan de Acción

Objetivo: que los estudiantes elaboren un plan de acción acorde con sus propias capacidades y limitaciones y asentado en los aprendizajes adquiridos a lo largo del desarrollo del proyecto.

El propósito prioritario de este plan será la mejora, en cierta medida, de la realidad social circundante con respecto a la interculturalidad. De entre las sugerencias que a continuación realizamos, y aquellas promovidas en el aula por alumnos, alumnas y profesorado, deben escogerse aquellas que se consideren más adecuadas a las características de cada grupo.

### Desarrollo:

Algunas sugerencias, a título de ejemplo, pueden ser:

⇒ **Sensibilización escolar:** acciones dirigidas hacia los demás estudiantes del centro escolar, profesores, padres y madres. Algunas posibilidades pueden ser:

- Actuaciones didácticas: como la exposición de trabajos explicativos sobre la interculturalidad y la necesidad de solidaridad.
- Semanas culturales
- Celebración de un *Día de la Solidaridad*
- Tarjetas solidarias: reparto de tarjetas con un dibujo o mensaje
- Experiencia de integración: elaborar un plan experimental de un mes de duración durante el cual los escolares españoles puedan acercarse más a aquellos que vienen de otros países e intercambiar impresiones, gustos, hábitos, etc. con la finalidad de avanzar en el conocimiento mutuo, la convivencia pacífica y enriquecedora.
- Apoyo escolar: pueden organizarse grupos de apoyo al aprendizaje lingüístico de aquellos estudiantes inmigrantes que lo necesiten.
- Foros multiculturales: invitando a personas de otros países o a personas dedicadas a la lucha contra el racismo y la xenofobia. Pueden además incluir el intercambio de cuentos y canciones del mundo.
- Medidas reivindicativas: con el fin de movilizar a otros estudiantes, padres o entorno social circundante en favor de medidas justas y en contra de aquellas que excluyan a personas de otros países o culturas. Se puede elaborar un *Manifiesto contra el Racismo* y hacer una presentación pública del mismo.

⇒ **Sensibilización social:** concebida como un intento de remover la conciencia de los ciudadanos acerca de los graves desequilibrios e injusticias que afectan al mundo e impulsar consecuentemente el valor de la solidaridad y la lucha contra el racismo. Los alumnos se convierten en “agentes sociales” que utilizan para sus propósitos todos los medios posibles. Sugerimos para ello las actividades que se describen a continuación:

- Pintura de muros, vallas, etc.: solicitando al ayuntamiento o entidad responsable autorización para pintar un espacio de fácil visualización por los ciudadanos. El contenido hará referencia a los valores impulsados en el proyecto.
- Programas de radio: los jóvenes, bajo la orientación de sus profesores, pueden elaborar un programa radiofónico que pueden proponer a alguna emisora de ámbito provincial o local.
- Espacios en prensa

- Elaboración de un “periódico escolar de la solidaridad” y distribución gratuita entre la población
- Apoyo a instituciones y asociaciones que trabajen en la ciudad o localidad a favor de la solidaridad y en contra del racismo.
- Conferencias y actos culturales: teatro leído, vídeo forum, cuentacuentos, guiñol, etc.

#### Orientaciones didácticas:

La Educación para el Desarrollo pretende conseguir ciudadanos no sólo bien formados, sino también activos, comprometidos con la transformación social. Para ello, proponemos empezar desde jóvenes con pequeñas acciones.

Las propuestas de trabajo que se ofrecen lo son a título de ejemplo. Los profesores pueden plantear otras, según su criterio, que pueden ir desde acciones puntuales hasta empresas de mucho mayor alcance, compromiso y duración.

Puesto que se trata de actividades de aprendizaje, recomendamos no abandonar el primer tipo de estas acciones solidarias, pero conviene progresar hacia las segundas, mucho más formativas. La gradación para las diferentes edades o circunstancias corresponde a cada profesor.

Existe un doble valor educativo:

- La sensibilización de jóvenes hacia valores solidarios, aunque sea a un nivel de iniciación.
- La profundización en el arraigo de la solidaridad entre los participantes en el proyecto, bajo la pretensión de que el esfuerzo para “convencer” a los demás es un modo eficiente de reafirmar las convicciones propias.

Se hace un especial énfasis en varias ideas básicas:

- La valoración del esfuerzo que supone la acción propuesta, con el fin de no alejarla en exceso de las posibilidades de los jóvenes
- La conveniencia de trabajar en equipo, fomentando la cooperación y evitando el individualismo y cualquier tipo de competitividad
- La búsqueda del compromiso de los familiares, no sólo como apoyo necesario para la consecución de los objetivos deseados, sino también como sustento y estímulo moral de los jóvenes
- Es importante realizar un seguimiento y evaluación del proceso y los resultados

ANÁLISIS DE NOTICIAS

6 PRIMERA PLANA. DE DOMINGO

ELCORREODEANDALUCÍA  
Domingo 3 de diciembre de 2006

**Radiografía de la inmigración** » El 55% de los extranjeros es suramericano » Ecuatorianos, marroquíes y colombianos son los más numerosos » En el área metropolitana residen casi 7.000 foráneos más

# Una ciudad con alma latina

El colectivo de suramericanos es el más numeroso en el censo local



**CARACTERÍSTICAS**

**PERFIL TIPO**  
**Mujer, joven y con cargas familiares**

El informe elaborado para el Ayuntamiento de Sevilla desvela que el 52,5% de los extranjeros sevillanos son mujeres, lo que rompe con la tendencia habitual andaluza y nacional. El vuelco se ha producido paulatinamente desde 1999. Tienen unos 35 años de media y cargas familiares, bien en España o bien en su país. El 80% emigra por una motivación puramente económica.

**FAMILIAS**  
**2.000 niños y 600 ancianos registrados**

Los datos del padrón municipal indican que actualmente en la ciudad residen cerca de 2.000 inmigrantes menores de edad, aproximadamente la mitad de ellos nacidos ya en suelo español. Además, aparecen casi 600 personas mayores de 65 años. En su inmensa mayoría, vinieron por el sistema de reagrupación familiar.

**RELIGIOSIDAD**  
**Un 80% son cristianos y poco practicantes**

La religiosidad no es, hoy por hoy, un motivo de polémica entre la población foránea y sevillana, ya que el 80% de los extranjeros son cristianos (católicos en su mayoría), poco practicantes. Y los que sí lo son, siguen los ritos más asentados en el país. Otro 15% practica el islam, en este caso con notable implicación.

**POR BARRIOS**  
**16 enclaves con 40 por cada mil habitantes**

En 16 zonas se supera la cifra de 40 inmigrantes por mil habitantes: son Centro, Feria, San Bartolomé, San Gil, Santa Catalina, Santa Cruz, Begoña, El Cerezo, Doctor Barraquer-Renfe-Policlínico, El Rocío, El Torrejón, Hermandades-Carrasca, La Palmilla-Doctor Marañón, La Paz-Las Golondrinas, Las Avenidas y Villegas.

**CARMEN RENGEL ■ SEVILLA**  
A Sevilla le está cambiando el acento gracias a la inyección de residentes suramericanos que registra su padrón. En un lustro, la población marroquí ha pasado a ser la segunda en el ranking para dejar paso a los ecuatorianos, hoy por hoy la población mayoritaria. Colombianos y argentinos completan el dibujo del nuevo alma de la ciudad.

El informe de la Universidad de Sevilla constata que actualmente residen en la capital 22.210 inmigrantes, lo que supone un 3,1% de su población total (706.090). En el último año, en 2005, el número de foráneos creció un 33,3%, en una tendencia sostenida desde hace un lustro y especialmente importante en los años 2000 y 2002. En los últimos cinco años, la población extranjera ha pasado de 5.031 personas a 22.210, lo que supone un crecimiento del 341,5%. Esa subida espectacular es la que ha evitado el despome demográfico de la ciudad, ya que el número total de habitantes de Sevilla bajó en ese periodo en 394 per-

sonas (un 0,06% de bajada). Los inmigrantes, por tanto, están garantizando el relevo generacional en un entorno en el que la pobre tasa de natalidad -la más baja del mundo- y la notable emigración a localidades próximas del Aljarafe y la Vega hacen mella poco a poco. La cifra total, sin embargo, sigue siendo "casi ridícula", según los autores del informe, en comparación con otras grandes urbes: la población extranjera de Sevilla es 20 veces inferior a la de Madrid, la cuarta parte de la de Valencia y menos de la mitad de la de Zaragoza. Aquí, además, tenemos inmigrantes con mejor nivel adquisitivo.

Sevilla copa actualmente el 9,1% de la población extranjera de Andalucía y sólo en el área metropolitana existen cerca de 7.000 extranjeros censados más, sobre todo en Dos Hermanas (20,4%), Alcalá de Guadaíra

(9,5%) y Mairena del Aljarafe (10,6), también mayoritariamente de origen suramericano.

En la ciudad de Sevilla existen, a diciembre de 2005, 7.480 latinoamericanos, 2.404 magrebíes, 1.260 africanos, 1.243 procedentes de Asia y el Próximo Oriente y 1.084 nacidos en Rusia o el Este de Europa. Los extranjeros suponen el 30% de la población de La Macarena, el 20% del distrito Este y entre el 11 y el 14% en el resto de distritos -teniendo

en cuenta la distribución de hace un año-. Los ecuatorianos se concentran en Macarena y Triana; los magrebíes en Macarena, Este y Sur; los colombianos en Macarena, Este, Norte y San Pablo; los argentinos en Triana y Casco Antiguo; los nigerianos en Macarena y los italianos, en el centro. La previsión para los próximos cinco años es que en la periferia se "dispare" la cifra de bolivianos y rumanos.

**MARROQUÍES EN DESCENSO**

Actualmente la población magrebí supone el 15,7% de los inmigrantes de Sevilla (0,3% de la población total), cuando en 1999 copaba ya el 16%. Ahora han dado paso a los latinos, que suponen el 55% del total de foráneos. Los africanos no pasan del 9% y los asiáticos, del 4%, aunque el número de chinos ha experimentado un crecimiento del 214% entre 2000 y 2004.

**CRECIMIENTO**

En cinco años el número de extranjeros ha crecido un 341% en la ciudad

## PROPUESTAS EDUCATIVAS A LA DIVERSIDAD CULTURAL<sup>6</sup>

### Sesiones Propuestas:

#### 1. Acercamiento a la noción de prejuicio

Contenidos:

- El prejuicio perceptivo.
- Funciones y génesis del prejuicio
- Estrategias para afrontar el prejuicio.

Actividades:

- Análisis de prejuicios perceptivos.
- Análisis Texto "Carta a un Skin-head".

#### 2. La interculturalidad.

Contenidos:

- El conflicto entre culturas y la comprensión.
- Los juegos de rol y el método socioafectivo como estrategia de actuación.

Actividades:

- Juego de Rol "Tiro-liro"

#### 3. El modelo de Aprendizaje Cooperativo y la integración

Contenidos:

- El modelo de aprendizaje cooperativo y la integración.

Actividad:

- Realizar metaprograma de Aprendizaje cooperativo.

### 1. EL PREJUICIO<sup>7</sup>

---

#### ¿Qué es un prejuicio?

Un prejuicio tiene tres componentes:

1. *Como idea*, es un conjunto de rasgos simples que creemos corresponden a una clase de personas que, si bien suelen ser aceptados popularmente, no se basan en la observación de la realidad.
2. *Como sentimiento*, es una evaluación negativa de un grupo de personas.
3. *Como conducta*, es la marginación de un grupo de personas y el tratamiento despectivo de los mismos.

---

<sup>6</sup> Contenidos facilitados por José Ángel Paniego.

<sup>7</sup> PANIEGO, J.A. (1999) *Como podemos Educar en Valores*. Madrid: CCS.

## ¿Por qué tenemos prejuicios?

- El sentir a personas por debajo de nosotros, nos da un *sentimiento de superioridad* y autoestima.
- Nos permite encontrar un *chivo expiatorio* al que cargar con las culpas.
- Nos ofrece ventajas sociales o económicas al *reservarnos ciertos derechos* que se niegan a los marginados.
- Nos permite *simplificar nuestro pensamiento* que se rige por clichés simples (Judío = avaro, Gitano = ladrón....)
- Nos permite *integrarnos en un grupo* que comparte un mismo prejuicio

## ¿Cómo se aprenden los prejuicios?

- Desde la *infancia imitamos los prejuicios de nuestros padres, maestros, amigos* y en general del grupo social en que nos movemos.
- Muchas veces se producen "*profecías autocumplidas*". Por ejemplo:
  - A los negros no les ofrecemos la misma posibilidad de trabajar que a los blancos.
  - Los negros, al no tener trabajo, caen en alto porcentaje en la delincuencia.
  - Nos autoconvencemos de que no son de fiar y no se les debe ofrecer las mismas oportunidades que a los blancos.
- Frecuentemente *nos fijamos en casos aislados* para reafirmar nuestros prejuicios, por ejemplo:
  - Encontramos cien catalanes que no son tacaños y después encontramos a uno tacaño. "¿Ves? ¡Catalán!" diremos reafirmando nuestra idea de que son tacaños.

## Etapas en el prejuicio

### 1. 3 a 5 años aproximadamente

No tiene claro que personas pertenecen a cada categoría social pero aprende los estereotipos y sentimientos de sus padres. Al no tener capacidad de ver perspectivas distintas, reproduce las posturas de su propio grupo de forma acrítica. Es por tanto importante en esta etapa, trabajar con las personas que socializan al niño: padres, compañeros de clase etc., de modo que viva en un ambiente de tolerancia.

### 2. 5 a 7 años aproximadamente

Separa al propio grupo de los demás. A los demás les infravalora y al propio grupo le supervalora. No es capaz de percibir diferencias en el propio grupo "todos somos iguales y fantásticos en mi grupo". No existe por otra parte, la capacidad de describir a una persona más allá de unos pocos rasgos físicos observables. Es importantísimo en esta etapa, el contacto con otras personas distintas, observar las diferencias existentes y aprender a valorar al que es de otra raza, al que es gordo, al que es bajo, al que es de otro sexo y a apreciar a todas las personas.

3. Pensamiento operatorio. 7 a 12-14 años (el final de este periodo no es claro incluso algunas personas no llegan a superarlo)

Es capaz de reconocer rasgos que pueden estar en su propio grupo social y en otros grupos, puede observar que miembros de otros grupos son semejantes a él en varios rasgos, es a su vez más fino en la percepción de los demás incluyendo rasgos psicológicos más abstractos. Se comienza también a aceptar que existen otros grupos con valores y creencias distintos de los propios pero que deben ser igualmente aceptados. Es un momento idóneo para empezar a desarrollar la tolerancia general y la crítica de las propias ideas y creencias desarrollando las bases de un pensamiento no dogmático, libre y reflexivo.

#### 4. Pensamiento formal

En esta etapa se continúa la tendencia iniciada en la anterior de ver al propio grupo como uno más entre otros grupos con los que se mantienen relaciones de reciprocidad y equivalencia. En esta etapa es cuando más herramientas se disponen para enfrentarse al prejuicio y analizarlo, pero también es el momento en que los prejuicios están asentados más firmemente y las carencias emocionales o cognitivas pueden bloquear la superación de los mismos.

#### ¿Cómo se eliminan?

1. El prejuicio afecta a la *personalidad global* y depende en gran medida de factores como el equilibrio emocional, la capacidad general de diferenciar o la apertura a nuevas ideas y sentimientos, aspectos que necesitaremos desarrollar.

2. El prejuicio no sólo es un conjunto de ideas; también lo forman sentimientos y conductas. Trabajar *sólo el aspecto racional no elimina el prejuicio*. Frente a una campaña sólo informativa la persona puede defenderse seleccionando la información que le interesa recibir (no leer lo que contradiga nuestras opiniones) o elaborando contra argumentos.

3. Cuando el prejuicio se produce contra un grupo de personas que se marginan, la *interacción entre el grupo de marginados y el de marginadores* es fundamental, pero debe observarse:

- Un clima relajado, favorable al diálogo y placentero.
- Personas influyentes (maestros, padres, amigos, líderes políticos) que aprueben el contacto.
- Que el contacto no se produzca para competir un grupo contra otro (Ej. un partido de fútbol) sino para colaborar en una causa común.
- El contacto no debe ser superficial sino que, cuanto más importante sea, más reduce el prejuicio.
- El contacto se ha de producir entre personas de igual status, cultura, etc. (o, si acaso, de status superior en el grupo marginado) para lograr un contacto de igual a igual.

4. La superación de los prejuicios es mucha más rápida y profunda si se promueve *en un grupo* que si se intenta lograr en una persona individual.

5. El prejuicio puede basarse:

a) En *esquemas de pensamiento erróneo que no implican juicios de valor*. Por ejemplo, si un grupo quiere una cosa A y otro otra B al juntarse se suele intentar decidir entre A o B y no se suele plantear que otra opción distinta C pueda ser más adecuada. (Por ejemplo: si en grupo de teatro la mitad quiere representar una obra de Esquilo y otra mitad de Calderón normalmente se discutirá cual de ambas realizar sin pararse a considerar siquiera la posibilidad de escoger otra obra que guste a ambas partes).

En este caso al no incluir juicios de valor, *mostrar* otras formas de pensamiento y *entrenar* estas formas (en nuestro ejemplo un correcto esquema de toma de decisiones) suele generar el hábito intelectual correcto.

b) *En actitud inconsciente que chocan con valores conscientes*. Por ejemplo, ciertos estudios muestran que muchos profesores y profesoras que conscientemente defienden un trato no sexista, dan un trato distinto a chicas y chicos en función de los estereotipos de cómo es un chico y una chica.

En estos casos es preciso *hacer consciente el prejuicio* usando estrategias que muestren cómo nuestro modo de ser es prejuicioso. Normalmente el existir un valor consciente opuesto hará que al hacer consciente la actitud oculta se tienda a reformar ésta, si bien, puede producirse una tendencia a aferrarse a la actitud para defender nuestra autoestima (no quedar como incoherentes, no perder una actitud que nos resulta útil...) y el resultado sea cambiar el valor consciente y no la actitud.

c) Finalmente, el principal problema es la existencia de *juicios de valor no fundamentados en experiencias*. (Por ejemplo: los casos de personas que se manifiestan abiertamente racistas o sexistas).

En estos casos es donde más difícil resulta el cambio de actitud y requerirá tener muy en cuenta todo lo aquí expuesto. En especial se debe tener en cuenta que muchas veces antes de trabajar prejuicios centrales a la persona se deben trabajar otros no tan centrales. (Por ejemplo con la persona que rechaza de plano a los negros se puede empezar trabajando la aceptación de otras personas distintas no negras como sus compañeros de clase u otras personas con ideas distintas antes de dar el salto a intentar la aceptación racial).

## 2. PROPUESTA DE ACTIVIDADES

### 1. Vivenciar la marginación

Como señalamos el prejuicio depende de aspectos emocionales y por tanto es bueno vivirlos "en la propia piel". Puede ser caricaturizando una situación por ejemplo con el texto siguiente:

- Bernardo: Vengo por lo del anuncio, señora.  
 - Jefa de personal: Bien, Siéntese. ¿Como se llama usted?  
 - B: Bernardo...  
 - J.P: ¿Señor o señorito?  
 - B: Señor.  
 - J.P: Déme su nombre completo.  
 - B: Bernardo Delgado, señor de Pérez.  
 - J.P: Debo decirle, señor de Pérez que, actualmente, a nuestra dirección no le gusta emplear varones casados. En el departamento de la señora Moreno, para el cual nosotros contratamos al personal, hay varias personas de baja por paternidad. Es legítimo que las parejas jóvenes deseen tener niños - nuestra empresa, que fabrica ropa de bebés, les anima a tener hijos -, pero el absentismo de los futuros padres y de los padres jóvenes constituye un duro handicap para la marcha del negocio.  
 - B: Lo comprendo, señora, pero ya tenemos dos niños y no quiero más. Además -el señor Pérez se ruboriza y habla en voz baja -, tomo la píldora.

- J.P: Bien, en ese caso sigamos. ¿Que estudios tiene?
- B: Tengo el certificado escolar y el primer grado de formación profesional de administrativo. Me habría gustado terminar el bachillerato, pero en mi familia éramos cuatro y mis padres dieron prioridad a las chicas, lo que es muy normal. Tengo una hermana coronela y otra mecánica.
- J.P: ¿En qué ha trabajado usted últimamente?
- B: Básicamente he hecho sustituciones, ya que me permitía ocuparme de los niños mientras eran pequeños.
- J.P: ¿Qué profesión desempeña su esposa?
- B: Es jefa de obras en una empresa de construcciones metálicas. Pero está estudiando ingeniería, ya que en un futuro tendrá que sustituir a su madre, que es la que creó el negocio.
- J.P: Volviendo a usted. ¿Cuáles son sus pretensiones?
- B: Pues...
- J.P: Evidentemente con un puesto de trabajo como el de su esposa y con sus perspectivas de futuro, usted deseará un sueldo de complemento. Unos duros para gastos personales, como todo varón desea tener, para sus caprichos, sus trajes. Le ofrecemos 42.000 pesetas para empezar, una paga extra y una prima de asiduidad. Fijese en ese punto, señor de Pérez, La asiduidad es absolutamente indispensable en todos los puestos. Ha sido necesario que nuestra directora crease esta prima para animar al personal a no faltar por tonterías. Hemos conseguido disminuir el absentismo masculino a la mitad; sin embargo, hay señores que faltan con el pretexto de que el niño tose o que hay una huelga en la escuela. ¿Cuántos años tienen sus hijos?
- B: La niña seis y el niño cuatro. Los dos van a clase y los recojo por la tarde cuando salgo del trabajo antes de hacer la compra.
- J.P: Y si se ponen enfermos, ¿Tiene usted algo previsto?
- B: Su abuelo puede cuidarlos. Vive cerca.
- J.P: Muy bien, gracias, señor de Pérez. Ya le comunicaremos nuestra respuesta dentro de unos días.

Narradora: El señor de Pérez salió de la oficina lleno de esperanza. La jefa de personal se fijó en él al marcharse. Tenía las piernas cortas, la espalda un poco encorvada y apenas tenía cabello. "La señora Moreno detesta los calvos", recordó la responsable de la contratación. Y, además, le había dicho: "Más bien, uno alto, rubio, con buena presencia y soltero". Y la señora Moreno será la directora del grupo el año próximo. Bernardo Delgado, señor de Pérez recibió tres días más tarde una carta que empezaba diciendo: "Lamentamos..."

Al invertir los papeles se observa el prejuicio sexista.

Otra posibilidad muy útil es mediante juegos de rol como el siguiente:

A cada participante le colocaremos en la cabeza una cinta (puede ser de cartulina y sujetarse con un clip). En cada cinta hay un adjetivo que el que lo lleva no podrá ver y nadie debe decirle.

Los adjetivos pueden ser altamente valorados: (Soy guapo, Soy millonaria, Soy divertido, Soy premio Nobel...) o poco valorados: (Soy drogadicto, Soy gitana, Soy expresidiario, Soy enferma de SIDA...). A su vez, se pueden introducir temas ambivalentes: (Soy del OPUS DEI, Soy insumiso...). Conviene que los participantes no se sientan excesivamente identificados con alguno de los roles del juego.

Los participantes interactuarán libremente intentando unirse con aquellas personas que les apetece y les aceptan. Pueden tratar de imaginar cosas que harían conjuntamente.

## 2. Conciencia de los prejuicios

Muchas veces no somos conscientes de los prejuicios que adquirimos y mantenemos, por ello es necesario tomar conciencia de los propios prejuicios por ejemplo con ejercicios como el siguiente:

A todos los participantes se les da el siguiente relato (que puede ir acompañado de una fotografía del protagonista):

"Soy XXXXXX. (Nota: en XXXXXX pondrá a la mitad de los participantes un nombre de grupo racial marginado - Negro, Gitano, Sudamericano...-; en el resto se elimina esta frase). Tengo 3 hermanos y 2 hermanas. Mi favorita es mi hermana mayor, María, que desde pequeño me contaba historias fantásticas y no me acusaba de romperle las cosas como mi hermano Luis. Voy a un colegio bastante alejado de casa. Para llegar a él tardo media hora en autobús y, la verdad, ojalá estuviera más lejos aún y no pudiera ir, pues las clases son lo más aburrido que hay en el mundo. Me duerme que un señor que no sabe diferenciar un roble de un olmo me quiera explicar qué es un árbol. Pienso en dejar la escuela y dedicarme a lo que realmente me gusta, que es la electricidad. También me gusta mucho cocinar y sé preparar unos platos deliciosos. Muchas veces soy yo el que hace la comida, sobre todo los fines de semana que no tengo que ir al colegio".

Cada uno debe leerlo en silencio y luego tratar de imaginar cómo es esta persona. Después le daremos una lista de adjetivos que puntuará por escrito como M,A,P,N según piense que ese adjetivo concuerda con dicha persona Mucho, Algo, Poco o Nada.

Orgullosa	.....	M	A	P	N
Práctico	.....	M	A	P	N
Vago	.....	M	A	P	N
Tacaño	.....	M	A	P	N
Astuto	.....	M	A	P	N
Emprendedor	.....	M	A	P	N
Fanfarrón	.....	M	A	P	N
Juerguista	.....	M	A	P	N
Ordenado	.....	M	A	P	N
Sucio	.....	M	A	P	N
Cobarde	.....	M	A	P	N
Mentiroso	.....	M	A	P	N
Fantasioso	.....	M	A	P	N
Buen amigo	.....	M	A	P	N
Inteligente	.....	M	A	P	N
Egoísta	.....	M	A	P	N

Después de completar la lista de adjetivos individualmente, asignamos un valor numérico a las puntuaciones dando los valores según las letras (N=0, P=1, A=2, M=3). Separamos a las personas en dos grupos. En uno ponemos a las personas cuya descripción señalaba que era la de una persona de un grupo marginado (En su papel ponía "Soy gitano, negro, sudamericano..."). El otro grupo lo forman las personas en cuyo papel no ponía nada y seguramente no pensaron que fuera referido a una persona de un grupo marginal.

A continuación cada grupo calcula la media de puntuaciones para cada adjetivo, con lo que obtendremos un cuadro como el siguiente:

MARGINADO		No marginado
2,2.....	Orgullosa	.....1,7
1,7.....	Vago	.....0,9
1,3.....	Tacaño	.....0,9

Finalmente se estudiará si la lista de adjetivos es distinta en uno y otro caso. Normalmente la evaluación será menos positiva en el caso de la persona del grupo marginado. Ya que se trata de la misma descripción ésta sólo puede provenir de nuestros prejuicios.

### 3. Carta a un Skin

**¡EH, AMIGO! TÚ LEER AQUÍ**

Querido Cabeza Rapada:

Yo escribirte con palabras fáciles, para que tu poder comprender. Yo leer en periódico que tu se "bestia", pero yo no creer. Yo cree que tú ser ignorante e ignorancia ser grande problema para todos, también para mí. Porque ignorante ser persona débil y persona débil tener miedo y el que tener miedo ser persona que hacerse agresiva y hacer "bonk" con bastón sobre persona de pobre hombre.

Yo querer decir esto: si tú pegar un pobre hombre, tu no demostrar tu fuerza, tu demostrar tu debilidad y tu estupidez. Porque su cabeza rota no resuelve tu problema.

Tu problema ser que tu vivir en suburbio de mierda, sin trabajo o con trabajo de mierda. Tu problema ser que tu ser última rueda del carro. Y por eso tú querer volverte fuerte y tu tener razón. Pero nadie se vuelve fuerte pegando (cuarenta contra dos) a dos personas débiles. Si tu querer ser fuerte, tu deber revelarte a tu debilidad. Tú deber pensar. En tu cráneo afeitado haber cerebro. Tu cerebro necesita alimento, como tu estómago. Tu entonces intentar "hablar", "leer" y preguntarte por qué tu vivir vida de mierda. Esto es cultura. Y cultura ser la única fuerza para mejorar a las personas.

Yo saber: leer es muy cansado. Pensar ser aún más cansado. Mucho más cansado que gritar "negro de mierda" o "sucio judío". Gritar gilipolleces ser muy fácil. Todos ser capaces de insultar y odiar.

A mi no importa nada si tu afeitarse cráneo o llevar botas militares. Por mí tu poder poner alcachofa de sombrero y tatuar tus nalgas. A mí importar que respetar a ti mismo, tu cerebro, tu dignidad. Así tal vez tu aprender también a respetar a otras personas.

Si tú gritar "sucio judío", tu debes saber por lo menos qué es ser judío. Y si tu saber qué ser judío, tu probar a preguntarte qué tal si quemasen en hornos a tu madre, tu padre, tus hermanos, tus amigos, a ti mismo. Si tu empezar a hacer preguntas, tu empezar a vencer. Preguntas ser como llave de coche: basta una para encender el motor y llegar lejos.

Yo muy preocupado por ti (y también por las cabezas de los que quieres pegar) Yo preocupado porque el poder, cuando ver personas ignorantes, hace dos cosas: meter en cárcel (y cárcel ser como un inmenso "bonk" sobre tu cabeza). O bien servirse de ti como esclavo, mandarte a pegar, torturar y quemar a otros, mientras el vive en buena casa, con buen coche y con buena tía. ¿Tu querer ser libre? Mantén tu cráneo afeitado pero aprende a amar tu cerebro. La fuerza y el poder habitar ahí: dentro del coco, no sobre el coco. Ciao.

#### 4. Una historia verdadera<sup>8</sup>

Esta actividad nos ilustra sobre como los prejuicios y los estereotipos erróneos sobre otras personas y comunidades y su forma de vida son a menudo el principal obstáculo para la comunicación y la comprensión.

Objetivo: se pretende hacer que los jóvenes tomen conciencia de que cualquier forma de comunicación requiere la habilidad de escuchar realmente a los demás. La comunicación entre pueblos de diferentes culturas requiere un esfuerzo especial aun mayor

Desarrollo: el profesor/a presenta brevemente el juego utilizando una frase muy general, por ejemplo, este es un juego de comunicación, y sin mencionar la palabra prejuicio.

Trabajo en equipos de unas 8 personas, que se sientan en círculo, a un metro de distancia uno de otro, de manera que sólo escuchen lo que murmura el vecino. Al primero se le entrega un folio con una historia por escrito (En el anexo I se presenta un modelo de historia que puede ser adaptado a las características de los alumnos y alumnas con los que se trabaje). Deberá leerla con atención y en silencio y devolver el papel al profesor. Luego murmura al compañero más cercano la historia. Este se la murmura al tercero, y así sucesivamente. La última persona del círculo tendrá un papel en blanco y anotará palabra por palabra la historia que le murmure su vecino. Nadie podrá haber tomado nota de nada mientras haya escuchado la historia.

Se leerá la historia original a todo el grupo y se comparará con la que tiene la persona que representa el último eslabón de la cadena de murmullo. Se comparan las dos historias y se anotan las diferencias.

Se reúne a continuación toda la clase. Cada equipo tendrá un portavoz que, en 2 ó 3 minutos comentará las diferencias que han encontrado entre ambas historias. Todas ellas irán anotándose en la pizarra.

#### Orientaciones didácticas

Debe utilizarse una historia que involucre a dos personas o grupos de personas que pertenezcan a comunidades diferentes. Uno de ellos debe pertenecer a un grupo que tenga lazos comunes con los jóvenes participantes y el otro debe representar a una comunidad que para ellos resulte lejana, desagradable o con la que sientan que no tienen nada en común por alguna razón específica.

La historia no debe ser muy larga y debe introducir suficientes elementos para que no todas las actitudes negativas se atribuyan a un grupo. Se deben también incluir intenciones y acciones abiertas (tipo “y llegó un policía...” sin determinar lo que paso a continuación). Si se utiliza el texto incluido en el anexo I, los equipos A y B que aparecen en el texto propuesto deben reemplazarse por nombres de equipos locales. Si existiera un tema específico que divida seriamente las opiniones de dos comunidades es recomendable utilizar otro tema menos conflictivo.

---

<sup>8</sup> *Juegos para la paz y la comprensión humana* (ASDE 1995),

Durante la discusión del juego, podría presentarse cierta hostilidad hacia algún grupo o comunidad étnica. De suceder así, los/las responsables de la actividad deberán tener cuidado de manejar el tema de manera tal que se evite una discusión a favor o en contra de un determinado grupo; de lo contrario, el resultado total de la sesión podría resultar contraproducente.

Es difícil anticipar las reacciones que se presentarán en cada caso particular. Sin embargo, en las pruebas llevadas a cabo con la historia modelo, aparecen frecuentemente varias de las siguientes distorsiones:

- En general pocas personas notan que Miguel no tenía razones para estar enojado. ¡El penalti fue en favor de su equipo!
- Si Miguel representa a la comunidad que desagrada a la mayoría, se exageran sus características negativas. Por eso, es frecuente escuchar que tenía un cuchillo y la frase “con la intención de defenderse” se omite a menudo, y al final “el policía lo arrestó”.
- De igual forma, si Juan representa a la comunidad que agrada a la mayoría, sus aspectos positivos también son exagerados. Por lo tanto, es común oír que “él se dirigió hacia Miguel para tratar de evitar que lanzara la botella...”. Sus características negativas, en consecuencia, son minimizadas o eliminadas; por ejemplo, la frase “corre hacia él lanzando insultos y haciendo gestos amenazadores” normalmente no aparece.
- Tampoco sorprende descubrir que algunas personas agregan aspectos negativos o aumentan los ya existentes; por ejemplo, “Miguel, que ya estaba molesto con el árbitro” o “Miguel, que ya había bebido varias cervezas”.

Más aún, es común que la gente tienda a calificar a un personaje neutral, como es el caso del árbitro, diciendo por ejemplo, “el árbitro, que había favorecido abiertamente al Equipo A desde el comienzo del partido”.

Es importante enfatizar que el juego es una lección de humildad para todos y todas, pues muestra lo difícil que es escuchar a los demás como verdaderamente corresponde. Incluso, nos muestra hasta qué punto debemos ignorar nuestros propios juicios de valor y escuchar la verdadera historia antes de llegar a una conclusión. Hay que tener en cuenta que nuestros prejuicios o estereotipos pueden crear una percepción de carácter selectivo. El hecho de conocer el tipo de distorsión que pueden producir estos prejuicios en nuestra percepción de la realidad es el primer paso para corregirlos.

Miguel y Juan son dos espectadores de un partido de fútbol. Miguel apoya al Equipo A, mientras que Juan es hincha del Equipo B. Hacia el final del primer tiempo, el marcador continúa 0 a 0, el juego se ha puesto cada vez más violento, ya que los equipos tratan de marcar un gol antes de regresar a los vestuarios para el descanso.

De pronto, uno de los jugadores del Equipo A toma la pelota y se encamina solo hacia la portería del Equipo B. Cuando está a punto de chutar, justo al entrar en el área de penalti, un jugador del equipo B comete una falta en su contra, lo que produce su caída. El árbitro, que se encuentra a 10 metros de la acción, sanciona un penalti a favor del Equipo A.

Miguel observa la escena con mucho disgusto desde las gradas. ¡Está claro que el árbitro se equivocó! Sin vacilar un minuto, le lanza una botella de cerveza que tenía en sus manos. Juan lo ve tirar la botella y corre hacia él lanzando insultos y haciendo gestos amenazadores. Miguel, al ver la reacción de Juan, saca del bolsillo un pequeño cortaplumas y lo abre con la intención de defenderse. En ese momento, tres espectadores se acercan a los dos hombres, los rodean y los mantienen separados hasta que un policía aparece en escena.

## 5. Los Papalagi

Desarrollo: Entregar a cada persona y leer entre todos en voz alta el siguiente texto: (Se les explica que es la descripción de una cultura real y se les pide que si alguien conoce ya esta cultura no dé ningún dato sobre ella a los demás.

"El cuerpo de los papalagi va enteramente cubierto de taparrabos, esteras y pellejos de animales, tan herméticamente ajustados que ni siquiera un ojo humano ni los rayos del sol son capaces de penetrarlos, tan apretados que su cuerpo se vuelve de un blanco descolorido y parece cansado como una flor que crece en el bosque bajo pesados árboles.

Alrededor de los pies se atan una piel tan moldeable como recia. Normalmente la piel suave es elástica y se moldea bien a la forma del pie, pero la dura no lo hace en absoluto. Están hechas de gruesos pellejos de animal que han sido puestos en remojo, desollados con navaja, golpeados y colgados al sol tanto tiempo que se han endurecido y curtido. Usando esto, los papalagi construyen una especie de canoa con los lados altos, lo suficientemente grande para que el pie se ajuste. Una canoa para el pie izquierdo y una para el pie derecho. Estos pequeños "pies-barcos" están sujetos alrededor de los tobillos con cuerdas y garfios para contener el pie dentro de una fuerte cápsula, tal como el caracol de su casa. Los Papalagi llevan estas pieles desde el amanecer al ocaso, los llevan incluso de viaje y cuando bailan. Los llevan incluso cuando hace tanto calor como antes de una tormenta de lluvia tropical.

Esto va contra la naturaleza, cansa a los pies y parecen ya muertos y apestados.

La mujer también lleva sus esteras y taparrabos ajustados a su cuerpo y sus tobillos, por eso su piel está llena de cicatrices y cardenales. Sus senos se han vuelto flácidos por la presión de una estera que atan a su pecho, desde la garganta a la parte baja del cuerpo y también alrededor de la espalda, con apuntalamiento suplementario de espinas de pescado, alambre de hierro y cuerdas.

Sin embargo es común que los taparrabos de las hembras sean más finos que los de los machos, y con más colorido y atractivo. Algunas veces se permite que la carne de los brazos y de la garganta asome, enseñando de este modo más carne que los machos. Pero no obstante se considera virtuoso que una chica se mantenga completamente cubierta.

Es por eso que por lo que nunca he entendido por qué está permitido que mujeres y muchachas muestren la carne de sus espaldas y cuello en las grandes fiestas sin caer en desgracia. Pero quizá en esto reside la gran atención de la fiesta, en que las cosas que estaban prohibidas todo el tiempo, se permitan ahora".

FUENTE: SCHEURMANN (1977)

Esta es una descripción realizada por el jefe Tuiavii de Tiavea del Pacífico sur sobre 1925. Los Papalagi que describe son los hombres blancos.

A continuación:

- Pedirles que dibujen a los Papalagi como se los imaginen. Discutir como son los Papalagi y sobre todo si su cultura tiene o no costumbres absurdas. Se puede pedir que valoren de 0 a 5 lo que les gustaría vivir en esa cultura.
- Descubrirles quienes son los Papalagi.

**ANÁLISIS DE SENTIMIENTOS:** ¿Como os sentís al saber que se trata de vuestra propia cultura?  
¿Alguien ha cambiado su relación afectiva con la cultura valorándola menos cuando no sabían que era la propia?

**ANÁLISIS DE HECHOS:** ¿Alguien descubrió que se trataba de su propia cultura? Explicar las ideas surgidas en la primera parte del debate.

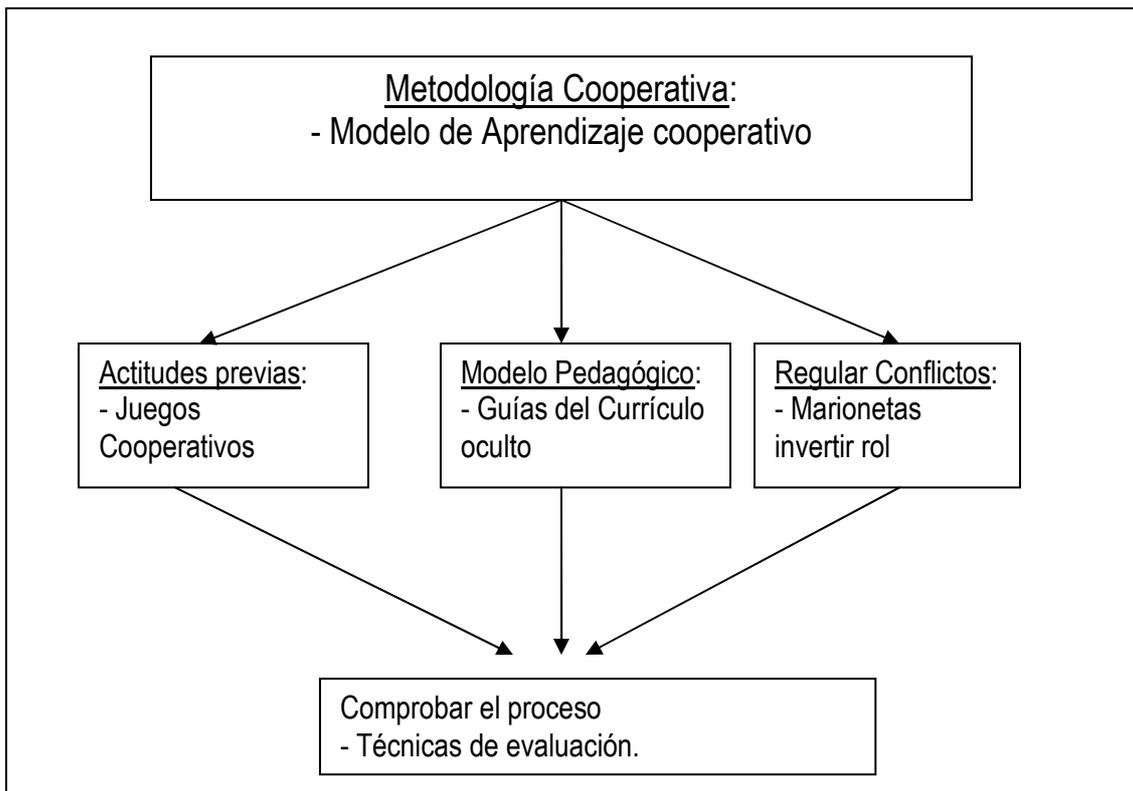
**GENERALIZACIÓN:** ¿Cuántas culturas distintas conoces? ¿Has viajado a otro país? Entre tus amigos ¿tienes a personas de otras culturas? ¿Qué ejemplos históricos conoces de encuentro entre culturas? ¿Cómo fue la relación?

### 3. FUNDAMENTOS DEL MODELO DE APRENDIZAJE COOPERATIVO

Desarrollo de actitudes necesarias para la vida.

Mejora del rendimiento escolar.

#### Estructura Democrática



## Elementos de la metodología cooperativa

### 1. Búsqueda, selección y procesamiento de información.

1.1. Búsqueda de información: puede ser útil, la presencia de guías que orienten la observación y/o recogida de datos.

- a) En fuentes bibliográficas, Internet, bibliotecas, entrevistando a personas.
- b) Búsqueda en el entorno: en un museo, en nuestro barrio, en una salida ecológica.

1.2. Sintetizar la información.

Elaborar preguntas sobre los principales aspectos del tema. Posiblemente también esquemas, gráficos.

### 2. Apoyo al aprendizaje de otras personas.

- Explicación de contenidos a las personas del grupo.
- Pregunta de las cuestiones elaboradas sobre cada parte del tema a otras personas para que comprueben su proceso de progreso.
- Calidad de explicaciones: explicar los porqués, implicarse en el aprendizaje de los otros.

### 3. Elaboración y presentación de información.

a) Elaboración de elementos: murales, mapas mudos, esquemas, dramatizaciones...

b) Presentación de los contenidos de cada grupo al resto del aula: Exposición.

### 4. Auto responsabilidad del aprendizaje.

a) Auto y coevaluación. Evaluación continua.

b) Evaluación sobre elementos contrastables donde pueden ver el progreso.

c) Evaluación que señale aspectos positivos y dé pautas para seguir mejorando.

d) Uso de elementos de evaluación de actitudes.

e) *Compromisos de rendimiento*: Comprometerse a un nivel de aprendizaje:

- De conceptos: Aprender un número de preguntas.
- De procedimientos: Realizar determinadas actividades: Ciertos trabajos, Búsquedas de información, Responsabilidad sobre el cuidado de material...
- De apoyo a los compañeros: Explicaciones de conceptos, Preguntas para que comprueben su nivel de conocimientos...

## Presentación a los chicos (propuesta)

1. *Trabajaremos en grupo* (de 4 personas) (Recordar cosas habladas en asamblea)

- Para que nos ayudemos y tengamos más éxito. (Se aprende más, tanto por escuchar y que nos ayuden, como por explicar y organizar lo sabido para contarlo)

- Para aprender a funcionar en equipo. (Será necesario el día de mañana). Por ello, el que no se sepa en un grupo explicar, hacerse entender... no puede ser evaluado positivamente.

2. *Vosotros diseñáis y tenéis las preguntas que hay que estudiar* y las tenéis. (Yo no hago en el examen ninguna pregunta nueva).

3. *Vosotros decidís la nota que queréis sacar el primer día, y para sacarla sólo tenéis que comprometeros a realizar ciertas cosas:*

- Aprender cada persona del equipo,
- Realizar ciertas tareas,
- Ayudar a que todos alcancen sus objetivos.

Sólo es preciso que:

- Os comprometáis a aprender algo más que la vez anterior.
- Cumpláis los compromisos. (Por supuesto, siempre se pueden superar).

Si todo el grupo alcanza los compromisos:

- Tendréis una nota que es mejor que la evaluación anterior.
- Subiréis todos lo que subiera la media del grupo. (O lo que el profesorado decida)

## Contenidos

### 1. ASIGNATURAS QUE IMPLIQUEN CONOCIMIENTO DE DATOS

- a) Buscar la información pertinente (o dársela el profesor) y organizar preguntas (y posiblemente otros trabajos).
- b) Comprometerse a logros.
- c) Sesiones de aprendizaje/evaluación y desarrollo de trabajos/evaluación.

### 2. ASIGNATURAS QUE IMPLIQUEN PRACTICAS Y/O PROBLEMAS

- a) Dar modelos de problemas/prácticas.
- b) Comprometerse a logros.
- c) Resolver en grupo (encargándose de que todo el grupo lo entienda)
  - Cada persona intenta su solución
  - Se contrasta en equipo las soluciones
  - Se valida la solución con el profesor (si es necesario)
  - Se comprueba la mejora de conocimiento
 (se repiten varias veces para notar la mejora)
- d) Resolver ciertos problemas de forma individual pero con el apoyo del resto del grupo (que tiene la solución de nuestros problemas).
- e) Elaborar problemas similares (si el profesorado lo ve pertinente)

## Trabajo en asamblea

Sería conveniente para que funcionara el aprendizaje cooperativo incluir el trabajo de:

### 1. Consolidar el desarrollo personal

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Autoconocimiento.</li> <li>- Afirmación y autoestima.</li> <li>- Autocontrol emocional.</li> <li>- Autocuidado.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- El reconocimiento y expresión de emociones.</li> <li>- La empatía.</li> <li>- Desarrollo del razonamiento moral y la creatividad.</li> </ul> |
|---|---|

### 2. Desarrollo de actitudes cooperativas grupales.

- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- El conocimiento mutuo.</li> <li>- La Comunicación.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- La confianza, el contacto y la estima.</li> <li>- La Cooperación.</li> </ul> |
|--|---|

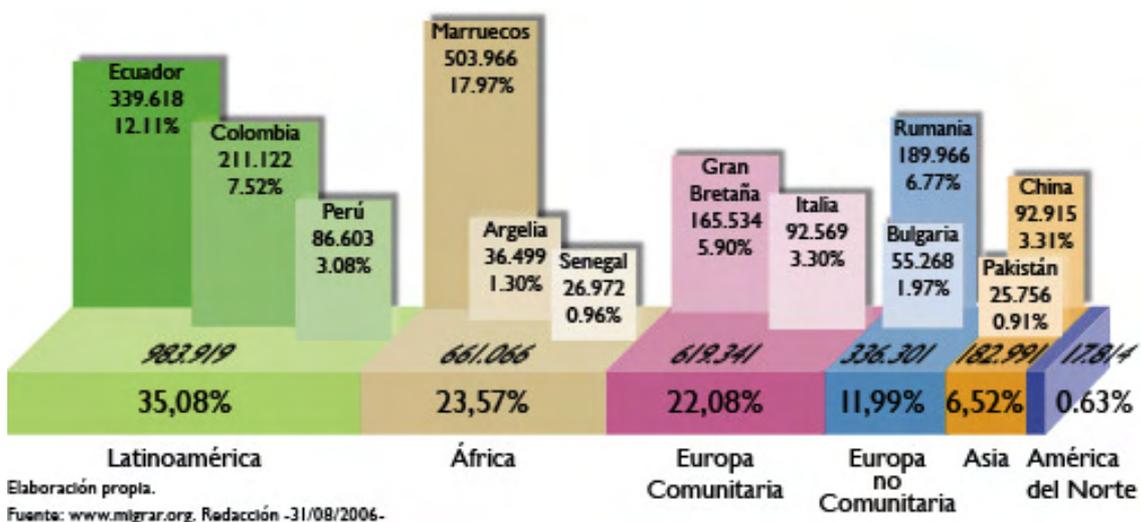
### 3 Otras Habilidades

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Superación de prejuicios.</li> <li>- Regulación de conflictos.</li> <li>- Capacidad Crítica constructiva.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de las grandes realidades sociales.</li> <li>- Toma de decisiones</li> <li>- Análisis de medios de socialización.</li> </ul> |
|---|--|

## FLUJOS MIGRATORIOS

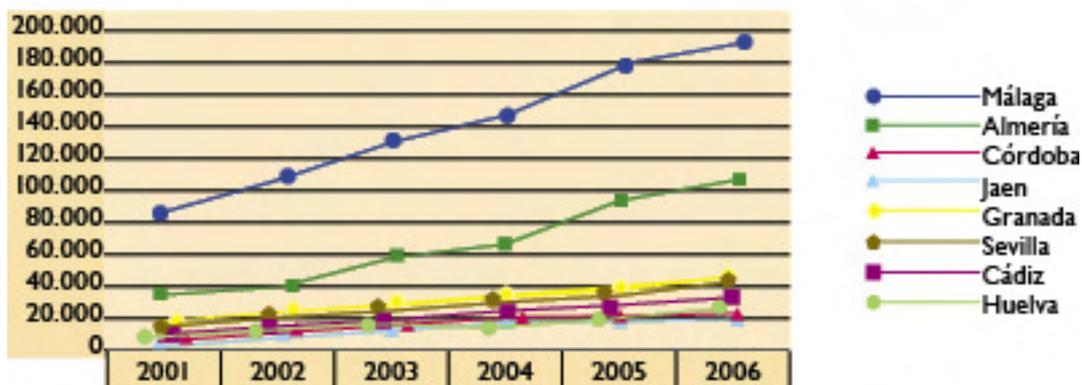
### 1. ESTADÍSTICAS

Inmigrantes por procedencia. Total en 2006.

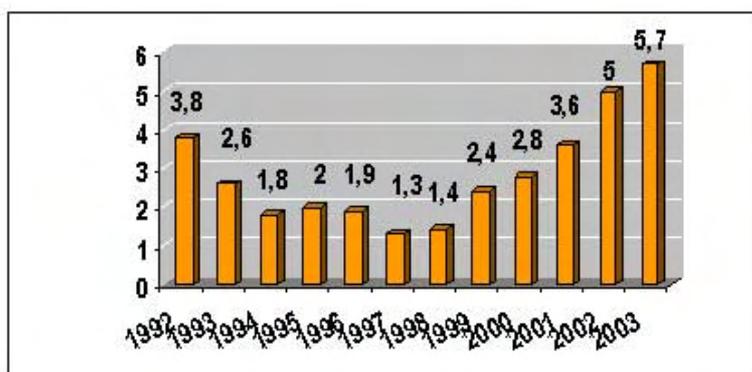


Evolución de la población extranjera en las provincias andaluzas.

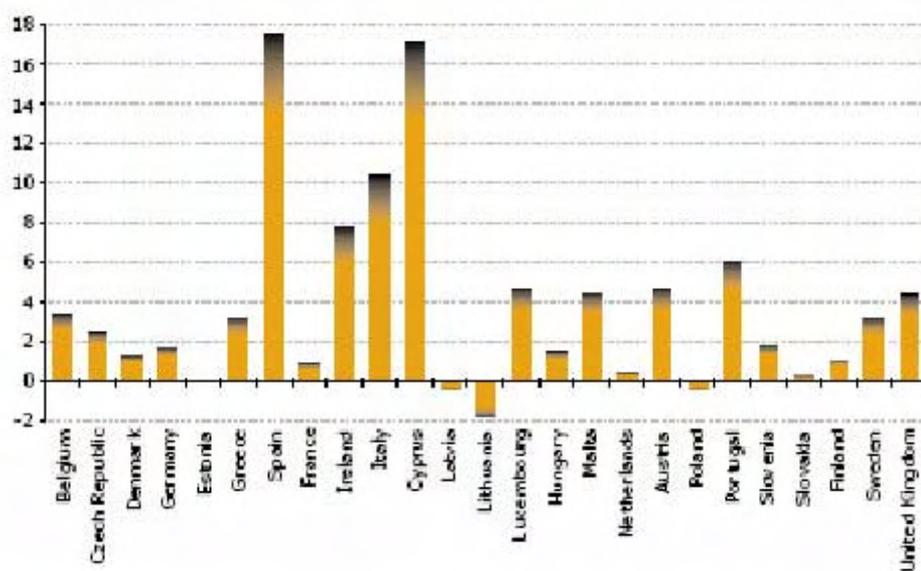
Periodo 2001-2006.



### Migración neta en la zona euro (por cada 1.000 habitantes)



Net migration into the EU Member States in 2003  
Per 1 000 inhabitants



## 2. CRONOLOGÍA DE LA INMIGRACIÓN ESPAÑOLA

---

### **Siglo XV – 1492:**

A partir de los viajes de Cristóbal Colón a América, muchos *españoles* fueron como parte del grupo de exploradores, dentro de los religiosos. En 150 años, los 80 millones de indígenas que vivían en esos territorios quedaron reducidos a 3 millones, más 10 millones de mestizos. Entre las causas de su eliminación podemos citar las enfermedades que los españoles llevaron, muy violentas para ellos al ser desconocidas, y el trabajo esclavo al que muchos fueron sometidos.

Muchos *españoles* marcharon a repoblar el al nuevo territorio porque en España había una gran pobreza, en la que se encontraban en la península ibérica debido a la estructura social semifeudal bajo la que estaban gobernados que existía

### **Siglo XIX:**

En La Constitución de 1812 se habla de la “libertad de emigrar” y, desde 1853, la administración fomenta la inmigración.

### **Siglo XX**

#### **1907:**

- Alfonso XII promulgó algo así como la *primera Ley de Inmigración*
- En 1915, la población en España era de 18 millones, y habían emigrado alrededor de 1.800.000. Esta cifra supone un 10% de población española emigrante en otros países.
- Entre 1871 y 1920 llegaron a Buenos Aires cuatro millones de inmigrantes:
  - Dos millones 2.000.000 de éstos eran italianos.
  - 1.100.000 eran españoles.

#### **1939:**

- Tras la Guerra Civil española (1936 – 1939), alrededor de 500.000 personas tuvieron que emigrar por temor a represalias políticas. Muchos se fueron a Francia, y a países de Latinoamérica como México

#### **1945:**

- Después de la II Guerra Mundial (1939 – 1945), países europeos como Francia, Alemania o Italia estaban totalmente destruidos. Muchos españoles fueron como *trabajadores invitados* a estos países de Europa occidental para apoyar su reconstrucción.
- En España se creó el Instituto Superior de Inmigración, que hacía convenios bilaterales (negociados entre las dos partes) con otros países para enviar trabajadores.
- Hasta 1960 salieron de España 600.000 hombres y mujeres emigrantes.
- Entre 1961 y 1971, se marcharon unos 2.000.000 (400.000 hacia Alemania). Muchos de ellos vivían en pueblos y de procedencia rural que no encontraban trabajo en la industria de las ciudades urbana españolas.

#### **1974**

- La gran depresión económica mundial, que comenzó en 1974, hizo que los países que recibían inmigrantes endurecieran los requisitos de entrada.

- Comienzan a volver españoles, unos 70.000 por año.
- Tras la dictadura de Franco (1939 – 1975), España vivirá un importante cambio social y económico que conlleva también cambios económicos.
- Comienza a cambiar el papel de este país y empiezan a llegar inmigrantes. A mediados de los años 70 se dio una inmigración cuyos motivos para venir eran políticos, debido a los sistemas dictatoriales de los países de origen.
- En los años 80 y sobre todo en los 90 la inmigración que llegaba tenía una mezcla de motivos para salir de sus países (económicos, políticos, de subsistencia...).
- Esta inmigración venía principalmente de República Dominicana y de Perú, y tenía un perfil mayoritariamente femenino y rural.

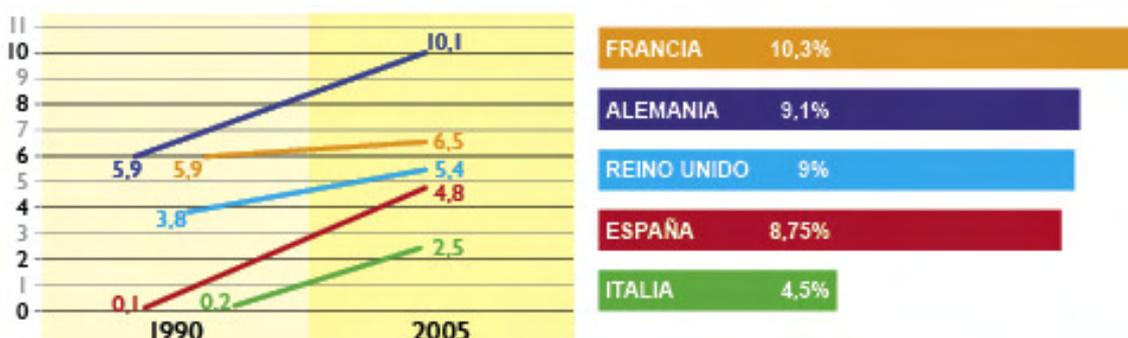
## 2004

- En junio de 2004 había en España 1.776.953 personas de origen extranjero con permiso de residencia en vigor.
- Los países de donde más personas vienen son Ecuador y Marruecos.

## ¿Qué ha cambiado para convertirnos en un país receptor?

- Cuando acabó la dictadura en 1975, y se instauró la democracia en España, se puso en marcha un Estado de Bienestar Social.
- España pasó de ser un país agrícola a ser un país industrializado. Así, la mayoría de la población trabaja en la industria y en el sector de los servicios (ocio, restaurantes, hoteles, transportes...) que, en determinadas épocas, necesita mucha gente para trabajar.
- Este rápido cambio hizo que, a mediados de los años 80, las personas que vivían en países menos favorecidos económicamente se fijaran en este país: se necesitaba mano de obra
- Lo que había sucedido mucho antes en otros países empezaba a ocurrir en España: así, mientras que en los países de Europa occidental (Alemania, Francia, Reino Unido, Italia), las leyes migratorias para evitar la entrada de inmigrantes de manera irregular se ponían en marcha a mediados de los 70, en España sucedía lo mismo con la primera Ley de Extranjería de 1985.

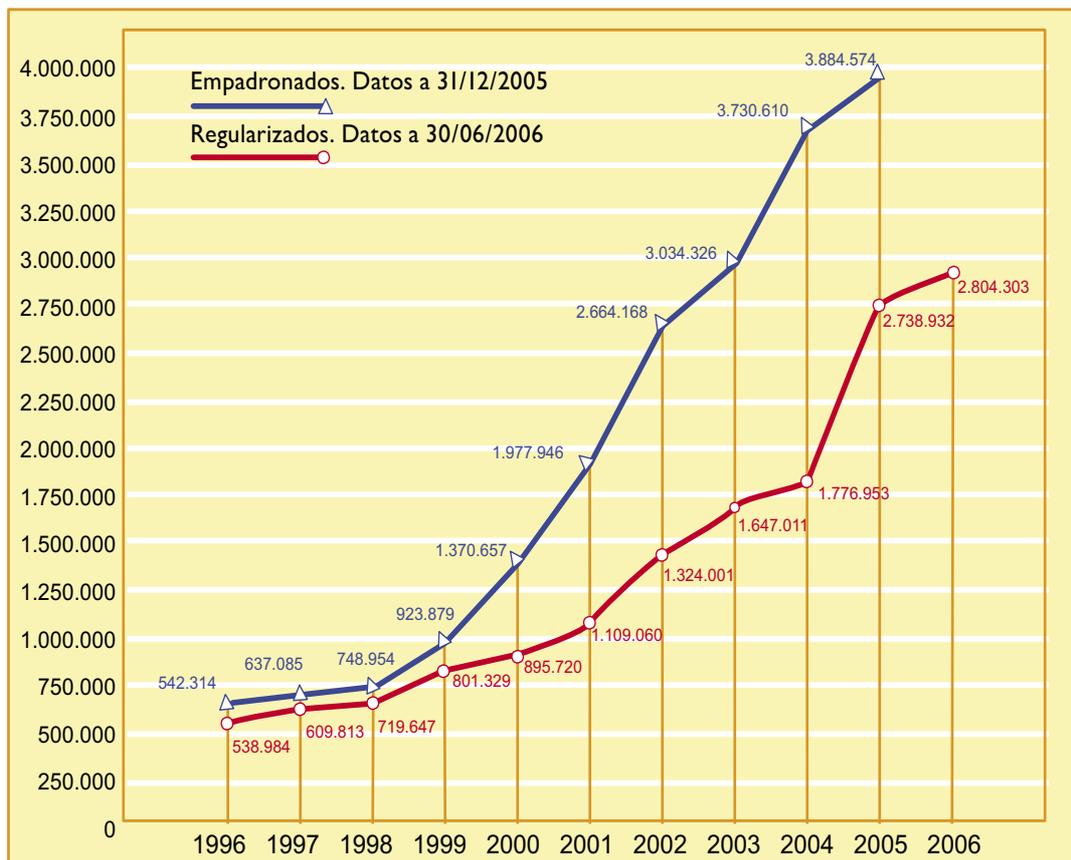
## Evolución en el tiempo de la llegada de inmigrantes



CLAVE: países como Alemania, Suiza, Holanda, Francia o Reino Unido cuentan con leyes de extranjería antes que España porque empezaron a llegar antes personas de otros lugares.

En España, los inmigrantes empezaron a llegar más tarde, pero actualmente tiene un número parecido al resto de países de Europa Occidental. En unas dos décadas, ha llegado a acercarse al porcentaje de inmigrantes del de los países vecinos. Actualmente, de los 43.200.000 habitantes de España, alrededor de tres millones son inmigrantes, lo que supone un 6,7% de la población.

**Cuadro comparativo de extranjeros regularizados y empadronados.**



Fuente: Elaboración propia. Datos del Ministerio del Interior.

### 3. LA LEY DE EXTRANJERÍA

---

Trasladarse de un lugar a otro dejando atrás amigos, familia y todo lo que te rodea es un hecho difícil. Las causas que llevan a una persona a emigrar son muchas y se mezclan de diferentes maneras: el deseo de tener una vida mejor, la necesidad de sobrevivir, poder enviar dinero a los hijos que se quedan en tu país, querer vivir en una sociedad más democrática, etc.

#### Grupos de migrantes:

##### 1. Solicitantes de asilo y protección internacional.

Son personas que viven en sus países situaciones de persecución y que temen por su vida. Por eso piden protección en un país, que les da asilo. La persecución puede estar motivada por muchas causas: situaciones de guerra, persecución política al vivir en un país con un gobierno dictatorial, por pertenecer a una raza, creer en una religión...

El asilo es uno de los Derechos Humanos expuesto en la Convención de 1951 de la Asamblea General de la ONU (Organización de las Naciones Unidas), relativa al status de los refugiados. Lo más doloroso para una persona que pide asilo o refugio es tener que DEMOSTRAR que sufre persecución en un lugar de origen y que tiene temores FUNDADOS.

*“Había nacido en Cali, a dos horas del mar, y vino a España[...]. “La decisión se impuso sola, en mi país conviven las ganas de vivir y el absoluto desprecio por la vida”. Y como a ella ganas de vivir le sobaban, una tarde salió de casa y no pudo regresar. La situación tocó límites: las amenazas por su trabajo político y el compromiso de su familia por el trabajo comunitario les obligaron a dejar sus sueños, sus construcciones. Los días de persecución les habían enseñado que la violencia y el miedo paralizan, genera sentimientos de impotencia, divide. Y así, dejó en casa el libro abierto, su aparato de música encendido, las fotografías en blanco y negro de rostros y lugares añorados que, paradójicamente, hoy le dan color a sus recuerdos. Y partió sin despedidas, preparativos, ni beca o bolsa turística como pensó algún día en su época de estudiante [...].”*

“La historia de Alba Lucía”. El Viaje de Ana: historias de inmigración contadas por jóvenes. Consejo de la Juventud de España.

##### 2. Migrantes económicos

Se llama migrantes económicos a todas aquellas personas que llegan a un país en busca de una vida mejor a través de un trabajo. Algunas personas, como ya hemos visto, llegan a otro país huyendo de la miseria que hay en los suyos. Otras llegan en busca de otras cosas, para vivir otras experiencias, conocer otros lugares, etc.

*“Vine aquí para hacer cosas, para hacer mi vida y ser independiente de mi familia, para vivir en otra cultura, trabajar, conocer...”*

“Said: el hombre que no conoce fronteras”. El Viaje de Ana: historias de inmigración contadas por jóvenes. Consejo de la Juventud de España

### 3. Reagrupación familiar.

*“El trabajo no dura mucho. Los meses pasan y se acaba el dinero, no tiene papeles [...]. No ha venido a pedir, no quiere que le regalen nada, quiere trabajar [...]. Por fin, la amiga de una amiga le facilita un trabajo en una casa grande. La vida empieza a sonreírle y al poco tiempo llegará su hermano trayendo a su hijo... Ahora Cristín tiene dos niños, vive con su hermana y sus hijos en un piso en Fuenlabrada. Trabaja por las noches en una fábrica de papel. Sus hijos estudian en un buen colegio, el mayor será médico y la pequeña maestra.”*

“La verdadera historia de Katy y Cristín, lejos de África”. El Viaje de Ana: historias de inmigración contadas por jóvenes. Consejo de la Juventud de España

Tiene mucho que ver con la migración económica. Cuando una persona llega a un país para trabajar, y cuando se asienta legalmente, intenta traer consigo a los miembros de su familia para estar juntos: hijos, esposo o esposa...

### ¿Qué es la ley de extranjería?

Es una serie de normas jurídicas que sirven para que una Administración, como la estatal en este caso, regule los flujos de personas que entran en el país, los derechos y los deberes que tienen esas personas, qué cosas deben hacer para regularizar su situación, etc.

Los derechos y deberes de los inmigrantes dependen de cada una de las leyes que se van aprobando, pero nunca van a poder ser menos que los derechos que toda persona tiene por el hecho de ser persona y que están contemplados en la Declaración de los Derechos Humanos. Tampoco pueden restringirse derechos que ya están incluidos en la Constitución, que es la Carta básica y fundamental de derechos y deberes que tenemos en este país.

La regularización en el proceso por el cual los inmigrantes consiguen regularizar su situación en el país; es lo que entendemos por tener papeles, conseguir un permiso de residencia. Cuando se habla en los medios de comunicación de “337 inmigrantes ilegales encontrados en una patera”, por ejemplo, no se trata de ilegales, sino de irregulares. Su situación es irregular, porque estas personas no cometen ningún delito por venir a este país.

Las manifestaciones contra la Ley de Extranjería de enero y febrero de 2001 tuvieron como lema que “ningún ser humano es ilegal”. Desde entonces, al hablar de personas que no tienen permiso de residencia o de trabajo en España, se les llama IRREGULARES.

## LA IMPORTANCIA Y EL PODER DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- El informe McBride
- La agenda setting
- Los medios y su actuación en conflictos
- Códigos Deontológicos

### 1. EL INFORME MC BRIDE: OTRA COMUNICACIÓN ES POSIBLE

*“Cada pueblo debe poder aprender de los demás, informándoles al mismo tiempo de cómo concibe su propia condición y de la visión que tiene de los asuntos mundiales. Cuando ello se logre, la humanidad habrá dado un paso decisivo hacia la libertad, la democracia y la solidaridad”*

Amadou Mahtar M'Bow

En relación con las distintas visiones que puede haber de un mismo hecho, y del poder de los medios de comunicación:

- 1980: Sean McBride, fundador de Amnistía Internacional, prepara una propuesta aceptada en la Conferencia General de la UNESCO en Belgrado
- En esa Conferencia surgieron dos posturas:
  - A) *Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación* (NOMIC) : comunicación entre iguales
  - B) *Libre Flujo de la Información* (free flow information): basada en el poder

De las páginas del informe McBride, es posible extraer algunas conclusiones:

#### Características

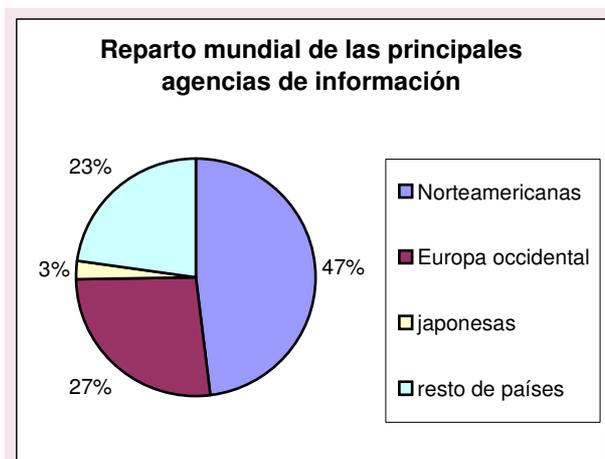
##### 1. Unidireccionalidad de la información.

- *“La comunicación es un intercambio permanente entre interlocutores iguales o al menos recíprocamente responsables. La comunicación basada en un intercambio y un diálogo libres, no solamente es más auténtica y más humana, sino que además constituye una mejor salvaguarda de la armonía social”.*
- Si la información se da sólo en una de las direcciones, sin posibilidad de intercambio, no se vería como comunicación sino como difusión de un mensaje (que la otra persona puede entender o no, pero no puede replicar).
- Implica que estamos siendo receptores de múltiples mensajes que provienen de *una sola voz*. Esa voz tiene una concepción del mundo y, por tanto, una manera de ver las cosas desde un punto de vista

El flujo unidireccional se debe a:

- Razones históricas.
- A las condiciones en las se estableció la importación de materiales y equipos.
- Factores económicos.
- A las estructuras internas de las naciones que fueron introduciendo la televisión

Associated Press, UPI (USA) France Press (Francia), Reuters (Reino Unido), Deutsche Presse-Agentur (Alemania) y EFE (España) y son las grandes agencias de información mundiales que producen el 70% de las informaciones que encontramos en la prensa, la radio o la televisión.



Todas las empresas importantes de cine y televisión están integradas en grandes grupos multimedia transnacionales, y además, la nacionalidad de los más extendidos es norteamericana. Sólo un dato: EEUU controla cerca del 85% del sector. Causas:

Estados Unidos de Norteamérica	Europa
Razones históricas y tradición cinematográfica	Mercado heterogéneo
Mercado homogéneo	Diversidad de idiomas: alrededor de 25
Unidad del idioma dentro de EE.UU y universalidad del inglés	Industrias nacionales con muy distinto desarrollo
Industria de producción para televisión potente	Liberalización desordenada de los entes públicos
Es el único país que puede exportar todo lo que produce	"Necesidad" de los productos norteamericanos para cubrir programación
Vende por lotes su producción	

## 2. Circulación vertical y horizontal de la información.

Una comunicación horizontal se basa en lo que hemos dado por llamar comunicación entre iguales. Ninguno de los emisores siente dificultades para intercambiar información, no siente que está ante una situación de superioridad o de inferioridad. Sin embargo, en la circulación vertical de la información, todo el flujo se da de arriba hacia abajo. Esta concepción informativa tiende a eclipsar la participación y el acceso de los receptores (que deberían ser también emisores en el sentido recíproco de la comunicación).

Como ejemplo de comunicación vertical es muy sencillo poner a sociedades basadas en un sistema rígido, jerarquizado y clasista. Por ejemplo, comunicación vertical es lo que se daba en la época nazi, o lo que podemos constatar en los distintos sistemas dictatoriales o pseudo-

democráticos que aún se dan. Pero también hay que decir que, en las sociedades democratizadas, la producción de información vertical está llegando a un volumen que no alcanzamos a digerir. Suele ir dirigida a un público concreto y muchas veces no es concebida bajo criterios de necesidad y exigencia de los receptores. Se dice que esta carga informativa está creando pasividad, alineación, confusión, etc. Y también, por otro lado, lo que Castells, en *La sociedad de la Información* viene a llamar los analfabetos de la información. Ya no sólo se requiere tener acceso a la información y unas competencias adquiridas para la lectura/visión de la información y su comprensión, también son necesarias nuevas competencias para la selección de la información que queremos entre la enorme producción de mensajes, y para su discriminación y análisis (crítico y con conciencia, a ser posible).

Para evitar esta unidireccionalidad, McBride describió en su informe, hace 25 años, la necesidad de acelerar la participación creciente de un mayor número de personas en las actividades de comunicación, facilitando así la democratización del proceso de comunicación y la multiplicación de las corrientes de información pluridireccionales, procedentes de múltiples fuentes y en las distintas direcciones (hacia arriba, hacia abajo y horizontalmente)<sup>9</sup>.

### 3. Concentración vertical y horizontal de la información

Mientras que el punto anterior hacía referencia al flujo de la información, este otro trata de los monopolios y oligopolios de la información (recopilación, almacenamiento y difusión) que la industrialización ha traído consigo. En el libro de McBride se distinguen las siguientes características generales y particulares de los países industrializados:

- Generales
  - a) Integración horizontal y vertical de empresas que actúan en el sector informativo y recreativo.
  - b) Participación de empresas pertenecientes a ramas industriales diferentes e interesadas por la expansión de los medios de comunicación social (cadenas de hoteles o de restaurantes, compañías aéreas, constructores de automóviles... interesadas por la prensa, producción de películas...
  - c) Fusión e interpenetración de diversas industrias de la información (creación de grandes conglomerados que abarcan múltiples medios de comunicación social).
- Países industrializados
  - a) apropiación creciente de los medios de comunicación social por el sector privado
  - b) extensión de distintas empresas en diferentes campos (noticias, productos culturales, producción de medios de programación y fabricación de material destinado a la industria de la comunicación)
  - c) aumento del número y de la importancia de las cadenas de periódicos
  - d) concentración de diarios y de diversas publicaciones periódicas diarias, semanales, mensuales en mismo editor
  - e) fusión de periódicos y de sociedades de distribución
  - f) control de la prensa por industrias o bancos
  - g) fusión de la prensa con otros órganos de información

---

<sup>9</sup> *El Rescate del Informe Mc Bride y la Construcción de un Nuevo Orden Mundial de la Información*, Javier Esteinou.

- h) importancia creciente de las actividades de los medios de comunicación social dominantes

#### 4. Transnacionalización de la información

- La producción de información, los servicios y los mercados son controlados mayoritariamente por los centros económicos.
- Así, “la industria de la comunicación está dominada por un número relativamente pequeño de empresas que engloban todos los aspectos de la producción y la distribución, están situadas en los principales países desarrollados y sus actividades son transnacionales [...]. Los medios de comunicación transnacionales ejercen una influencia capital sobre las ideas y las opiniones, sobre la evolución, para bien o para mal, de todas las sociedades. De ésta manera, a las empresas transnacionales les incumbe una responsabilidad especial en el mundo actual, ya que su posición dominante en materia de información hace de ellas un elemento de la estructura que determina el desarrollo de los modelos económicos y sociales y la sociedad tiene derecho a insistir que la asuman”<sup>10</sup>
- Ejemplos: Time Warner, Disney, News Corporation
- En España: Planeta, Prisa, Recoletos, Telefónica, Grupo Zeta

#### 5. Alienación de la comunicación

El desarrollo de los medios de comunicación ha hecho que aldeas remotas hayan accedido a programas de televisión y de radio. La preocupación del informe McBride viene sobre todo por los modelos homogéneos que la televisión vende al mundo entero, desechando como válidas culturas ancestrales, antiguas, que habían ido pasándose de padres a hijos, por ejemplo. Parece que sólo es válido un modelo de entender el mundo, el que sale por la televisión: la diversidad pierde valor frente a un modelo único.

#### 6. Democratización de la información

En las sociedades democráticas el derecho a la información y el derecho a informar, el derecho a la protección de la vida privada y el derecho a participar en la comunicación pública deben estar garantizados en lo que McBride llama el “nuevo derecho a comunicar”.

Debido a la gran influencia que los medios de comunicación de masa tienen sobre los individuos, dependiendo de los mensajes que lancen, de lo accesibles que sean, de las estructuras de los propios medios y de su gestión se podrá incidir más o menos en una mayor participación de la gente en la adopción de decisiones (algo, que por otro lado, suena también peligroso), en una mayor “democratización de la sociedad”. Como ya hemos visto, existe una relación estrecha entre los productores de información y la cantidad de información que abracan con lo que hoy se denomina desarrollo.

De las aproximadamente 300 empresas de información y comunicación de cierta relevancia 144 son norteamericanas, 80 euro – occidentales y 8 japonesas. Lo que podríamos denominar las demás pertenecen al entorno del llamado Norte (desarrollado, del centro), frente al Sur (subdesarrollado, de la periferia). Si indagamos, entre las primeras agencias que aparecen como

<sup>10</sup> *Un solo Mundo. Voces Múltiples. Comunicación e Información en Nuestro Tiempo*, Sean MacBride, Fondo de Cultura Económica (FCE) y UNESCO. México, D.F., 1980.

grandes interlocutores entre las noticias y los medios de comunicación de masas están las siguientes:

No hay que reparar mucho en los orígenes occidentales de todas ellas y de que se tratan de países con enorme influencia, no solo en su propia población. Por un lado está Estados Unidos, potencia mundial indiscutible desde el fin de la Guerra Fría. Por otro lado, en la lista encontramos los principales países colonizadores de América, Asia y África, incluyendo a Italia y a Portugal. Una vez más, las estructuras de poder político y económico se trasladan a los demás ámbitos. Esta vez al de la comunicación.

Hasta mediados de los años ochenta la información la hegemonía de la información al ostentaba AP (45%), UPL (35%), AFP (5%) y Reuters (5%). Desde mediados de la década de los ochenta la información económica adquiere importancia y sólo quedan las tres grandes: Reuters, AFP y AP. Hoy en día se suele incluir a EFE en este grupo de los privilegiados por la gran cantidad de hispanohablantes y por el creciente interés del español en el mundo.

En parte, cuando McBride destacó el Libre flujo de la Información frente al Nuevo Orden Mundial de la Información se refería a esto: a la posición hegemónica de producción de noticias, de producción de medios de comunicación y producción de mensajes y cosmovisiones del mundo polarizados en una sola orientación. Por eso, ante las propuestas hechas en la UNESCO, Estados Unidos y Reino Unido salieron de esta organización. No querían que les recortaran sus campos de actuación, porque no sólo iban a resultar recortes informativos... Con el tiempo, al igual que ocurre con otros tratados, convenios y recomendaciones internacionales, estos países acercaron sus posturas de nuevo a la UNESCO. Sólo hay que ver que, veinticinco años después del Informe seguimos tratando los mismos temas.

## 2. LA AGENDA SETTING

---

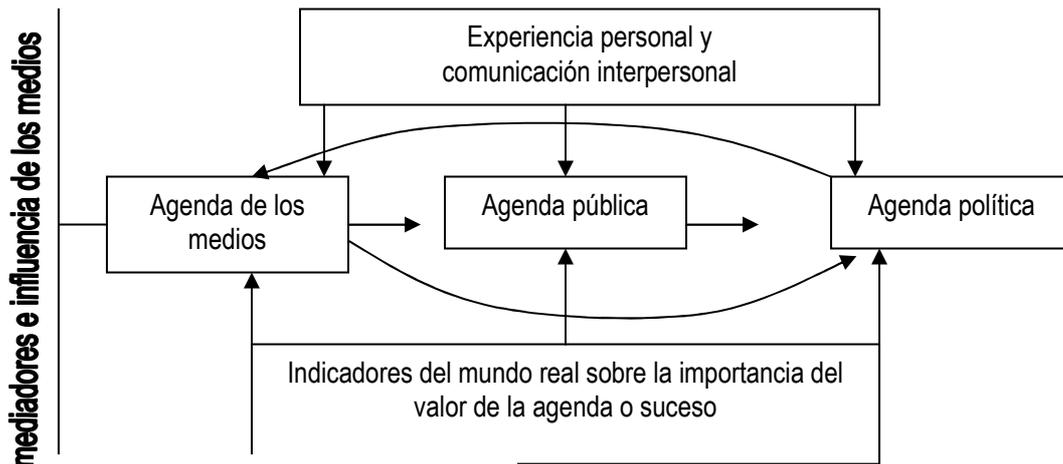
*“Como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido. El público además tiende a asignar a lo que incluye una importancia que refleja el énfasis atribuido por los medios de comunicación de masas a los acontecimientos, a los problemas, a las personas”.*

Donald Shaw, teórico de la agenda setting

- Fecha: 1972
- Autores: Maxwell McCombs y Donald Shaw.
- Análisis del efecto de los medios de comunicación sobre el público, en cómo influyen en qué piensa la gente y cómo lo piensa.
- Comenzaron estudiando esa influencia, sobre todo en época de elecciones, analizando las campañas políticas y cómo trasladaban los medios de comunicación temas a esas campañas y viceversa.
- Los medios de comunicación seleccionan las noticias, las jerarquizan y así hacen una valoración de lo que es más o menos importante. Esos temas influyen en la opinión pública,

- La agenda setting aparece cuando algo que se presenta como relevante en los medios de comunicación durante un periodo de tiempo, más o menos corto, se convierte también en prioritario para la agenda pública.

La cuestión es que la audiencia cada vez ve una realidad más reducida y tiene menos contacto con otras formas de construcción social de la realidad.



FUENTE: McQuail & Windahl (1993)

### 3. FUNCIONAMIENTO DE LOS MEDIOS

UNA NOTICIA DEBE RESPONDER A LAS 5 Ws: Qué, Quién, Cuándo, Dónde, Por qué (TAMBIÉN CÓMO)

#### ¿Por qué no se reflejan muchos acontecimientos?

- 1.- FUENTES LIMITADAS: existen grandes agencias, algunos periódicos y algún canal de TV (CNN, BBC). La BBC contextualiza, la CNN no.
- 2.- Corriente simpática de los "medios guía". La TV es uno de esos medios guía. Lo que no sale en ésta, no es noticia. Los periódicos pierden, la TV gana.

#### Condiciones de los medios

- 1.- Infraestructura adecuada
- 2.- Red de corresponsales adecuada
- 3.- Capacidad económica y decisión política: enviados especiales y free lances.
- 4.- Competencia excesiva entre medios y entre secciones de un mismo medio.

#### Qué se ha perdido

- 1.- Capacidad de acercarse a la realidad
- 2.- Rigor
- 3.- Distinguir entre la verdad y la mentira
- 4.- Creencia en la suficiencia para estar informados/as. Informarse requiere tiempo, esfuerzo, va más allá de ver un telediario u ojear el periódico.

### **Periodistas (situación ideal, que no es real en absoluto)**

- 1.- Conocimiento de los temas y las áreas geográficas (con sus idiomas) sobre las que informa.
- 2.- Interés y esfuerzo en contrastar fuentes directas e indirectas.
- 3.- Resistencia y capacidad para “colocar” temas a sus superiores.

### **¿Por qué podemos tener desinformación?**

- 1.- Fuentes no contrastadas
- 2.- Noticias incompletas
- 3.- Tienen un sesgo político tan fuerte que las convierten en panfletos (Venezuela)
- 4.- Son falsas
- 5.- No se especifica su origen ni su temporalidad

### **Qué es noticia y qué no: criterios que se usan en los medios**

- **NOVEDAD:** la noticia debe resultar atractiva por informar de algo que sorprenda al que la lee o la escucha,
- **PROXIMIDAD:** geográfica, cultural, social
- **IMPORTANCIA:** en función del enfoque de los medios: existen reglamentos en los que se fijan las líneas que deben seguir.
- **RELEVANCIA:** que destaca, sobresale, es excelente (Premio Nóbel, elecciones políticas, etc)
- **ACTUALIDAD:** por mucho que una noticia sea importante no se puede contar si han pasado muchos días desde que sucedió, a no ser que entren a jugar los demás criterios para compensar
- **VERACIDAD:** las noticias deben contar hechos que sean verdad, cosas que hayan pasado en realidad.

### **Criterios en la cobertura del área internacional<sup>11</sup>:**

- Los acontecimientos que encajan en binomios de buenos / malos son noticia. Las zonas grises, donde hay ambigüedad, son poco vendibles en una noticia de un minuto en TV.
- Lo que hacen las grandes potencias.
- Interesa todo lo que tiene potencial dramático (*El honor del guerrero*, Taurus).
- Muertos, pero a mayor número de días pasados, más muertos se necesitan. También importa mucho la cercanía y la distancia cultural y psicológica.
- Los países periféricos apenas cuentan salvo cuando los países centrales los ponen en el mapa (por ejemplo, Haití).
- Lo que es atribuible a personas muy importantes: hay firmas de gente muy famosa digan lo que digan, y de alguna manera ya no aportan nada.
- No hay conflictos importantes, todos son relativos. La importancia del conflicto depende de la actualidad del día.

---

<sup>11</sup> Por Felipe Sahagún

## 4. FUNCIONES DE LOS MEDIOS EN LOS CONFLICTOS<sup>12</sup>

### 1.- MEDIACIÓN

La radio de las 1.000 colinas, de los hutus, fue fundamental para fomentar el genocidio. Otro ejemplo es el de Ted Coppel, que puso en directo en la NBC a Mandela y Deder y consiguió la salida de la cárcel del primero.

¿Hasta dónde llega el efecto CNN (o efecto Alyazira)? Dicen que los Gobiernos se mueven según lo que digan los medios. Los medios de comunicación tienen una gran influencia, aplastante, pero sólo donde hay un vacío político (esto dice Clinton).

### 2.- EDUCACIÓN

La Universidad de Nueva York tiene programas y cursos de formación de periodistas para fomentar la paz y la convivencia. Ayudan a países que salen de las dictaduras a organizar de nuevo el trabajo de los medios.

### 3. COMPENSATORIA

Donde no hay medios locales, los medios extranjeros son el mejor factor para acercar la realidad. EEUU ya tiene una emisora en árabe: AL HURRA (Libertad), a la que se oponen los árabes. Radio Martí, en Cuba, se oye muchísimo (buena música y boletines de noticias)

## 4. CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS

---

*“Ofrecer determinados hechos o determinados datos puede ser una manera de cumplir (los medios de comunicación) la propia responsabilidad social de informar [...], pero puede entrar en colisión con la responsabilidad social de no alimentar estereotipos, actitudes o percepciones que dificulten la convivencia y favorezcan el conflicto. [...] La mejor fórmula para resolver esta paradoja es la autorregulación pública de los medios a partir de códigos deontológicos”.*

Los medios de comunicación ante la inmigración. La responsabilidad de informar, la responsabilidad de convivir. Vicenç Villatoro

*“34.-...los medios deben jugar un importante papel en la prevención de las tensiones y alentar la comprensión mutua, la tolerancia...”*

Resolución 1003 sobre ética del periodismo del Consejo de Europa (1.993)

*“Los medios de comunicación deben contribuir al refuerzo de la paz y la comprensión internacional, a la promoción de los derechos del hombre y la lucha contra el racismo [...] y la incitación a la guerra”*

Prefacio de los Principios internacionales de ética profesional del periodismo de la UNESCO

### 1. Conjunto de normas

---

<sup>12</sup> Por Felipe Sahagún

## 2. Características:

- Están hechos desde la propia profesión. Son un intento de autorregulación.
- Suponen el reconocimiento público de que la profesión de periodista tiene una ética.
- Son normas éticas, no obligatorias

## 3. Ejemplos:

- Código Internacional de Ética Periodística de la Unesco
- Código Europeo de Deontología del Periodismo
- FAPE (Federación de Asociaciones de la prensa en España)

## **Código Deontológico de la Profesión Periodística**

Federación de Asociaciones de la Prensa de España

### Preámbulo

En el marco de las libertades civiles consagradas en la Constitución, que constituyen la referencia necesaria para una sociedad plenamente democrática al ejercicio profesional del Periodismo representa un importante compromiso social, para que se hagan realidad para todos los ciudadanos, el libre y eficaz desarrollo de los derechos fundamentales sobre la libertad de información y expresión de las ideas.

Como sujeto e instrumento de la libertad de expresión, los periodistas reconocen y garantizan que su ejercicio profesional es el cauce de manifestación de una opinión pública libre dentro del pluralismo de un Estado democrático y social de Derecho.

Pero los periodistas, también, consideran que su ejercicio profesional en el uso y disfrute de sus derechos constitucionales a la libertad de expresión y al derecho a la información, está sometido a los límites que impidan la vulneración de otros derechos fundamentales.

Por ello, a la hora de asumir estos compromisos, y como verdadera garantía que ofrece a la sociedad española, a la que sirven, la profesión periodística entiende que le corresponde mantener, colectiva e individualmente, una intachable conducta en cuanto se refiere a la ética y la deontología de la información.

En este sentido, los periodistas integrados en la Federación de Asociaciones de la Prensa de España se comprometen con la sociedad a mantener en el ejercicio de su profesión los principios éticos y deontológicos que les son propios.

En su virtud, la Asamblea General de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España promulga los siguientes principios y normas deontológicas de la profesión periodística:

### **I. Principios generales**

1. El periodista actuará siempre manteniendo los principios de profesionalidad y ética contenidos en el presente Código Deontológico, cuya aceptación expresa será condición necesaria para su incorporación al Registro Profesional de Periodistas y a las Asociaciones de la Prensa federadas.

Quienes con posterioridad a su incorporación al Registro y a la correspondiente Asociación actúen de manera no compatible con estos principios, incurrirá en los supuestos que se contemplen en la correspondiente reglamentación.

2. El primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad.  
3. De acuerdo con este deber, el periodista defenderá siempre el principio de la libertad de investigar y de difundir con honestidad la información y la libertad del comentario y la crítica.

4. Sin perjuicio de proteger el derecho de los ciudadanos a estar informados, el periodista respetará el derecho de las personas a su propia intimidad e imagen, teniendo presente que:

a. Sólo la defensa del interés público justifica las intromisiones o indagaciones sobre la vida privada de una persona sin su previo consentimiento.

b. En el tratamiento informativo de los asuntos en que medien elementos de dolor o aflicción en las personas afectadas, el periodista evitará la intromisión gratuita y las especulaciones innecesarias sobre sus sentimientos y circunstancias.

c. Las restricciones sobre intromisiones en la intimidad deberán observarse con especial cuidado cuando se trate de personas ingresadas en Centros hospitalarios o en instituciones similares.

d. Se prestará especial atención al tratamiento de asuntos que afecten a la infancia y a la juventud y se respetará el derecho a la intimidad de los menores.

5. El periodista debe asumir el principio de que toda persona es inocente mientras no se demuestre lo contrario y evitar al máximo las posibles consecuencias dañosas derivadas del cumplimiento de sus deberes informativos. Tales criterios son especialmente exigibles cuando la información verse de temas sometidos al conocimiento de los Tribunales de Justicia.

a. El periodista deberá evitar nombrar en sus informaciones a los familiares y amigos de personas acusadas o condenadas por un delito, salvo que su mención resulte necesaria para que la información sea completa y equitativa.

b. Se evitará nombrar a las víctimas de un delito, así como la publicación de material que pueda contribuir a su identificación, actuando con especial diligencia cuando se trate de delitos contra la libertad sexual.

6. Los criterios indicados en los dos principios anteriores, se aplicarán con extremo rigor cuando la información pueda afectar a menores de edad. En particular, el periodista deberá abstenerse de entrevistar, fotografiar o grabar a los menores de edad sobre temas relacionados con actividades delictivas o enmarcables en el ámbito de la privacidad.

7. 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 susceptible de incitar a la violencia o a prácticas inhumanas o degradantes.

a. Debe, por ello, abstenerse de aludir, de modo despectivo o con prejuicios, a la raza, color, religión, origen social o sexo de una persona, o a cualquier enfermedad o minusvalía física o mental que padezca.

b. Debe también abstenerse de publicar tales datos, salvo que guarden relación directa con la información publicada.

c. Debe, finalmente, y con carácter general, evitar expresiones o testimonios vejatorios o lesivos para la condición personal de los individuos y su integridad física y moral.

## **II. Estatuto**

8. Para garantizar la necesaria independencia y equidad en el desempeño de su profesión; el periodista deberá reclamar, para sí y para quienes trabajen en sus órdenes:

- a. El derecho a unas dignas condiciones de trabajo, tanto en lo que se refiere a la retribución como a las circunstancias materiales y profesionales en las que debe desempeñar su tarea.
- b. El deber y el derecho de oposición a cualquier intento evidente de monopolio u oligopolio informativo, que pueda impedir el pluralismo social y político.
- c. El deber y el derecho de participación en la empresa periodística, para que se garantice su libertad informativa de manera compatible con los derechos del medio informativo en el que se exprese.
- d. El derecho a invocar la cláusula de conciencia, cuando el medio del que dependa pretenda una actitud moral que lesione su dignidad profesional o modifique substantivamente la línea editorial.
- e. El derecho y el deber a una formación profesional actualizada y completa.

9. El periodista tiene derecho a ser amparado tanto en el marco de su propia empresa como por las organizaciones asociativas o institucionales, frente a quienes, mediante presiones de cualquier tipo, pretendan desviarle del marco de actuación fijado en el presente Código Deontológico.

10. El secreto profesional es un derecho del periodista, a la vez que un deber que garantiza la confidencialidad de las fuentes de información.

Por tanto, el periodista garantizará el derecho de sus fuentes informativas a permanecer en el anonimato, si así ha sido solicitado. No obstante, tal deber profesional podrá ceder excepcionalmente en el supuesto de que conste fehacientemente que la fuente ha falseado de manera consciente la información o cuando el revelar la fuente sea el único medio para evitar un daño grave e inminente a las personas.

11. Corresponde al periodista vigilar escrupulosamente el cumplimiento por parte de las Administraciones Públicas de su obligación de transparencia informativa. En particular, defenderá siempre el libre acceso a la información proveniente o generada por aquellas, a sus Archivos y Registros administrativos.

12. El periodista respetará y hará respetar los derechos de autor que se derivan de toda actividad creativa.

## **III Principios de actuación**

13. El compromiso con la búsqueda de la verdad llevará siempre al periodista a informar sólo sobre hechos de los cuales conoce su origen, sin falsificar documentos ni omitir informaciones esenciales, así como a no publicar material informativo falso, engañoso o deformado. En consecuencia:

- a. Deberá fundamentar diligentemente las informaciones que difunda, lo que incluye el deber de contrastar las fuentes y el de dar la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos.
- b. Advertida la difusión de material falso, engañoso o deformado, estará obligado a corregir el error sufrido con toda rapidez y con el mismo despliegue tipográfico y/o audiovisual empleado para su difusión. Asimismo difundirá a través de su medio una disculpa cuando así proceda.

- c. Asimismo, y sin necesidad de que los afectados acudan a la vía judicial, deberá facilitar a las personas físicas o jurídicas la adecuada oportunidad de replicar a las inexactitudes de forma análoga a la indicada en el párrafo anterior.
14. En el desempeño de sus obligaciones profesionales, el periodista deberá utilizar métodos dignos para obtener la información, lo que excluye los procedimientos ilícitos.
15. El periodista reconocerá y respetará a las personas físicas y jurídicas su derecho a no proporcionar información, ni a responder a las preguntas que se les formulen, sin perjuicio de su deber profesional de atender el derecho de los ciudadanos a la información.
16. Con las mismas excepciones previstas para el secreto profesional, el periodista respetará el off the record cuando haya sido expresamente invocado o se deduzca que tal fue la voluntad del informante.
17. El periodista establecerá siempre una clara e inequívoca distinción entre los hechos que narra y lo que puedan ser opiniones, interpretaciones o conjeturas, aunque en el ejercicio de su actividad profesional no está obligado a ser neutral.
18. A fin de no inducir a error o confusión de los usuarios, el periodista está obligado a realizar una distinción formal y rigurosa entre la información y la publicidad. Por ello, se entiende éticamente incompatible el ejercicio simultáneo de las profesiones periodísticas y publicitarias. Igualmente, esta incompatibilidad se extenderá a todas aquellas actividades relativas a la comunicación social que supongan un conflicto de intereses con el ejercicio de la profesión periodística y sus principios y normas deontológicas.
19. El periodista no aceptará, ni directa ni indirectamente, retribuciones o gratificaciones de terceros, para promover, orientar, influir o haber publicado informaciones u opiniones de cualquier naturaleza.
20. El periodista no utilizará nunca en beneficio propio las informaciones privilegiadas de las que haya tenido conocimiento como consecuencia del ejercicio profesional. En particular, el periodista que habitual u ocasionalmente informe sobre asuntos financieros estará sujeto a las siguientes limitaciones:
- a. No podrá utilizar en su propio beneficio económico datos financieros de los que tenga conocimiento antes de su difusión general, ni podrá tampoco transmitir tales datos a terceros.
  - b. No podrá escribir sobre acciones o valores en los que tenga un interés financiero significativo propio o de sus familiares.
  - c. No podrá negociar de ningún modo acciones o valores, sobre los que tenga intención de escribir en un futuro próximo.

Sevilla, 28 de noviembre de 1993.

## **Código Internacional de Ética Periodística de la UNESCO**

1. El derecho del pueblo a una información verídica: El pueblo y las personas tienen el derecho a recibir una imagen objetiva de la realidad por medio de una información precisa y completa, y de expresarse libremente a través de los diversos medios de difusión de la cultura y la comunicación.
2. Adhesión del periodista a la realidad objetiva: La tarea primordial del periodista es la de servir el derecho a una información verídica y auténtica por la adhesión honesta a la realidad objetiva, situando conscientemente los hechos en su contexto adecuado.

3. La responsabilidad social del periodista: En el periodismo, la información se comprende como un bien social, y no como un simple producto. Esto significa que el periodista comparte la responsabilidad de la información transmitida. El periodista es, por tanto, responsable no sólo frente a los que dominan los medios de comunicación, sino, en último énfasis, frente al gran público, tomando en cuenta la diversidad de los intereses sociales.

4. La integridad profesional del periodista: El papel social del periodista exige el que la profesión mantenga un alto nivel de integridad. Esto incluye el derecho del periodista a abstenerse de trabajar en contra de sus convicciones o de revelar sus fuentes de información, y también el derecho de participar en la toma de decisiones en los medios de comunicación en que esté empleado.

5. Acceso y participación del público: El carácter de la profesión exige, por otra parte, que el periodista favorezca el acceso del público a la información y la participación del público en los medios, lo cual incluye la obligación de la corrección o la rectificación y el derecho de respuesta.

6. Respeto de la vida privada y de la dignidad del hombre: El respeto del derecho de las personas a la vida privada y a la dignidad humana, en conformidad con las disposiciones del derecho internacional y nacional que conciernen a la protección de los derechos y a la reputación del otro, así como las leyes sobre la difamación, la calumnia, la injuria y la insinuación maliciosa, hacen parte integrante de las normas profesionales del periodista.

7. Respeto del interés público: Por lo mismo, las normas profesionales del periodista prescriben el respeto total de la comunidad nacional, de sus instituciones democráticas y de la moral pública.

Respeto de los valores universales y la diversidad de las culturas: El verdadero periodista defiende los valores universales del humanismo, en particular la paz, la democracia, los derechos del hombre, el progreso social y la liberación nacional, y respetando el carácter distintivo, el valor y la dignidad de cada cultura, así como el derecho de cada pueblo a escoger libremente y desarrollar sus sistemas políticos, social, económico o cultural. El periodista participa también activamente en las transformaciones sociales orientadas hacia una mejora democrática de la sociedad y contribuye, por el diálogo, a establecer un clima de confianza en las relaciones internacionales, de forma que favorezca en todo la paz y a justicia, la distensión, el desarme y el desarrollo nacional.

8. La eliminación de la guerra y otras grandes plagas a las que la humanidad está confrontada: El compromiso ético por los valores universales del humanismo previene al periodista contra toda forma de apología o de incitación favorable a las guerras de agresión y la carrera armamentística, especialmente con armas nucleares, y a todas las otras formas de violencia, de odio o de discriminación, especialmente el racismo.

## **5. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ANTE LA INMIGRACIÓN<sup>13</sup>, por Vicenç Villatoro<sup>14</sup>**

Constructores de sentido, los medios de comunicación se erigen en responsables sociales de la creación de modelos de interpretación de la realidad. Tomando esta premisa como punto de

<sup>13</sup> Cuaderns del CAC. N° 12. Tema monográfico: Los medios de comunicación ante la inmigración La responsabilidad de informar, la responsabilidad de convivir

<sup>14</sup> Escritor y periodista y Miembro de la Comisión de Estudio sobre la Inmigración del Parlamento de Cataluña.

partida, el artículo abre un debate sobre el papel de los media respecto al tratamiento informativo de la inmigración.

Entre la regulación por ley, y la no regulación sin límites, el autor defiende la autorregulación de los medios y la elaboración de los códigos deontológicos como vías que hacen posible la construcción de discursos mediáticos que respondan a su responsabilidad social de informar y de fundamentar la convivencia pacífica.

Sin ganas de ser exageradamente trascendente, tengo la sensación de que hablar del tratamiento de los hechos inmigratorios en los medios de comunicación es uno de los debates centrales de nuestro tiempo, porque es –por decirlo así– un debate al cuadrado. Quiero decir que es una cuestión en la que participan dos debates que, incluso observados independientemente, forman parte de la agenda de nuestras urgencias teóricas y prácticas. Uno, el debate sobre las formas de gestión de unas oleadas inmigratorias y de sus efectos sociales y culturales que, por sus características, es del todo nuevo para nosotros. El otro, el debate sobre la responsabilidad social, en general, de los medios de comunicación. O, si se quiere, de como los medios de comunicación tienen que responder a responsabilidades sociales diversas y a menudo incluso contradictorias, cuando menos en apariencia. Personalmente, yo creo que discutiríamos apasionadamente la gestión del hecho inmigratorio aunque no hubiera inmigración.

Y discutiríamos apasionadamente la responsabilidad social de los media, aunque no hubiera hecho Inmigratorio. Como será, pues, de caliente y apasionante, el espacio de intersección de los dos debates. Un espacio que, me adelanto a decirlo, existe, es central y trascendente. Contra algunas tradiciones metodológicas, no iniciaré la exposición analizando el contenido de las palabras del enunciado. Damos por supuesto –y es mucho suponer– que estamos de acuerdo sobre qué queremos decir cuando hablamos de inmigración. Suponemos también –y no es menos arriesgada la suposición que estamos de acuerdo sobre qué queremos decir cuando hablamos de medios de comunicación. Pero si se nos pide participar en este debate debe ser –es– porque en torno a los dos mundos, y todavía más en su intersección, hay la vivencia de un problema.

No es que la inmigración sea un problema, en sí misma. No es que los medios de comunicación sean intrínsecamente problemáticos. Pero encima de un hecho y del otro se proyecta una percepción problemática, que deberíamos describir antes de avanzar. Por decirlo así, intentamos establecer cuál es el problema de la inmigración y cuál es el problema de los medios.

### **Inmigración, acogida, diversidad**

Cuando de una manera creciente los ciudadanos mencionan la inmigración como una de las cuestiones que más les preocupa, yo creo que a menudo se mezclan tres ámbitos diversos, aunque relacionados:

- a) Los flujos migratorios, propiamente dichos. Es decir, los desplazamientos de población, las fronteras, las cuotas, las pateras, los papeles y los no-papeles, la entrada de inmigrantes y su regularización legal.
- b) La acogida de los recién llegados. Es decir, las condiciones sociales en las que personas venidas de fuera aterrizan en nuestra sociedad, las políticas sanitarias,

urbanísticas, educativas, que comporta la llegada de un contingente de personas que vienen de fuera.

- c) La gestión de la diversidad. La necesidad de encontrar mecanismos de convivencia entre personas que participan de tradiciones religiosas, políticas, culturales, diversas y la forma de conseguir una sociedad donde la diferencia no se convierta en desigualdad de derechos y deberes ciudadanos.

Normalmente, ponemos los tres ámbitos en el paquete común que va bajo de la etiqueta "inmigración". Pero de hecho son ámbitos diferenciados. En un cierto sentido, nuestros modelos de generalización del bienestar y de gestión de la diversidad nos los debemos plantear igual tanto si hay inmigración como si no la hay. En todo caso, el hecho inmigratorio puede exigirnos un ritmo de reflexión más acelerado. A través de la inmigración, nuestra sociedad se mira al espejo. Si estamos de acuerdo en que inmigrante no se es toda la vida y que todavía menos es una condición que se hereda –la muy absurda expresión de inmigrantes de segunda generación–, incluso una sociedad sin inmigrantes debería plantearse hoy su nueva forma de gestionar la diversidad interior. Cuando en algunos barrios de Francia o de la Gran Bretaña hay enfrentamientos de trasfondo racista o choques entre personas o grupos de religión o referentes culturales diversos, pero nacidos todos en el país, no podemos hablar de un problema de inmigración, sino de un problema de gestión de la diversidad.

Los tres ámbitos, que ya sé que tienen una cierta relación, presentan aspectos problemáticos, en un sentido u otro. Son un problema, obviamente, las políticas de inmigración y son un problema los muertos que hay en el Estrecho de Gibraltar o las mafias que trafican con personas. Es un problema la eficaz acogida social de los nuevos contingentes de personas venidas de fuera y su integración en nuestro modelo de estado del bienestar. Hay tensiones indudables a partir de la presencia en unos territorios que estaban acostumbrados a otros tipos de diversidades de personas y grupos con variadas tradiciones culturales, políticas y religiosas.

Pero me parece que haríamos bien no mezclando las tres cuestiones. Y probablemente allá donde el debate será más vivo y habrá más trabajo a hacer será, en mi opinión, precisamente en la gestión de la diversidad.

## **La responsabilidad social de los medios**

Al margen incluso de las cuestiones más o menos relacionadas con la inmigración, en torno a los medios de comunicación hay un debate permanente que afecta a lo que podríamos llamar sus responsabilidades sociales. Es obvio que los medios son hoy los principales constructores de sentido, quienes abastecen al conjunto de la población de los modelos de interpretación de la realidad, de los estereotipos, de los datos que alimentan, configuran, confirman o desmienten las visiones del mundo. Por lo tanto, los medios participan decisivamente en la construcción de los valores sociales, en una relación dialéctica, de permanente ida y vuelta de la realidad: por un lado, los medios son un espejo de los valores de una sociedad y de sus relaciones internas y, por otro, son fundamentales en la definición de valores y actitudes.

No diría que los medios imponen a la sociedad unos modelos de interpretación y de sentido, pero amplifican y modelan estos modelos, de los que son a la vez causa y efecto. Esto nos lleva a lo que para mí es el centro del debate sobre el papel de los medios, que podríamos centrar en los espacios de colisión entre dos formas diversas de responsabilidad social:

a) En la medida en que los medios participan en la construcción de valores, estereotipos y actitudes, los medios de comunicación tienen la responsabilidad social de procurar que estos valores, estas imágenes y estas actitudes contribuyan a la convivencia, al respeto mutuo, a la consolidación de formas democráticas de libertades y participación.

b) Los medios tienen la responsabilidad social de responder al derecho de los ciudadanos a obtener la información que consideren relevante, sin que se les oculte nada que les importe. La relación entre los medios y los ciudadanos se fundamenta en un contrato de confianza según el cual los medios respetan los hechos, ofrecen opiniones y en ningún caso ocultan –ni con buen fin- ningún hecho o ninguna información que sus receptores deseen obtener.

El contrato de confianza fundacional de los medios de comunicación exige que sus receptores tengan la certeza –o, por lo menos, que no tengan una certeza contraria– que no les será ocultado nada que los propios receptores puedan considerar relevante. El fundamento de esta responsabilidad social no es tanto el derecho a la libertad de expresión de los medios como el derecho a la información de los ciudadanos. Ni los poderes públicos, a través de ninguna forma de censura, ni los mismos medios, a través de una ocultación deliberada de hechos relevantes – otro nombre de la misma censura– pueden coartar este derecho a la información, ni siquiera en nombre de un bien superior. Este debate va mucho más allá de la cuestión concreta de la inmigración. Es un debate que afecta a muchísimos ámbitos informativos, desde el tratamiento del terrorismo hasta la relación entre los medios y la vida privada de las personas.

Personalmente, es un debate en el que no creo que en ningún caso se pueda plantear como solución cualquier forma de censura: silenciar hechos o datos deliberadamente, en nombre de una causa noble o no tan noble. Los límites de la libertad de información –o del derecho a la información, si cogemos la perspectiva de todos los ciudadanos– sólo puede tener los límites del código civil, es decir, la falsedad manifiesta, la calumnia o la injuria. En todo caso, sí que la legislación puede poner límites a la opinión en nombre de algunos principios, muy pocos: evitar la incitación al odio o a la violencia o su apología. Pero una democracia tiene que ser muy curiosa y muy prudente al poner esta clase de límites.

En cualquier caso, el problema se presenta cuando los medios pueden tener dudas entre estas dos responsabilidades sociales, que en algunos casos son complementarias, pero que en otros pueden aparecer como alternativas: ofrecer determinados hechos o determinados datos –no hablamos ya de determinadas interpretaciones– puede ser una manera de cumplir la propia responsabilidad social de informar y de ofrecer al ciudadano todo aquello que al mismo ciudadano le parece relevante, pero puede entrar en colisión con la responsabilidad social de no alimentar estereotipos, actitudes o percepciones que dificulten la convivencia y favorezcan el conflicto.

Personalmente, me parece que en todos los casos la mejor fórmula para resolver esta paradoja es la autorregulación pública de los medios, a partir de códigos deontológicos explícitos, en los que se publiciten los límites que cada medio pone a su libertad de informar y de opinar en nombre de la defensa de valores que considere superiores. La autorregulación –después veremos cómo se puede aplicar al caso que nos ocupa– me parece la única fórmula de mantener el imprescindible contrato de confianza entre los ciudadanos y los medios y, al mismo tiempo, atender la responsabilidad social que pide no alimentar actitudes y estereotipos que favorezcan el conflicto.

## Los requerimientos a los medios

A partir precisamente de su responsabilidad social a través de la formación de imágenes y estereotipos, que desembocan en actitudes, los medios de comunicación reciben una serie de requerimientos explícitos o implícitos por parte de los sectores más sensibilizados de la sociedad. Son requerimientos que los hacen, en primer lugar, los poderes públicos y, en paralelo, las organizaciones que por su actividad y sensibilidad se sienten más directamente implicados. En el caso de Cataluña, estos requerimientos han sido explicitados, de una manera transparente, en el Acuerdo Parlamentario sobre Política de Inmigración, redactado por una comisión mixta de parlamentarios y expertos y aprobado por unanimidad por nuestro Parlamento el 27 de junio de 2001. Tuve la satisfacción de ser uno de los miembros de la comisión que redactó el documento, como portavoz en esta comisión del grupo de *Convergència i Unió* y, por lo tanto, no querría ser demasiado enfático en su valoración. Pero en cualquiera caso tengo la impresión de que, por sus contenidos, por su aprobación unánime, por el hecho de ser redactado conjuntamente por parlamentarios y por personas que representaban puntos de vista muy plurales y muy competentes en el tratamiento del hecho migratorio, este documento es particularmente valioso y probablemente imprescindible para tratar, a partir de ahora, cualquier aspecto sobre la inmigración a Cataluña. Naturalmente, también éste que nos ocupa<sup>15</sup>.

Tras hacer varias recomendaciones a los poderes públicos sobre las políticas a llevar a cabo respecto a la inmigración en Cataluña, el documento hace una serie de requerimientos adicionales, dirigidos esencialmente al mundo de los medios de comunicación, de la universidad y de los líderes de opinión, a fin de encontrar un discurso responsable y preciso. El documento considera que la generación de un discurso adecuado es tan importante como las mismas políticas para evitar los conflictos potenciales en torno a la inmigración. En este sentido, el documento contiene un requerimiento específico a los medios de comunicación y varios requerimientos más genéricos, que también les afectan. El requerimiento específico insta a un tratamiento adecuado del hecho migratorio en los medios de comunicación, de manera que se eviten las distorsiones y trivializaciones de este tema y se fomente el conocimiento de las culturas de procedencia de los principales grupos de inmigración.

Pero hay en el documento otros requerimientos más genéricos, con respecto al discurso sobre la inmigración, que afectan a los medios de comunicación, junto a otros sectores generadores de discurso:

- Evitar magnificar la inmigración, procurar situarla en sus términos justos y discernirla de otras cuestiones que tienen entidad propia y diferenciada y que puedan dificultar mucho la articulación social, bien al margen de la inmigración: las desigualdades económicas y sociales, el paro, el urbanismo especulativo, los abusos de poder.

---

<sup>15</sup> El Acuerdo sobre la política de inmigración en Cataluña fue el fruto de los trabajos de una Comisión de Estudio sobre la Política de Inmigración en Cataluña formada, excepcionalmente y por primera vez, en la dinámica parlamentaria catalana, por representantes de todos los grupos presentes en la Cámara y por una serie de expertos designados por el propio Parlamento: Anna Cabré, Salvador Cardús, Andreu Claret, Manuel Delgado, Salvador Giner, Joaquim Giol, Carles Navales, Àngels Pasqual, Jordi Porta, José Luis Salido, Josep Maria Terricabras y Josep Ignasi Urenda. El documento redactado por una ponencia surgida de esta comisión fue aprobado por la unanimidad del Parlamento de Cataluña el día 27 de junio de 2001.

- Revisar el uso del término “mestizaje” (que en sí mismo parece un término racista), y no confundir los intercambios y las interrelaciones entre personas y pueblos con una homogeneización importada y con la dimisión de los propios referentes de partida. Una pluralidad real se consigue sólo con años de convivencia constructiva. El documento alerta también sobre algunos componentes del discurso que se pueden volver en contra de un proyecto de futuro deseable.

- Alerta sobre el hecho que una concepción ingenua de multiculturalidad, presentada como modelo social deseable, puede sugerir la posibilidad e, incluso, la conveniencia de renunciar a construir una comunidad política de ciudadanos fundamentada en unas señales de identificación compartidas.

Alerta también respecto a un discurso sobre la inmigración presentada como una posibilidad para solucionar los déficits demográficos, déficits del sistema de pensiones y vacíos del mercado laboral, todo esto en los países europeos. Es decir, a menudo la inmigración es presentada como una necesidad, como un mal menor. Este es un discurso que, aparte de estar mal fundamentado en un modelo muy estático, es utilitarista, peligroso –¿qué pasará si la natalidad aumenta o si remonta el paro?-, que deja de lado el respeto a las personas y al ejercicio de la libertad como elemento básico en una sociedad democrática.

Los requerimientos que hace el Parlamento de Cataluña, en este documento, del cual vuelvo a recomendar la lectura completa, porque me parece que hay aportaciones de lenguaje nuevas y puntos de vista originales, no son rutinarios ni expresión estricta de buenas intenciones genéricas. Aplicados al trabajo cotidiano de los medios, estos requerimientos pueden ser aceptados o no, pueden entrar o no en colisión con las prácticas y con el lenguaje de los medios, pero tienen traducciones concretas y específicas. Si se me permite entrar ya en el ámbito de las interpretaciones, diría que a través de estos requerimientos se pide a los medios que adopten criterios nuevos con respecto tanto a la información como a la opinión. Criterios a veces restrictivos, cosas a evitar, y a veces positivos, cosas a potenciar.

#### **a) Criterios restrictivos respecto a la información.**

- Evitar la magnificación. Presentar el volumen del hecho migratorio en los puntos justos y no presentarla como un fenómeno más grande ni más acelerado de lo que es. Evitar, por lo tanto, la imagen del alud migratorio.

- Evitar la distorsión y la dramatización. No presentar sistemáticamente el hecho migratorio asociado a aspectos conflictivos y amenazadores.

- Evitar la confusión entre la inmigración y otras realidades sociales. No atribuir, por lo tanto, al hecho migratorio un potencial conflictivo que de hecho debe atribuirse a problemas de otra naturaleza. No culpabilizar a la inmigración de problemas que de hecho tienen otro tipo de causas.

- Evitar la trivialización. En la otra punta de la magnificación, reconocer al hecho de inmigrar su intensidad dramática y al inmigrante su dignidad personal.

## **b) Criterios positivos respecto a la información.**

- Potenciar todo aquello que signifique conocimiento de las tradiciones culturales, religiosas y sociales de procedencia de los principales colectivos inmigrantes.
- Valorar de forma especial aquella información que presenta experiencias positivas de convivencia y de integración.

## **c) Criterios respecto a la opinión**

- Ser conscientes de que términos como “mestizaje” o “multiculturalidad” pueden alimentar una imagen de dimisión obligatoria de los propios referentes de partida y la renuncia a unas señales de identificación compartidos por el conjunto social.
- Evitar una presentación estrictamente utilitarista de la inmigración –aunque esto precisamente ayude a presentarla como positiva–, porque un cambio en la coyuntura no signifique la aparición de fenómenos de rechazo. Si la inmigración se presenta como necesaria para tener mano de obra en un momento de muy poco paro, ¿qué haremos de los inmigrantes si sube el paro?
- Evitar enfrentarse a la inmigración con el discurso del miedo, que como dice el mismo documento en su párrafo final es la madre de todas las violencias, de todas las xenofobias y de todas las faltas de respeto a las personas.

Desde otras instancias se podrían formular estos requerimientos con otras palabras o se podría observar su aplicación a casos concretos, pero en cualquier caso no son unas peticiones rutinarias ni sencillas de cumplir. La máxima representación de la sociedad se dirige a los medios de comunicación y les recuerda su responsabilidad social como creadores de imágenes, estereotipos, valores y actitudes. La respuesta de los medios de comunicación tiene que confrontar esta responsabilidad social con su otra responsabilidad, que es la de informar, la de servir al derecho a la información de los ciudadanos.

## **Las dificultades de la práctica periodística**

Si existe un debate sobre el tratamiento de las cuestiones de inmigración en los medios de comunicación es, en buena parte, porque los sectores más sensibilizados de nuestra sociedad reprochan a los medios presentar en la mayor parte de los casos el hecho inmigratorio, la acogida de personas procedentes de fuera y la existencia de diversidad religiosa o cultural asociados a situaciones de conflicto o de problema.

Por decirlo de otra manera, estos sectores más sensibilizados reprochan a los medios que se hable de las mezquitas cuando las cierran o cuando hay protestas vecinales, que cuando un atracador es de procedencia extracomunitaria se cite expresamente esta procedencia, que las informaciones sobre pateras naufragadas alimenten una idea de alud imparable y trágico de inmigrantes. La conflictivización, la problematización, no sólo del hecho migratorio en sí mismo, sino de las situaciones de diversidad religiosa y cultural. El reproche es pertinente y tiene que hacer pensar a los periodistas, pero la respuesta desde la lógica de los medios de comunicación –es decir, desde la aplicación de la otra gran responsabilidad social, que es la de servir al

derecho a la información de los ciudadanos– presenta matices que es necesario también tener presentes. Apuntémoslos, como matices.

**a)** La función informativa de los medios no es ofrecer visiones notariales de la realidad, sino dar noticias. La suma de todas las noticias no es igual a la suma de todo aquello que está pasando, sino que es por naturaleza sesgada: es noticia aquello que es excepcional, nuevo, sorprendente, interesante, importante. No todo aquello que pasa. En conjunto, y no refiriéndonos tan sólo a la inmigración, los medios de comunicación presentan –precisamente por esta lógica que les es esencial, no impuesta o maléfica– una visión de la realidad sesgada hacia el conflicto y el problema. Allí dónde no hay novedad o excepción no hay noticia, aunque haya acontecimiento.

No se trata de ofrecer listados inacabables de acontecimientos no excepcionales positivos para compensar la noticia de un hecho excepcional negativo. La crítica a la negatividad de los medios de comunicación la hacen todos los sectores que se ven reflejados en ella sin excepción. En la medida que aquello que es noticia suele ser aquello que es excepcional, que sorprende por no habitual, la negatividad de los medios no deja de ser paradójicamente una constatación optimista: quiere decir precisamente que el conflicto, el problema, son excepcionales. El día que sea necesario destacar como excepcional aquello que es positivo será, paradójicamente, un mal día.

**b)** Aquello que es relevante de una información no lo decide el medio o el periodista, sino el lector o el receptor en general. O, dicho de otra manera, aquello que establece el criterio no es la sensibilidad o la visión del mundo del medio, sino el interés del receptor. Desde los sectores más sensibilizados se dice, a veces, que en un problema de orden público no es relevante la nacionalidad o el origen del protagonista. Cuando este protagonista pertenece a la mayoría, nunca se enfatiza su procedencia: nunca hemos visto, aquí, un titular que diga que un catalán, un español, un católico, un hombre blanco, ha hecho un atraco. Sí que hemos visto todos titulares –o textos interiores– donde se nos informaba de que el atracador era marroquí o gitano o musulmán o judío. No es necesario presentar la casuística: todos la conocemos. Dicho así, parece que los medios cometan una terrible injusticia.

Pero aquel que tiene que decidir si le interesa o no saber este dato no es el periodista ni los poderes públicos ni los sectores sensibilizados, sino el receptor de información. Para mantener el contrato de confianza de los medios con el ciudadano, este ciudadano no tiene que poder pensar nunca que el medio le oculta expresamente un dato que a él le interesa saber. Si se produce esta desconfianza –típica de los medios de comunicación bajo situaciones dictatoriales–, los medios pasan a ser leídos entre renglones y no cumplen de hecho su responsabilidad social central. Por lo tanto, no sería justo ni obligar a los medios ni pedirles que se obliguen a no dar sistemáticamente determinados datos que los receptores pueden considerar relevantes. Lo que se puede recomendar es una gestión prudente y responsable del énfasis y de la forma como son ofrecidos estos datos.

**c)** El paroxismo del lenguaje políticamente correcto acaba provocando en el receptor desconfianza respecto a los medios y a menudo la pura imposibilidad de entender las noticias. A menudo, el lenguaje políticamente correcto –es decir, el lenguaje a través del cual los medios se preocupan sólo de su responsabilidad social en la formación de estereotipos y no de su responsabilidad social de informar de forma comprensible– desemboca a menudo en la adopción de fórmulas eufemísticas para hablar de las cosas o en la ocultación de aspectos imprescindibles para la comprensión de la noticia. Por ejemplo, informar de algunos choques de grupos de jóvenes en Barcelona que se produjeron hace unos meses sin decir que unos eran magrebíes y

los otros sudamericanos –como hizo algún medio obsesionado por la corrección política– convertía la noticia en literalmente incomprensible y planteaba al receptor preguntas que no le eran respondidas. Si hay una pelea entre dos grupos y existe algo que los distingue –que son de equipos de fútbol diferentes, de ideologías, religiones u orígenes diferentes– es un dato que no se puede ocultar.

**d)** La obsesión por la corrección política y el temor a ser considerado racista puede llevar a los periodistas a aplicar actitudes o hechos protagonizados por colectivos de procedencia foránea, criterios valorativos diferentes a los que se aplicarían ante los mismos hechos protagonizados por personas o grupos que no tuvieran esta procedencia. Actitudes que se considerarían denunciables y publicables en el común de los casos –por ejemplo, la obstaculización del trabajo de informar–, provocan una reacción diversa, por exceso o por defecto, cuando se trata de colectivos digamos, por simplificar, procedentes de la inmigración. Precisamente ésta es la actitud más racista: valorar diferentemente unos mismos hechos, según cuál sea el origen cultural o religioso de sus protagonistas.

**e)** La actitud de los medios ante cualquiera tema potencialmente conflictivo no tiene que ser un despotismo ilustrado en el que unos profesionales tienen el monopolio de la libertad de expresión y deciden qué es lo que tiene que saber y qué es el que no tiene que saber el ciudadano. Los medios son los intérpretes de las demandas informativas variables de los ciudadanos, subjetivos en las valoraciones y las interpretaciones, objetivos en aquello que los acontecimientos tienen de objetivable y que distingue la verdad de la falsedad. Una interpretación puede ser errónea, una noticia puede ser falsa. Los medios tienen derecho al error, pero no a la falsedad.

Este listado de reflexiones no debe interpretarse como una defensa cerrada de las prácticas periodísticas tal y como son, como una reacción corporativa a los requerimientos de los sectores más sensibilizados de la sociedad, en nombre, como decía, de la responsabilidad social de los medios. Es sólo el recordatorio de que se debe encontrar un espacio de intersección entre estos muy razonables requerimientos y la lógica propia de los medios, que es la expresión de su deber informativo. Un espacio de intersección, un libro de estilo práctico, que muy probablemente tendrá muy pocas normas básicas de cumplimiento absoluto y universal y tendrá muchos compromisos de actitud, de voluntad, de gestión de la realidad informativa de cada día de forma responsable y con sentido común.

## **La vía de la autorregulación**

Buena parte de los problemas que plantea el choque de las dos grandes responsabilidades sociales de los medios –la de informar y la de fundamentar la convivencia pacífica y democrática– son aplicables al tratamiento de la inmigración y de la diversidad como son aplicables a muchos otros casos. En definitiva, lo que se pone encima de la mesa es la cuestión de los límites: ¿Tiene que tener algún límite el trabajo de los medios de comunicación? ¿Existe algún bien superior que pida o obligue a parar su trabajo a partir de una cierta raya? Ciertamente, las leyes ordinarias ya dibujan algunos límites: la falsedad, la injuria, la calumnia... En nombre de otros valores, ¿podemos pedir a los medios que no apliquen automáticamente su lógica informativa sino que la maticen?

Personalmente, creo que sí que hay unos límites, pero creo saber también que son límites subjetivos, que no todos pondríamos en los mismos sitios. Hay dos opciones extremas: la regulación por ley, es decir, que sean los poderes públicos los que establezcan los límites, o la

no-regulación, es decir, la negación de los límites. Entre las dos, hay la vía de la autorregulación de los medios: son los mismos medios los que individual o colectivamente determinan dónde ponen sus propios límites y lo explicitan ante la sociedad, para mantener con ella su contrato de confianza.

Tradicionalmente, la vía de la autorregulación ha sido la opción de los medios de comunicación catalanes ante los problemas prácticos de fijación de los límites del derecho a la información, aún cuando probablemente tenemos que entrar en una nueva fase en su aplicación. Hace tiempo, en un informe para el Consejo del Audiovisual de Cataluña sobre el tratamiento informativo del caso Alcàsser y los problemas que comportaba, propuse apasionadamente esta forma y hacía servir como argumento un texto publicado entonces por Jorge M. Reverte en *El Periódico*, donde decía: *El caso Alcàsser ha sido el más escandaloso de los ejemplos. Los intereses privados se ponen por encima del principio que ampara la presunción de inocencia. Hay que optar entonces por la limitación de las libertades o el autocontrol de los medios. Una sociedad madura pide lo segundo. Y añadía más adelante: Desde fuera de Cataluña algunos miramos con envidia la decisión de los periodistas de Barcelona de elaborar un Código Deontológico*<sup>16</sup>.

De hecho, esta vía de la autorregulación ya se ha hecho servir en Cataluña en referencia al tratamiento informativo de la inmigración. En 1995 se firmó por parte de 25 medios de comunicación catalanes, el Departamento de Bienestar Social y el Colegio de Periodistas un convenio genérico sobre la protección de la cultura y de la imagen de la inmigración en los medios de comunicación social. El Colegio de Periodistas, la Corporación Catalana de Radio y Televisión, el Consejo del Audiovisual de Cataluña, la Federación Catalana de Municipios, la Asociación Catalana de Municipios y los medios firmantes participan de un programa dentro del Plan interdepartamental de Inmigración 2001-2004<sup>17</sup> que busca la continuidad de aquellos convenios con tres objetivos específicos:

- Promover la rotura de los estereotipos hacia los inmigrantes.
- Acercar a las minorías diferenciadas culturalmente los medios de comunicación.
- Incentivar la divulgación de los aspectos positivos y favorables de la inmigración.

## Renovar los compromisos

La vía, indudablemente, es esta. Los medios de comunicación, siguiendo esta vía, tienen que hacer públicos sus códigos deontológicos respecto al tratamiento de la inmigración y deben asumir públicamente unos compromisos sobre su línea informativa y su línea editorial que no contradigan sus diversas responsabilidades sociales: que fortalezcan la convivencia y el respeto mutuos sin renunciar a ofrecer a los receptores todos los aspectos relevantes de la información. A veces, estos compromisos serán terminológicos: no hacer servir expresiones despectivas o ambiguas, pero también evitar expresiones aparentemente neutras que tienen un fuerte substrato ideológico. Por ejemplo, la expresión *inmigrantes de segunda generación* pertenece a esta categoría, en la medida que supone que la condición de inmigrante no tan sólo no se pierde nunca, sino que incluso se transmite a los propios hijos. Otras veces, el compromiso será de

<sup>16</sup> La celebración de los juicios y su tratamiento por televisión. Dictamen emitido por el Consejo del Audiovisual de Cataluña. Informe sobre el tratamiento televisivo del juicio del crimen de Alcàsser. Barcelona, 6 de octubre de 1997.

<sup>17</sup> Plan Interdepartamental de Inmigración. 2001-2004. Programa núm. 15.9 Departamento de Bienestar Social. Protección de la cultura y de la imagen de la inmigración en los medios de comunicación social. Volumen primero. Páginas 293 y 294.

actitudes: valorar por encima de la estricta dinámica informativa, la presentación de aspectos positivos y favorables de la inmigración, restringir al máximo el tratamiento de las informaciones negativas, evitar la sobrevaloración. En estos casos, será difícil establecer medidas extremadamente concretas y permanentes.

Un capítulo aparte merecen las líneas editoriales y los espacios de opinión de los medios de comunicación. Las opiniones, obviamente, son libres. Sería un error, a mi modo de ver, que las líneas de opinión de los medios despreciaran y ocultaran las legítimas inquietudes que una parte de la población puede tener hacia la inmigración y la diversidad. El riesgo entonces sería generar un discurso impecable, políticamente correcto, en el espacio público, mientras que por debajo se podría consolidar un discurso xenófobo casi clandestino, sin presencia en los medios, pero con una inmensa resonancia social. El compromiso de los medios, con respecto a la opinión, no puede ser el de ocultar y menospreciar las inquietudes de la población, pero sí que puede ser el de entrar en un diálogo positivo y democrático que evite precisamente que estas inquietudes legítimas degeneren en xenofobia y racismo.

En un proceso de autorregulación, me parecería deseable que los medios adquirieran un compromiso público de no alimentar en sus líneas de opinión las actitudes de rechazo a la inmigración y a la diferencia, sin ocultar los problemas, pero también sin presentar como solución un cierre que además de indeseable es imposible. Y un compromiso al mismo tiempo de no hacer servir este recelo por motivos políticos o comerciales, como un recurso populista para atraer y consolidar sectores que pueden tener inquietudes y recelos respecto a la nueva situación en que nos encontramos.

En cualquier caso, esta línea de la autorregulación iniciada con los convenios del año 1995 tiene que profundizarse, cuando menos en tres líneas esenciales:

- Redactar nuevos convenios que concreten más los compromisos de los medios en el tratamiento de la información, incorporando los requerimientos formulados por el Parlamento de Cataluña y desembocando en un libro de estilo más preciso.
- Llegar a un pacto entre los medios sobre los límites de las líneas editoriales y de opinión en torno a la inmigración y sobre el tratamiento, junto a los fenómenos generados por la inmigración, de los fenómenos de rechazo o de recelo que se puedan producir.
- Establecer un mecanismo público de seguimiento y de control del cumplimiento de estos compromisos, por parte de un organismo neutral que haga informes públicos que todos los medios se comprometen a escuchar y divulgar.

Evidentemente, uno de los problemas de la autorregulación es su cumplimiento. La regulación hecha por los poderes públicos a través de la ley tiene mecanismos para hacerse cumplir. Con respecto a la autorregulación, el único instrumento imaginable es el de un consejo independiente –en el marco del Consejo del Audiovisual de Cataluña o del Colegio de Periodistas– que enseñe metafóricamente la tarjeta amarilla a quien no respete los compromisos adquiridos. Teniendo presente que siempre pueden existir medios que limiten sus compromisos o que simplemente no los adquieran. Tienen todo el derecho a hacerlo, pero el público tiene también todo el derecho a saberlo.

Una coda para apuntar sólo una cuestión nueva, que todavía no tiene una gran presencia, pero a la que será necesario atender muy probablemente en el futuro: los medios de comunicación que

tengan como destinatarios a los propios sectores procedentes de la inmigración o de grupos culturales diferenciados. Muy a menudo, medios financiados desde los países de origen y que pueden tener precisamente por objetivo acorazar a las propias comunidades para dificultar la integración o la relación permeable. Será importante que estos medios de comunicación participen también de los valores de respeto, convivencia y no-rechazo que pediremos al conjunto de los medios que operen en nuestro territorio. Por el momento, es tan sólo una pincelada para estar atentos a un fenómeno que puede llegar a existir. Más adelante, puede pedir también una actuación específica.

Todavía una segunda coda: la vía de la autorregulación, para ser efectiva, pide que se haga en paralelo a lo que podríamos denominar una pedagogía sobre los medios. En otras palabras, es necesario enseñar a leer los medios, para evitar que se proyecten encima de ellos tópicos que a veces son los mismos medios los primeros en alimentar. Por ejemplo, es imprescindible que los receptores de los medios abandonen la idea de acta notarial, de retrato fiel y pormenorizado de la realidad. Es necesario también que se combatan los tópicos sobre el carácter objetivo del trabajo periodístico, como sí aquello que es o deja de ser noticia fuese una característica del objeto y no una valoración del sujeto. Si no explicamos bien aquello que son y que pueden ser e incluso que tienen que ser los medios de comunicación para hacer bien su trabajo, no nos tiene que extrañar que se nos pidan cosas que no están a nuestro alcance o que entran en contradicción con nuestra responsabilidad central, que es la de informar e interpretar.

Sabemos, en conclusión, que los medios de comunicación son hoy la gran fábrica de estereotipos, de imágenes, de actitudes y de valores que tiene nuestra sociedad. Sabemos también que estos valores no se construyen en el laboratorio de los medios y se inyectan a la sociedad, sino que se construyen precisamente en unas relaciones dialécticas y dinámicas. Finalmente, en un ámbito democrático, sabemos que el capital máspreciado de los medios de comunicación es su credibilidad, es decir, la confianza de sus receptores. Una confianza que exige ofrecerles todo dato informativo que el ciudadano pueda considerar relevante, sin censuras ni autocensuras. La única forma de relacionar todos estos requerimientos sociales diversos que, alrededor del hecho inmigratorio –como otros hechos– se proyectan sobre los medios, es que estos medios elaboren y publiciten sus compromisos, sus códigos éticos, y que los cumplan, con la ayuda de organismos independientes que velen por el cumplimiento. Unos compromisos éticos que, al margen de legítimas divergencias políticas, son de hecho compromisos con la verdad, la libertad y la convivencia. Es decir, con la dignidad de las personas. De todas las personas.

## 7. EJEMPLOS

## Los niños que ven más informativos son menos proclives a la violencia

**ESTUDIO.** Los niños que siguen regularmente los informativos son menos proclives a la violencia, según refleja un estudio realizado por un equipo de profesores universitarios.

Este informe se basa en 607 entrevistas realizadas a niños de seis a 12 años, en nueve colegios de la región, durante los meses de septiembre y octubre de 2004. En el apartado dedi-

cado al 11-M, los datos ponen de relieve que el 90% de los niños asocia los atentados ocurridos aquel día a imágenes de heridos y que el 65% de los padres no explicó los hechos a sus hijos. Por otra parte, el profesor Carlos Muñoz destacó que las niñas desarrollan menos pensamientos violentos que los niños tras haber visto los informativos.

(Metro)  
30/11/04

EL PAÍS, jueves 21 de febrero de 2002

## El Gobierno dará clase a periodistas para evitar titulares xenófobos

**RODOLFO SERRANO, Madrid**  
Los periodistas irán a clase para aprender a evitar expresiones que criminalizan a los inmigrantes. Durante su comparecencia en la Asamblea de Madrid, Tomás Vera, director general de Inmigración, echó ayer parte de la culpa del sentimiento xenófobo de la sociedad a los informadores. Vera anunció "un curso de sensibilización para, desde un punto de vista ético y moral, decirles [a los periodistas] la responsabilidad que tienen al hablar de la integración". Y añadió: "Los medios de comunicación tienen una responsabilidad fundamental en cuanto a lo que puede emanar de un titular. La prensa es fundamental a la hora de trabajar en el proceso de regularización [de inmigrantes]".

Los tres grupos de la Asamblea, PP, PSOE e IU, mostraron su conformidad en evitar referencias que contribuyan al crecimiento de la xenofobia. Pusieron como ejemplo la publicación de la nacionalidad de los delincuentes que, al final, sólo sirve para criminalizar a todo un colectivo.

El socialista Francisco Contreras destacó, eso sí, que la Consejería de Servicios Sociales debería, primero, dar un curso a la propia policía, que en sus notas da en demasiadas ocasiones como dato fundamental la nacionalidad de los detenidos.

Las fa

Pad  
org

Unos 40  
atendidos  
ayer una  
protesta

"Pedimos  
do y que  
ciar, porq  
tados de  
no lo han  
estos pad  
coordinac  
ellos (un  
gar nada  
hijos, mie  
ahora, cc  
algunos t  
El resto,  
transferid  
tuto de M  
Sociales),  
de la pens

Uno d  
coordinac  
vet, califi  
precios de  
minatorio  
dos y sus  
recibo qu  
un sistem  
como el q  
plo, para  
nicipales,  
básico pa  
nuestros l  
vicios im

## Periodistas mal informados, periodistas peligrosos

Un libro-herramienta enseña cómo escribir sobre globalización, economía y desarrollo

JOSÉ MANUEL CALVO, Nueva York. "Cuando fuimos a Ecuador encontramos a periodistas que necesitaban saber de privatizaciones, porque el Gobierno tenía un plan para la red eléctrica y ellos nunca habían informado sobre algo así. Unos meses después, en Bulgaria, vimos a reporteros que también tenían que escribir sobre privatizaciones en el sector eléctrico. No sabían mucho, y desde luego no sabían lo que se acababa de discutir en Ecuador. En Turquía, un país asediado por crisis financieras, los informadores nos preguntaron sobre los problemas de la deuda exterior en Argentina y Brasil".

Escenas como esta que aparece en el primer capítulo de *Covering Globalization*, publicado por la editorial de la Universidad de Columbia y presentado en Nueva York, son las que llevaron al premio Nobel de Economía, Joseph Stiglitz, y a Arya Schiffrin, codirectora del programa de medios de la Escuela de Asuntos Internacionales y Administración Pública de la Universidad de Columbia, a impulsar y coordinar el libro mencionado, que será traducido al español, chino, vietnamita, árabe, francés y serbio, por el momento. "La idea es ayudar a los que quieren ser periodistas y escribir sobre economía y desarrollo sin la preparación suficiente", según Schiffrin, editora, junto a Amer Bhat, del volumen que recoge, en 26 capítulos, todo lo que el periodista que cubre la globalización —en el sentido más global del término— necesita saber y no tenía ni idea de a quién preguntar,

desde mercados de capitales y bancos centrales hasta la reforma de las pensiones, las privatizaciones y el lavado de dinero.

Cada capítulo desmenuza los temas fundamentales de la globalización, expone en forma de manual los datos básicos y se cierra con pistas para los reporteros, un glosario y enlaces para ampliar la información. Uno de los capítulos se dedica exclusivamente a enseñar cómo se usa Internet cuando se tiene que abediar información financiera internacional. "El libro trata de ser útil para todos los niveles de formación y preparación de periodistas. Si se conocen los elementos básicos, se pueden consultar todo las web, se puede manejar internet, se pueden explicar las cosas", dice Arya Schiffrin. "Es una herramienta muy útil, para eso está concebido. Es importante que los periodistas conozcan los problemas a los que se enfrentará, de los que hablan, porque muchas veces reciben información a través de los portavoces de las instituciones internacionales o de Gobiernos, y no siempre el punto de vista es equilibrado", añade Stiglitz.

¿Un periodista mal preparado es peligroso? "Claro, puede serlo", afirma el Nobel de Economía. "El problema con los periodistas no bien preparados, no bien informados, es que escriben artículos llenos de "el dijo" y "ella dijo". Si alguien dice que el cielo es azul, esos periodistas lo transcribirán cuidadosamente, pero si alguien dice que el cielo es naranja, harán exactamente lo mismo, le darán a ese dato el mismo tratamiento que al anterior. Los repor-



Varios operadores en una jornada en la Bolsa de Nueva York. (AROCARTE/REX)

## Pensar críticamente

Al abordar la liberalización del mercado de capitales y las recetas del Fondo Monetario, la crisis argentina de 2001 o el papel jugado por Enron en India, "los periodistas, lamentablemente, están cubriendo asuntos a menudo complejos con poca preparación, tanto

sobre las experiencias en otros países como sobre las interpretaciones que se les van haciendo", dicen Schiffrin y Stiglitz. "Hemos hablado con periodistas a lo largo del mundo y hemos descubierto dos cosas que la mayoría —con excepciones notables— están mal

preparados para escribir sobre los complicados asuntos económicos a los que se enfrentan sus países, y que carecen de información sobre lo que ha ocurrido en otros lugares". ¿Soluciones? Además de estudiar y prepararse, los periodistas "tienen que pensar

críticamente" sobre todos los asuntos que tratan, plantearse "todas las preguntas sobre a quién beneficia y a quién perjudica un cambio", "descubrir lo que está escondido", analizar de dónde viene la información y saber "qué intereses hay en juego".

teros tienen que tener un equilibrio que tenga sentido, no cualquier clase de equilibrio, y desde luego puede ser un peligro que sean excesivamente equilibrados, que se limiten a dar dos versiones de un problema sin tener criterios o información suficiente como para juzgar la información que reciben".

*Covering Globalization* alerta sobre el papel cada vez más importante de los departamentos de Comunicación de instituciones como el Fondo Monetario Internacio-

nal o el Banco Mundial, y los enormes recursos a su alcance: "No es ni sorprendente que la mayoría de las fuentes y de las informaciones estén segadas o distorsionadas o sean incompletas". Lo mismo ocurre con los Gobiernos: "Cada vez más recurren a filtrar noticias atractivas a los periodistas que con más probabilidad van a garantizar el enfoque favorable que se pretende (...) Estos periodistas con contactos saben que su acceso continuo a las exclusivas exige que sus historias sean favora-

bles a los que proporcionan la información privilegiada (...) Hay una relación simbiótica entre estos periodistas y los funcionarios gubernamentales que les proporcionan información interna". Las responsabilidades de los reporteros son "intentar entender la razón de que la información esté sesgada, detectar las agendas informativas, dejar que los lectores puedan ser conscientes de las posibles distorsiones y ayudarles a aclararse con las interpretaciones que entran en conflicto".

## EL PERIODISMO PREVENTIVO Y LOS OBSERVATORIOS DE MEDIOS

por Javier Bernabé Fraguas<sup>18</sup>

La intención de potenciar un tipo de información que sea útil como herramienta para aportar algo interesante, desde el ámbito periodístico, a las soluciones pacíficas de crisis y conflictos internacionales ha sido el objetivo del Instituto de Periodismo Preventivo y Análisis Internacional, IPPAI, desde su creación. El análisis, la identificación de actores que busquen esas soluciones y no el incremento de los problemas, la contextualización, son elementos básicos para el tipo de periodismo que pretendemos potenciar.

El seguimiento de los medios de información y del quehacer político de las personas que toman decisiones en nuestras sociedades es un elemento de máxima utilidad para esta línea periodística, por lo tanto podemos afirmar que los observatorios de medios son muy importantes para el periodismo preventivo.

La reflexión que podemos hacer respecto al trabajo de los observatorios de medios, hallando una enorme utilidad en él para nuestra labor, se puede concentrar en varios puntos:

- a) El seguimiento de la labor de los medios es fundamental para lograr una información mejor en el futuro.
- b) Se intenta denunciar lo que, según el observatorio de medios de que se trate, pueda ser un trabajo informativo que carezca de determinadas características: rigor, contraste de fuentes, ética periodística, etc.
- c) También debería ser una tarea que destacase lo contrario, lo bien hecho.
- d) En lo más profundo de esa labor, consciente o inconscientemente según nuestra opinión, podemos encontrar el objetivo de mejorar la información que llega a la ciudadanía a través de estos seguimientos, de estas denuncias.

Por lo tanto, los observatorios de medios hacen una labor fundamental que pocas entidades se atreven a realizar, ya que criticar a un medio de comunicación, pudiendo y debiendo ser algo natural para la ciudadanía, es, quizá, algo atrevido y farragoso en la época que nos ha tocado vivir.

Para el periodismo preventivo el trabajo de los observatorios de medios debe ser prioritario, ya que aporta una serie de elementos a las investigaciones sobre los medios de comunicación que no se obtendrían de ninguna otra manera.

Pero para centrar el tema de la mejor manera posible, lo primero debe ser describir en qué consiste el periodismo preventivo para IPPAI, entidad que ha forjado este término según diversos elementos y factores que iremos desarrollando.

---

<sup>18</sup> Periodista, Codirector del Título de Especialista en Información Internacional y Países del Sur de la Universidad Complutense de Madrid, profesor universitario de diversas materias relacionadas con el periodismo internacional, Presidente del Instituto de Periodismo Preventivo y Análisis Internacional.

## 1. PRECEDENTES DE LO QUE LLAMAMOS PERIODISMO PREVENTIVO

---

Desde hace años hay diversas corrientes periodísticas que se han planteado hacer una información que fuese realmente útil para la sociedad que les leía, escuchaba y veía en los medios. A continuación vamos a hacer un breve recorrido por algunas de estas líneas informativas, que han sido fundamentales para poner los cimientos de lo que el autor de este artículo define como "periodismo preventivo".

### 1.1. Periodismo cívico

Esta opción informativa quiso acercar los medios de comunicación a su audiencia y lectores como nunca antes se había intentado. En los años 80 en Estados Unidos aparece lo que se llamó periodismo cívico o público, como reacción a la falta de motivación generalizada de la sociedad norteamericana en esos momentos. *"El periodismo cívico quiso responder a esta situación vinculando a su audiencia en los temas, haciéndole partícipe de las soluciones, lo que aumentó la credibilidad de los medios y generó nuevos públicos. Recientemente se habla de periodismo participativo, propiciado por la inmediatez e interactividad de internet. Cívico o participativo no parecen más que etiquetas del periodismo de sentido común".*<sup>19</sup>

Compartiendo la opinión de la autora de la cita anterior es de *periodismo de sentido común* de lo que deberíamos hablar, pero lo terrible es que la reivindicación de una corriente periodística toma fuerza precisamente porque la ausencia de calidad o de sentido común está invadiendo nuestra profesión.

De cualquier modo autores como el brasileño Márcio Fernandes se preguntan *"¿Pueden los medios de comunicación, al difundir acontecimientos que supuestamente tienen interés para la colectividad, restar importancia a las actividades y programas que se proponen contribuir para la mejora de la vida de esta misma comunidad? Si la respuesta es positiva, ¿deben los medios notificar en forma destacada tales proyectos y, también, proveer la infraestructura para la realización de esos acontecimientos? Si la respuesta también es sí, ¿lo hacen sin irse en contra de algunos de los pilares contemporáneos de la prensa occidental, como la precisión o independencia? Estas son algunas de las preguntas que tienen interés cuando se habla acerca de los conceptos y las prácticas del periodismo cívico".*<sup>20</sup>

Las dudas sobre el modo de actuación del periodismo cívico, lo que debe y no debe hacer, son fundamentales para un planteamiento informativo que pretenda aportar algo útil a la comunidad donde se inserta. Este punto es completamente adaptable para el periodismo preventivo, que ampliaremos y abordaremos más adelante.

Fernandes cita varios autores en su artículo, son especialmente destacables para el periodismo preventivo las palabras de Doug Clifton sobre el periodismo cívico: *"Los periódicos que ejercitan el periodismo cívico buscan ayudar en la resolución de los problemas de educación pública, de salud colectiva y en el área criminal, pero no solucionándolos sino facilitando debates,*

---

<sup>19</sup> Domínguez, Eva; "Público que publica", La Vanguardia Digital, 8 de marzo de 2004. Se puede localizar el artículo completo en [www.lavanguardia.es/Vanguardia/Publica?COMPID=51152688717&ID\\_PAG](http://www.lavanguardia.es/Vanguardia/Publica?COMPID=51152688717&ID_PAG)

<sup>20</sup> Fernandes, Márcio; "Periodismo cívico: pasado, presente y futuro", Revista Chasqui. Se puede localizar el artículo completo en [www.dlh.lahora.com.ec/paginas/chasqui/paginas/chasqui215.htm](http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/chasqui/paginas/chasqui215.htm)

*proponiendo caminos, celebrando acuerdos, diagnosticando fallas e impulsando a los ciudadanos a implicarse en los asuntos comunitarios".<sup>21</sup>*

Esta manera de actuar propuesta por Clifton es completamente válida para lo que quiero proponer como periodismo preventivo, los verbos claves para las informaciones que pertenezcan a esta corriente deben ser: facilitar, proponer, diagnosticar, analizar, hacer visibles las iniciativas; la apuesta por la solución pacífica y lo más justa que sea posible, de crisis y conflictos desde la información, busca ayudar a encontrar la solución, no solucionar, éste último sería un planteamiento erróneo por prepotente, ambicioso e irreal.

Para Sergio Bustos, el padre no oficial del periodismo cívico es Davis Merritt, director del The Wichita Eagle, de Kansas. Este periodista norteamericano abrió a finales de los años 80 un debate público con los temas que más interesaban a los ciudadanos de su ciudad para la campaña electoral de su estado. Lo hizo a partir de las encuestas que realizaron sus reporteros, después de recoger las inquietudes de la población, los periodistas escribían artículos, informaciones y análisis sobre los temas que más interesaban según dichas encuestas.<sup>22</sup>

Este medio logró centrar la agenda política en esos temas a partir de las opiniones de la ciudadanía, la aplicación de este modelo a la resolución de crisis y conflictos es más compleja algunas veces, pero no todas. Las decisiones necesarias para solucionar un conflicto armado internacional, o nacional con múltiples actores, vienen de altas esferas políticas, y en esos casos la sociedad lo único que puede hacer es presionar a partir de la expresión de su opinión, incluso a través de los medios, con pocas posibilidades la mayoría de las ocasiones de tener una influencia real en la toma de decisiones. Pero la ciudadanía sí podría influir en las decisiones para frenar algunas crisis a partir de la presencia de su opinión directa en los medios, por ejemplo en la toma de las medidas necesarias para prevenir el aumento del contagio del VIH; en este caso hablaríamos de una crisis de salud que está provocando una tremenda crisis humanitaria.

La profesora Verónica Longo, citando a S.Carrasco, tiene una descripción del periodismo cívico que enlaza con los párrafos anteriores: *"Nos referimos a un periodismo surgido como respuesta a la pérdida de credibilidad de los medios de comunicación, la baja confianza en la política y en las instituciones y el deterioro de la vida pública, el periodismo cívico -o público- es un movimiento renovador que promueve la participación ciudadana en la formación de la agenda y en la búsqueda activa de soluciones a los problemas de la sociedad".<sup>23</sup>*

Unos ejemplos interesantes de medios que ejercitan el periodismo cívico en América Latina, en este caso digital, son los colombianos El periódico del norte y El periódico del sur<sup>24</sup>. Podemos encontrar noticias que interesan a las comunidades a las que pertenecen estos periódicos y solicitudes de mejora de determinadas situaciones cotidianas, por ejemplo las referentes a servicios sanitarios, de vivienda, laborales, etc.

Otros dos ejemplos latinoamericanos que han recibido la idea con interés son Listín Diario de República Dominicana y El Sur, de Concepción, Chile. Sus directores expresaron, en un

---

<sup>21</sup> *Ibidem*

<sup>22</sup> Bustos, Sergio; "La hora del periodismo cívico", en Pulso del Periodismo. Se puede localizar el artículo completo en [www.pulso.org/Espanol/Archivo/civico.htm](http://www.pulso.org/Espanol/Archivo/civico.htm)

<sup>23</sup> Longo, Verónica; "Medios de comunicación y periodismo: sus tensiones políticas", en Razón y Palabra n° 43. Se puede localizar el artículo completo en [www.cem.itesm.mx/publicaciones/logos/actual/vlongo.html](http://www.cem.itesm.mx/publicaciones/logos/actual/vlongo.html)

<sup>24</sup> [www.elperiodicodelsur.com](http://www.elperiodicodelsur.com)

encuentro que tuvo lugar en el American Press Institute, su atracción por una disciplina que es novedosa y puede hacer ganar interés al público en los periódicos, teniendo más interacción con la comunidad.<sup>25</sup>

Otro enfoque interesante del periodismo cívico es su aplicación a procesos electorales en particular y a la comunicación política en general. Ana María Miralles escribe al respecto: "*La formación de opinión pública como un proyecto político dinámico y no como un resultado contingente de la información, es una de las ideas centrales del periodismo cívico en su intento por establecer conexiones reales entre periodismo y democracia. Esto, que no es otra cosa que fortalecer el sentido de lo público, lo hace con un ingrediente particular: el ciudadano*".<sup>26</sup>

También encontramos aquí un enfoque común con el nuevo concepto de periodismo preventivo al que estamos dando forma y fondo, respecto a la opinión pública. Es fundamental la generación de dicha opinión pública, consciente de las opciones de solución de crisis y conflictos, a partir tanto de ser receptora de la información que se le ofrece al respecto, como de ser actriz principal en dos campos, muchas veces complementarios: a) ser motor de esas soluciones de crisis y conflictos: b) ejercer presión a los actores políticos responsables para que tomen las medidas legales oportunas para poner en marcha las soluciones antes mencionadas.

El papel del periodista encuentra algunas pautas comunes en el periodismo cívico y el preventivo. Sabrina Carrasco cita a diversos autores en su artículo "*Periodismo cívico: la gente define la agenda y delibera sobre políticas*", que tienen interpretaciones interesantes respecto a la manera de hacer periodismo, uno de ellos es Jan Schaffer que afirma al referirse al periodismo cívico como "*un periodismo que abandonara el papel de perro de ataque, pero que todavía retuviera el de perro guardián mientras asumía también los deberes de un perro guía, ayudando a las personas a inferir qué clase de roles podrían jugar en una democracia diaria más allá de sólo votar, aunque esto ciertamente importante...Un periodismo que no sólo le dé a la gente noticias e información, sino que también la ayude a hacer su trabajo de ciudadanos...Que desafíe a las personas a involucrarse, a comprometerse, a apropiarse de sus problemas*"<sup>27</sup>.

## 1.2. Periodismo para la paz

Los conflictos armados se cubren por parte de los medios de comunicación como acontecimientos repetitivos, con pautas tediosas y a la vez espectaculares, destacando en general el número de muertos, las acciones militares y el dantesco espectáculo de muchos periodistas que aparecen como protagonistas de las noticias bélicas, sobre todo en los canales de televisión. La cobertura de la última guerra del Golfo Pérsico, la tercera, alcanza sus más altas cotas cinematográficas en la cadena norteamericana Fox, donde pudimos observar una película constante, con buenos y malos, exageraciones, prejuicios, ausencia de contextualización y todas las características oportunas para tener un espectáculo, pero no una cobertura informativa.

<sup>25</sup> Bustos, Sergio; "La hora del periodismo cívico", en Pulso del Periodismo. Se puede localizar el artículo completo en [www.pulso.org/Espanol/Archivo/civico.htm](http://www.pulso.org/Espanol/Archivo/civico.htm)

<sup>26</sup> Miralles, Ana María; "El periodismo cívico como comunicación política", en The International Media and Democracy Project, Teorética Foundations. Se puede localizar el artículo completo en [www.imdp.org/artman/publish/article\\_26.shtml](http://www.imdp.org/artman/publish/article_26.shtml)

<sup>27</sup> Schaffer, Jan; "Attack Dog, Watch Dog or Guide Dog. The role of the media in building community", Baton Rouge Area Foundation, Marcia Kaplan Kantrow Lecture Series, oct. 1999, citado por Sabrina Carrasco en "Periodismo cívico: la gente define la agenda y delibera sobre políticas", en Cambio Cultural. Se puede localizar el artículo completo en [www.cambiocultural.com.ar/investigacion/periodismo.htm](http://www.cambiocultural.com.ar/investigacion/periodismo.htm)

"La gravedad del problema de la información sobre la guerra no puede justificar la inhibición ética. Ha de haber, por el contrario, una interiorizada actitud ética que lleve a los informadores a desarrollar verdaderamente un periodismo para la paz. Se necesita entender que la violencia -en cualquiera de sus manifestaciones- no puede ser nunca (a pesar de las apariencias) un camino de solución para los problemas personales y sociales de los hombres. Una información para la paz lleva a desterrar la patética idea de que la única esperanza para solucionar los problemas humanos estriba en promover la lucha, los enfrentamientos, el odio y los resentimientos. Una información para la paz se asienta en una antropología esencialmente optimista que no olvida ni traiciona la radical dignidad del hombre".<sup>28</sup>

Esta reflexión de Figueroa y Valdés nos sirve para enmarcar el "deber ser" del periodismo que cubra conflictos armados o por lo menos de alguna parte del mismo, aunque la realidad de las empresas informativas actualmente diste mucho del planteamiento ético en él esgrimido y la muerte siga siendo la protagonista principal.

El periodismo para la paz se enmarca en el entorno de la educación para la paz y de la cultura de paz. Naciones Unidas define este último término como "*Conjunto de valores, actitudes y comportamientos que reflejan el respeto a la vida, al ser humano y a su dignidad. La Cultura de Paz pone en primer plano los derechos humanos; el rechazo a la violencia en todas sus formas y la adhesión a los principios de libertad, justicia, solidaridad y tolerancia, así como la comprensión entre los pueblos, los colectivos y las personas*".<sup>29</sup>

Diversos e importantes autores han profundizado en la materia, destacando a nuestro modo de ver, el noruego Johan Galtung, sociólogo y matemático de formación. Es presidente de Transcend, una organización que, según aparece en su propia página web trabaja "*por la paz, el desarrollo y la transformación de conflictos por medios pacíficos*". Transcend también es una universidad digital enfocada al trabajo de asuntos relacionados con la paz, la transformación de conflictos, el desarrollo y los problemas globales, cuyo rector es Johan Galtung.<sup>30</sup>

Entre otras publicaciones de Galtung enfocadas al periodismo para la paz destacamos *The peace journalism option*, editado en 1998 por Conflict & Peace Forum, y *Searching for peace. The road to Transcend* editado en 2000 por Pluto Press-Transcend y escrito junto a los autores Carl G. Jacobsen y Kai Frithjor Brand-Jacobsen.

Trasladándonos dentro del periodismo para la paz del campo teórico al meramente práctico, no podemos dejar de citar a Annabel McGoldrick (de la BBC) y Jake Lynch (de Sky News), periodistas del grupo británico Reporting the World, profesores de esta materia y autores de varios materiales fundamentales al respecto, entre los que destacan *Peace Journalism - How to do it?*, editado en octubre de 2000 por Transcend. Tienen pensado lanzar al mercado en 2005 *Peace Journalism* con la editorial Hawthorn Press y *Reporting Conflict* (escrito con Galtung) con Pluto Press.

---

<sup>28</sup> Figueroa, M<sup>a</sup> Verónica y Valdés, Victoriano; "La información en tiempos de guerra", en Sala de Prensa n<sup>o</sup> 59, septiembre 2003. Se puede localizar el artículo completo en [www.saladeprensa.org/art484.htm](http://www.saladeprensa.org/art484.htm)

<sup>29</sup> Tünnermann Bernheim; "Relato general", en Fundación Cultura de Paz: Primer Encuentro Internacional sobre Cultura de Paz, Madrid, diciembre de 2000. Se puede localizar el artículo completo en [www.fund-culturadepaz.org/spa/04/cent04.htm](http://www.fund-culturadepaz.org/spa/04/cent04.htm)

<sup>30</sup> [www.revistafuturos.info/futuros\\_7/web/transcend.htm](http://www.revistafuturos.info/futuros_7/web/transcend.htm)

En el ámbito iberoamericano hay que destacar la Red de Medios para la Paz, surgida el 9 de febrero de 1998 para dar información diferente del conflicto colombiano, tienen un boletín electrónico en el que podemos encontrar información, reflexión y análisis, visibilidad de los esfuerzos de paz y del trabajo periodístico al respecto. Su dirección es [www.mediosparalapaz.org](http://www.mediosparalapaz.org), de momento es imposible encontrar algo parecido en el resto de América Latina, España o Portugal.

En una entrevista realizada a finales de 1999 por el periodista Oscar Domínguez a María Teresa Herrán, docente de la Universidad Javeriana de Colombia, se aprecia el debate respecto al periodismo para la paz en este país caribeño y andino, sus pros y contras, sus opciones informativas; afirma la profesora Herrán: *"Por lo que he visto, hay dos grandes tendencias en relación con el periodismo para la paz. Para algunos, encabezados por Germán Castro Caicedo (periodista y escritor), debe limitarse simplemente a cumplir su papel de informar. Con eso hace paz porque la gente tiene derecho a saber y a partir de allí se contribuye a mostrar todos los elementos de la violencia y a tener una visión más clara sobre lo que está sucediendo en el país. Por el otro lado, existe una visión encabezada por Ana Mercedes Gómez Martínez (directora de El Colombiano, de Medellín) y es el del periodismo comprometido con la paz, un periodismo que tenga muy claro que tiene que haber prioridades relacionadas con la consecución de la paz. El problema es que ambas posiciones son respetables, pero cuando se llevan a los extremos, distorsionan el papel del periodismo...Por el otro lado, un periodismo para la paz llevado a sus extremos, lleva a que el periodista se sienta comprometido con ciertos actores de la paz y entonces empieza a ser manipulado por ellos"*.<sup>31</sup>

Lo que estamos llamando periodismo preventivo no se puede identificar con periodismo para la paz, ya que este último, según nuestro punto de vista, forma parte del primero. Hasta el momento la mayoría de autores y autoras que sobre él han investigado y escrito plantean acciones informativas premonitorias, anteriores por lo tanto al hecho bélico, que adviertan de su gravedad. Nosotros ampliamos los tiempos de análisis y cobertura al durante y al después del acontecimiento, para conseguir un seguimiento pleno y enfocado especialmente a dar visibilidad a los diversos actores que persiguen el final del conflicto armado y a las llamadas de advertencia sobre una posible repetición de dicho conflicto armado. Posteriormente, al explicar la metodología propuesta, ampliaremos este punto.

#### 1.1.1. Investigaciones universitarias destacables sobre periodismo para la paz

Queremos destacar dos investigaciones que tratan el periodismo para la paz de una manera concreta y meticulosa, las dos se realizaron en el marco del Título de Especialista de Información Internacional y Países del Sur de la Universidad Complutense de Madrid. A pesar de que en sus títulos aparezca la terminología de periodismo preventivo estas investigaciones profundizan en el papel de los medios como elementos de paz en conflictos armados, lo que para el autor de este artículo les enmarca claramente en periodismo para la paz.

La primera fue realizada en 2001 por Yolanda Martínez, su título es *"Periodismo preventivo"*, y posteriormente se publicó en 2002 un resumen a modo de artículo académico en la revista Estudios Internacionales de la Complutense. Parte de su mérito, además de su calidad, radica en la novedad de esta investigación para el contexto español de aquel momento.<sup>32</sup>

<sup>31</sup> Entrevista de Oscar Domínguez a María Teresa Herrán, 24 de octubre de 1999, publicada en Pulso del Periodismo. Se puede localizar el texto completo en [www.pulso.org/Espanol/Archivo/herran.htm](http://www.pulso.org/Espanol/Archivo/herran.htm)

<sup>32</sup> Martínez, Yolanda; "Periodismo Preventivo", Estudios Internacionales de la Complutense vol. 4 - 2002/nº1, edita Sección Departamental de Estudios Internacionales, Facultad de CC. de la Información, UCM.

La segunda corrió a cargo de Irene Maeso, también en el marco del Título de Especialista de Información Internacional y Países del Sur de la UCM. Se llamó "*Periodismo preventivo. Los medios de comunicación en la prevención y resolución de conflictos armados*", en ella además de trabajar el ámbito de la prevención se profundiza en el papel de los medios como constructores de la paz, una vez terminado el conflicto armado; el caso de estudio elegido es Radio Ijambo, como emisora que contribuyó a la pacificación de la región africana de los Grandes Lagos después de la guerra que la asoló en los años 90. Posteriormente esta investigación se convirtió en el origen del trabajo de investigación de segundo período de doctorado de esta investigadora, que le permitió obtener el Diploma de Estudios Avanzados en el programa Relaciones Internacionales, Unión Europea y Globalización de la UCM.<sup>33</sup>

## 2. PERIODISMO PREVENTIVO<sup>34</sup>

---

### 2.1. Contexto y definición

La inquietud por ofrecer algo útil, diferente y concreto desde el ámbito de la información respecto a la prevención de conflictos armados y diversos tipos de crisis, movió desde 2003 a un grupo de periodistas y profesores universitarios a trabajar sobre este concepto e intentar dotarle de una consistencia suficiente, en fondo y forma, para que fuese aplicable como metodología de trabajo.

El nexo común que favoreció esta compleja tarea es el Título de Especialista en Información Internacional y Países del Sur de la Universidad Complutense de Madrid, España, lugar donde han ido coincidiendo desde el año académico 1995-96 hasta la actualidad un buen número de docentes, profesionales de la información y de las ciencias sociales, que continúan pensando y repensando las diversas realidades de los países del Sur y las posibilidades de aportar algo interesante para su mejor comprensión y conocimiento desde la información y la formación.

Todo este proceso fructificó en la creación del Instituto de Periodismo Preventivo y Análisis Internacional (IPPAI), entidad desde la que estamos trabajando al respecto, con apoyos destacados de otras entidades veteranas en estas lides.

Nuestro planteamiento de periodismo preventivo está en frontal oposición al de guerra preventiva, desgraciadamente tan de moda en estos tiempos. Nos adherimos pues a las palabras de Eliseo Verón al respecto: "*Ya que hablamos de periodismo y la crisis por la que atraviesa la profesión, en momentos en que se intenta imponer a escala planetaria la tesis de la guerra preventiva, ¿no habrá llegado el momento de pensar en un periodismo preventivo para crear una conciencia social que impida que los asesinos salgan a la calle o la mundo a hacer toda clase de estropicios como los que hemos visto en estos últimos tiempos?*".<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Maeso Martínez, Irene; "Periodismo preventivo. Los medios de comunicación en la prevención y resolución de conflictos armados", investigación inédita.

<sup>34</sup> Este punto está fundamentado en parte de los textos que componen el libro "Periodismo preventivo; ¿es posible una información para la resolución pacífica de crisis y conflictos internacionales?", de Javier Bernabé Fraguas, que actualmente está en imprenta.

<sup>35</sup> Gaudenziel, Juan; "Cultura, mercado, medios de comunicación", en Cátedra de Semiótica, septiembre de 2004. Entrevista realizada a Eliseo Verón por Juan Gaudenziel, corresponsal de Radio Nederland en Argentina. Se puede encontrar el texto completo en <http://semiotica.bitacorras.com/archivos/000027.html>

Todos los antecedentes que hemos visto en los puntos anteriores construyen unos cimientos fundamentales, sin los que la propuesta de periodismo preventivo que se presentan a continuación no podría haber existido. Pero esos cimientos han sido aumentados y fortalecidos en diversos campos: número de temáticas a tratar, tiempos necesarios para informar, enfoques a tener en cuenta, áreas geográficas a las que prestar atención.

Se ha intentado diseñar un orden y una metodología de trabajo. Como solemos decir, no estamos descubriendo el Mediterráneo, hay mucha gente que ya ha navegado por esas aguas, pero no de la misma manera, o no intentando dar un sentido completo a un conjunto de informaciones. Ese orden, tal cual se presenta a continuación, no existía anteriormente, aunque sí podemos encontrar algunos trabajos periodísticos desde hace años que encajan en alguna de las líneas que planteamos y, por lo tanto, pueden ser considerados, según nuestro punto de vista, como periodismo preventivo; aunque algunos tuvieran intencionalidad y otros no. Estamos, llegados a este punto, ante un doble reto: a) rescate y reconocimiento de los materiales realizados con calidad según nuestras pautas de periodismo preventivo; b) producción de materiales periodísticos nuevos a partir de dichas pautas.

Al entrar en el ámbito de la intencionalidad nos internamos en un campo difícil, ya que a partir de nuestro planteamiento aceptamos un material periodístico como preventivo desde el momento en que esté planteado dentro de uno de los tres tiempos propuestos y trate alguna de las seis áreas de trabajo indicadas. Su intencionalidad no es primordial si su resultado final puede ayudar a prevenir una situación, a partir de la información. Tenemos numerosos ejemplos en programas de televisión de medios españoles, en este caso Televisión Española, como En Portada, Documentos TV, Informe Semanal o El Mundo en 24 Horas, sólo por mencionar algunos. De todos modos el debate en este punto está abierto, ya que lo que pretendemos a medio y largo plazo es fomentar es una intencionalidad clara y evidente de apoyar la prevención.

Otros dos conceptos fundamentales respecto a estos materiales periodísticos que aparecen en los medios de masas son la repercusión y la aceptación. La mayoría de las veces, y en el mejor de los casos, los vamos a encontrar desperdigados en diversos medios de comunicación, con diferentes repercusiones y aceptaciones de sus audiencias. Por lo tanto, un elemento nuclear es el rescate de los materiales con alto grado de calidad, según nuestras pautas de periodismo preventivo, y la dotación de sentido de conjunto a partir de su utilidad.

El otro punto, que trataremos posteriormente, es la producción de materiales periodísticos a partir de nuestras pautas de periodismo preventivo.

Podemos ir concluyendo en que el periodismo preventivo, según el autor de este artículo, pretende ser una disciplina o corriente periodística cuya intención es dotar a las diversas opiniones públicas, nacionales e internacionales, de elementos informativos que sean útiles para comprender el origen, desarrollo y finalización de las situaciones clave, destacando los esfuerzos para su resolución, haciendo visibles aspectos que permitan la prevención de situaciones con características similares en un momento posterior, a partir de la información realizada antes, durante y después del acontecimiento. Entendemos por situaciones clave: conflictos armados, crisis institucionales, crisis sociales, crisis humanitarias, crisis de derechos humanos y crisis medioambientales, son las áreas de trabajo planteadas.

Hasta este momento el concepto de periodismo preventivo, cuando se había intentado aplicar, se refería a lo que tratamos en los puntos referentes a periodismo cívico o a periodismo para la

paz; en alguna ocasión, mínimas porcentualmente, a periodismo medioambiental. Nuestra aportación por lo tanto amplía el campo de trabajo a las seis áreas (situaciones claves) antes planteadas y propone su tratamiento informativo, hasta donde se pueda realizar, antes, durante y después del estallido del acontecimiento. Creemos que las seis áreas tienen una vinculación de conjunto y que en muchas ocasiones si no se tratan los cinco tipos de crisis propuestos, no se comprende la complejidad del estallido de un conflicto armado, ya que frecuentemente es una combinación de estas crisis la que antecede y precede a dichos conflictos armados. Ese conjunto es uno de los polos que otorgan la fuerza a nuestro planteamiento de periodismo preventivo.

## **2.2. Características con las que pretendemos dotar al periodismo preventivo**

- 2.2.1 Anticipación a los acontecimientos que pudieran desembocar en un conflicto armado, crisis institucional, social, humanitaria, de derechos humanos y/o medioambiental, y difusión de las claves que ayuden a comprender los motivos que pueden desencadenar dichas situaciones.
- 2.2.2 Información del desarrollo de las mismas, poniendo especial atención en los esfuerzos que se estén realizando para su resolución pacífica, especialmente por los diversos actores locales, pero también por otras partes implicadas, como por mediadores externos y otros actores de relevancia en el entorno de estas situaciones. Por lo tanto se pretende equilibrar la información mayoritaria, es decir, la que resalta los esfuerzos por incrementar las crisis o conflictos, o los movimientos estratégicos por vencer en la contienda eliminando o reduciendo violentamente al contrario. Somos conscientes de que este último tipo de información a la que nos referimos debe seguir realizándose, simplemente ofrecemos otro enfoque.
- 2.2.3 Seguimiento de los acontecimientos una vez finalizados los hechos que los desencadenaron, alertando de posibles reproducciones futuras y de las circunstancias que favorecerían dichas reproducciones, así como de los esfuerzos exitosos que desembocaron en la resolución pacífica de los hechos, aportando a través de la información elementos de análisis que puedan ser útiles para la prevención de situaciones similares.

Este último punto es fundamental para dotar al adjetivo "preventivo" de sentido pleno, adquiriendo éste el periodismo aquí planteado no al informar sólo antes de que ocurra una crisis o conflicto armado, también durante y después, siendo el conjunto de los tres tiempos el que puede ayudar a prevenir lo mismo en el futuro en condiciones similares.

## **2.3. Herramientas principales**

- 2.3.1. Recursos humanos: hay que contar con todos los recursos humanos posibles, a los que previamente hay que intentar sensibilizar sobre este tema. Sin duda contamos con que algunos de estos periodistas están más cerca y otros más lejos de nuestra propuesta, pero es el conjunto de sus aportaciones el que da fuerza a este proyecto.
  - Líderes de opinión.

- Periodistas con elevada experiencia, especialmente en los espacios informativos y en los que realizan reportajes en profundidad.
  - Nuevos periodistas sin mucha experiencia pero sensibilizados ante esta propuesta.
- 2.3.2. Medios que ya existen: el periodismo preventivo que planteamos debe abarcar diversos espacios en diferentes tipos de medios, siendo la situación óptima la suma de todos ellos a la hora de conseguir ofrecer una información múltiple que aporte algo interesante a la prevención de las crisis y conflictos tratados anteriormente.
- Medios masivos: estatales, autonómicos, privados.
  - Medios locales.
  - Medios de ONG.
  - Medios de organismos internacionales.
  - Medios alternativos
- 2.3.3. Creación de nuevos medios dedicados sólo al periodismo preventivo: la creación de este tipo de medios es fundamental y complementaria a los espacios en los medios antes mencionados, un ejemplo puede ser la revista electrónica del Instituto de Periodismo Preventivo y Análisis Internacional.

## **2.4. Logros**

Este apartado es demasiado joven, pero a pesar de ello realmente prometedor, constituyéndose en la bombona de oxígeno que nos está haciendo creer, teniendo los pies en la tierra, que esta propuesta puede, lentamente, llegar a buen puerto.

### **2.4.1. Realización de congresos.**

La realización del I Congreso Iberoamericano de Periodismo Preventivo nos permitió proponer nuestro planteamiento a periodistas de diversos países y realizar un interesante trabajo con casos de estudio con los que se comprobó la aplicación de esta propuesta en múltiples realidades, en esta ocasión, iberoamericanas.

La realización del II Congreso Iberoamericano de Periodismo Preventivo los días 31 de mayo, 1 y 2 de junio del año 2006 en Madrid, será un hecho que ratifique nuestra intención de poner en común diversas experiencias de colegas, medios, ONG, organismos internacionales y otras entidades, que tienen mucho que decir en este ámbito.

### **2.4.2. Realización del Ciclo Complutense de Periodismo Preventivo.**

El curso académico 2004-2005 el IPPAI realizó el primero de estos Ciclos, con el apoyo de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, y con la participación de entidades y periodistas que aportaron su conocimiento en diversos temas y lograron identificar vínculos con el periodismo preventivo.

El curso académico 2005-2006, con el apoyo del Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación de la UCM, de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM, también antes mencionada, y de la Agencia Española de Cooperación Internacional, se está desarrollando el segundo Ciclo. Los resultados son muy interesantes, ya que además de la elevada asistencia a las sesiones, los debates están siendo protagonistas principales, y sin debate no hay avance según nuestro punto de vista.

#### 2.4.3. Proyectos de comunicación para el desarrollo en marcha

La aprobación en la II Convocatoria para proyectos de cooperación de la UCM, el año 2005, del proyecto *“La información para la resolución pacífica de crisis y conflictos internacionales: realización de materiales periodísticos adaptados a procesos de formación y educación de periodistas”* fue la oportunidad de producir materiales periodísticos con nuestras pautas en diversos países de América Latina, y de vincularles claramente con procesos de formación de periodistas, donde nuestra experiencia es larga.

En estos momentos estamos trabajando con UNESCO para profundizar en la línea de formación en diversos campos donde la prevención a través de la información es posible, concretando con la realización de talleres a periodistas en ejercicio de medios de comunicación latinoamericanos.

#### 2.4.4. Formación universitaria

El Diploma de Periodismo Preventivo de la Universidad Complutense de Madrid, que en julio de 2006 tendrá su segunda edición, se ha convertido en un título universitario en el que se imparten 100 horas exclusivamente de esta materia, con tratamiento teórico y práctico de casos de estudio, con prácticas en diversos medios de comunicación y con la publicación de los mejores trabajos en medios con distribución nacional. Interpretamos este apoyo de la UCM como una apuesta por esta línea de trabajo, en la que también se han interesado otras universidades donde, como poco, se han expuesto los puntos principales del periodismo preventivo.

Esperamos continuar estando a la altura de las expectativas tanto de estudiantes, como de los profesionales que nos apoyan, como de las universidades.

#### 2.4.5. Investigación universitaria

Una pequeña prueba de que la investigación es fundamental para nosotros han sido los diferentes trabajos de investigación que desde el año académico 2003-2004 se están produciendo en el Título de Especialista en Información Internacional y Países del Sur de la UCM, que han utilizado el periodismo preventivo como metodología de análisis; entre ellos destaca el realizado por Silvia Pérez Miret, que con el nombre de *“Periodismo preventivo: el discurso integrador de los medios. Caso de estudio: reforma de la Ley de Extranjería año 2000”*, aplica este tipo de periodismo a la temática de migraciones en España, como opción de prevención de una crisis social. Otro es el realizado por Rodrigo Escobar, Jesús Álvarez, Ester de la Rosa y Leticia Duque, durante 2004-2005, en el que utilizando nuestra metodología analizan las diversas crisis de Costa de Marfil en los últimos años y cómo la información realizada al respecto por los principales medios españoles se puede o no se puede considerar preventiva.

Quiero terminar dejando claro que no obviamos la impenetrabilidad de las líneas editoriales de los medios masivos y su reticencia ante nuevas propuestas, de cualquier tipo, pero más aún de las características del periodismo preventivo que planteamos. Aún así hay pequeños espacios a los que acceder, que junto a la red mediática de araña que pretendemos tejer poco a poco, expuesta en los puntos 2.3.2. y 2.3.3. de este artículo, dan un espacio a la esperanza.

## ANÁLISIS DE NOTICIAS

### 1. ¿EN QUÉ NOS TENEMOS QUE FIJAR PARA COMENTAR UN TEXTO PERIODÍSTICO?

Sección: los periódicos, para estructurar sus contenidos por áreas, se dividen en secciones. Suelen ser parecidas en casi todos, aunque algunos dan más importancia a otros dependiendo de sus intereses o de sus lectores. Algunas secciones que suelen aparecer son las de Internacional, Nacional o España, Local (Madrid, Sevilla, Burgos...), Sociedad, Economía, Cultura y Deportes.

Cintillo: Es una distinción gráfica que hacen los periódicos. Suele hacerse cuando durante un tiempo están apareciendo noticias relacionadas con un tema concreto. En este caso, durante más de una semana se estuvo dando la noticia de una niña musulmana que quería ir a una escuela donde la dejaran ir con pañuelo. Todas las noticias que aparecieron de la niña, más todas las noticias de la reacciones de asociaciones, del Gobierno y de los partidos políticos se ponían en esta *subsección* delimitada por el cintillo INTEGRACIÓN EN LA ESCUELA. El cintillo explica con qué tema están relacionadas todas las noticias que aparecen debajo.

Apoyo gráfico: Pueden ser fotografías o gráficos y son tan importantes que muchas veces, los redactores jefes, le dicen a los periodistas que si no hay foto no hay noticia, por mucho texto que se tenga para informar. Apoyan al texto pero también informan: el fotoperiodista elige qué sale y qué queda fuera de la imagen.

Titular: Es la esencia de la noticia y debe funcionar independientemente; tiene que poder leerse sin recurrir al resto del texto ya que deben condensar lo importante de la información. Además, son los elementos que deben despertar el interés del lector. Si a alguien que está leyendo no le atrae un titular, ¿cómo va a seguir leyendo el resto?

Subtítulo: es el complemento del título. El titular se compone de título y subtítulo.

Entradilla: Es muy parecida al *lead* o primer párrafo y es como un resumen de lo que se va a desarrollar en el texto. Como el titular, debe ser atractivo, y debe despertar en los lectores la necesidad y la inquietud de saber qué más se cuenta...

Lead o primer párrafo: . Los teóricos de la información dicen que cada noticia compite por las mañanas con el café y con un donut. Si un titular, una entrada o un *lead* no son capaces de que abandonemos el café y el donut para leerlo, es que no son lo suficientemente buenos...

Sumario: es una . Aparece entre las columnas con un tamaño de letra mayor y saca fuera algún elemento que se encuentra en el texto pero que es digno de rescatar por su relevancia.

Ladillo: Para descargar la vista de los lectores y para enfocar lo que va a ir después, aparecen los ladillos, que condensan en dos o tres palabras qué vamos a leer a continuación.

Tanto el titular como la entrada, como el sumario, ladillo o *lead* ya nos pueden dar muestra de cómo ha percibido la realidad el periodista o la periodista. La manera de titular es siempre una interpretación de la realidad...

La estructura de una noticia

20 **ESPAÑA** EL PAÍS, domingo 17 de febrero de 2002

Cuando Ali se trajo hace cinco meses a su hija Fátima Elidrisi, de 13 años, a San Lorenzo de El Escorial (Madrid) no imaginaba que le iban a impedir el paso a un colegio privado y a otro público por vestir el pañuelo tradicional de su país. Sus

compatriotas de Getafe, Villalba y otros pueblos jamás tuvieron ese problema con sus hijas. En el resto del país tampoco se dio nunca un caso semejante. Pero la ministra de Educación advirtió el viernes de que Fátima tendría que ir como el resto

de las chiquillas. Sin embargo, ayer, el consejero de Educación de Madrid, del PP, anunció que la niña sería admitida. En pocos días España ha sufrido un debate con contradicciones internas en los partidos que ya se vivieron en otros países europeos.



Fátima Elidrisi junto a su padre, el pasado viernes, en su casa de San Lorenzo de El Escorial. JAVIER BARROSO

**“De mayor me gustaría ser maestra”**

Fátima Elidrisi dice que se pone el pañuelo porque es lo que hacen las mujeres de su familia

FRANCISCO JEREGIL, Madrid  
Fátima Elidrisi, de 13 años, y su padre, Ali Elidrisi, de 35, acudieron al colegio público Juan de Herrera, en San Lorenzo de El Escorial (Madrid). Junto a ellos, representantes de diversas asociaciones marroquíes, laicas y religiosas. Fátima llevará un pañuelo cubriéndose el cabello moreno. Si Dato Duró, la directora del colegio público, se niega a dejarla entrar con esa prenda en la cabeza, tal como ha sostenido que hacía, Fátima se volverá a casa.

Pero la niña entrará en clase con el pañuelo. Fátima y su padre han ganado una batalla que comenzó hace cinco meses cuando Ali Elidrisi trató de inscribir a su hija en un colegio de marroquíes y después le tildaron en uno público. En ambos los negaron el paso a causa del pañuelo. El consejero de Educación de Madrid, Carlos Mayor Oreja, suspendió el sábado su estancia en Madrid para examinar cuestiones con los principales responsables en Educación de la Comunidad. Tres horas horas de reunión, declaró ayer a este periódico que la niña iba a entrar en clase. “Leve o no lleve pañuelo”, insistió el consejero.

“Yo quiero llevar pañuelo, nadie me obliga”, declaró Fátima a A3S. “En Marruecos, muchas niñas no lo llevan y otras sí. Me gusta llevarlo”. Ali Elidrisi llegó a España hace tres años, justo la edad de su hija. Entonces vivió solo en España. Cuando hace cinco meses se le unió su familia, se octubre quiso su hija acudir a la escuela. En un colegio privado de la zona en otro público permitiendo a la niña acudir con pañuelo. A última vez que Ali Elidrisi le dijo a su hija fue hace pocos

días porque, según él, se pasaba todo el día mirando los canales árabes de la tele y no estudiaba las clases de español que recibe en un centro de la Cruz Roja. Pero ahora estaría dispuesto a que la niña no estudiase más en la vida si eso significaba que no ha de llevar la prenda de la cabeza.

“Me gustaría seguir estudiando, ser maestra de mayor, enseñar a los niños, pero no lo voy a hacer sin pañuelo”, dice Fátima. “La verdad es que tiene un año por aprender normando”, comentó una voluntaria de la Cruz Roja el viernes. Duró, la directora del colegio Juan de Herrera, donde Fátima y su padre acudirán mañana, declaró el viernes que obligar a alguien a llevar el pañuelo (hajib) es “inconstitucional” y “ataca contra los derechos de las mujeres”. Sin embargo, mañana tendrá que comportarse como si jamás hubiese pronunciado semejantes palabras y aceptar la entrada de Fátima.

Ali Elidrisi asegura que fue la propia niña quien optó por ponerse el pañuelo hace más de un año. “¿Qué significa para Fátima el pañuelo? ¿Por qué se lo puso?” —Por qué es lo que han hecho mi madre, mi abuela, mis tías. Algunas primas no lo llevan y muchas siempre más tampoco, pero yo quiero llevarlo. Si en un futuro próximo un posible novio español de Fátima le pidiera que se pusiera alguna falda de vez en cuando, ¿cómo reaccionaría Ali Elidrisi? —La dejaria. Pero en España ya hay muchos marroquíes y seguro que ella prefiere un marroquí. El padre, que nunca pierde la sonrisa, le preguntó en que le preguntan, se esfuerza en explicar que él no obliga a la hija, que es la voluntad de ella lo que prima. Ali Elidrisi asegura que estudió el Corán en Alhucemas, su lugar de nacimiento, hasta los 20 años. A los 22 se casó. Y entonces llegó en un barco pesquero a España. Sin papeles. “Bebí alcohol y firmé hace tiempo. Pero ya no”, asegura.

Ali ha trabajado como alfarero y camarerero en Villalba, Leganés, Villavieja y otros pueblos de la comunidad de Madrid. Hubo un tiempo en que ganó suficiente dinero para comprarse un coche. Entonces viajaba hasta cuatro veces al año a ver a su familia. “Lo que más me ha gustado de España es que por fin estoy al lado de mi padre”, señala Fátima, traductora siempre por Ali Elidrisi.

Fátima es alta, mide casi lo mismo que el padre, delgada y muy tímida. La noche del viernes estaba acostada junto a Zera, su madre, de 34 años. El padre había salido al médico, eran las diez de la noche y no había vuelto. Su esposa y Fátima creían que la policía lo había detenido, por aquello de que la enseñanza de los niños es obligatoria.

Ya de noche, Fátima, más tranquila, le tapaba a su padre un sí con pañuelo. El problema para ella mañana, una vez que entre en el colegio, será comprender a los profesores y a sus compañeros. A pesar de que Fátima acude desde hace varios semanas a clases de español que imparten voluntarios de la Cruz Roja, su nivel apenas le permite leer más que frases breves de bienvenida.

“¿Qué ocurriría en las clases de gimnasia a la hora de llevar chándal o pantalones cortos, como el resto de las niñas?” “Con el chándal no tengo problemas”, contesta el padre. “En cuanto a los pantalones cortos, que ella decida. Yo respeto la voz a obligar a nada”. Elidrisi sostiene que nunca ha pasado una playa española en verano, pero aunque sólo las conoce por televisión, le que ha visto no le ha gustado nada. “No me gusta que la gente vaya sin ropa como si fueran animales. Y tampoco me gusta ser delgado. Porque pasas al lado de alguien y no sabes si es hombre o mujer”.

Los Elidrisi viven en una barriada de apenas cincuenta metros cuadrados. La familia paga 45.000 pesetas por el alquiler y el padre de Fátima gana unas 130.000 en la construcción. “Y no ha sido fácil encontrar un piso. A los marroquíes nos resulta cada vez más difícil que nos alquilen casas”, sostiene Ali Elidrisi.

**Los marroquíes laicos de España defienden el pañuelo**

E. P. Madrid  
En apenas dos días, las asociaciones de inmigrantes marroquíes se han visto en la necesidad de ofrecer un curso acelerado sobre vestimenta en el islam. “Ni en velo es un chador, ni un chador es un pañuelo”, señalaba ayer Abdelhamid Beyuki, presidente de la mayor asociación laica de marroquíes en España, quien pronunció una conferencia de prensa junto al padre de Fátima, Ali Elidrisi.

“El chador es una prenda de color negro que cubre a la mujer de pies a cabeza y se suele utilizar sobre todo por las mujeres en Irán. El velo cubre la boca, las orejas, el pelo, a veces también la nariz y suele tener una connotación religiosa. Pero el pañuelo o hajib no tiene nada que ver con la religión. Es un signo de libertad en nuestro país”, señaló Abdelhamid Beyuki, presidente de la Asociación de Trabajadores Inmigrantes Marroquíes en España (ATIME). “En los años setenta los progres marroquíes llumaron al cielo del Che Guevara a la universidad. Y ahora maestras hijas, como símbolo de rebeldía ante nosotros, llevan el pañuelo”, añadió Abdelhamid Beyuki.

La sala donde pronunció el presidente de ATIME junto al padre de Fátima ante los periodistas se encuentra empujando de carteles donde se ve una paterna en una playa, la leyenda “No más maricas” y el rostro de una mujer adulta marroquí... con pañuelo.

**Pañuelos y condones**  
“Nuestras madres, maestras abuelas, maestras tías, todas ellas llevaban pañuelos. Igual que muchas mujeres lo llevan en España hoy en día. Me parece muy simpático asociar el pañuelo al anticonceptivo y pensar que las que no llevan pañuelos son progresas”.

Como si se hubiera propuesto ilustrar con imágenes el reconocimiento de lo que entabla explicando, en la sala donde se pronunciaban las conferencias compartían paredes el cartel de la paterna y la mujer con su pañuelo en la cabeza con otro cartel donde se veía una mujer adulta marroquí y en el que se aconseja el uso de preservativos. “Muchas mujeres que tenían dificultades para ir a la universidad se han puesto el pañuelo para ganar libertad de movimiento”, añadió Málita Abdelaziz, coordinadora del Área de la Mujer en ATIME. “Las feministas españolas tendrían que hacer un esfuerzo por entender la realidad de las mujeres en el mundo islámico. Incluso el chador ha sentido diferentes connotaciones a lo largo de la historia. Cuando las mujeres iraníes luchaban contra el poder opresor del Sha, el chador tenía connotaciones rebeldes. Después, cuando los iraníes impusieron el chador, su simbología cambió. Pero el pañuelo en Marruecos no tiene nada que ver con esto”.

Distinción gráfica del periódico para tratar durante un tiempo un tema concreto

Todos los periódicos distinguen distintas áreas con lo que llaman secciones: España, local, Madrid, Deportes, Economía...

cintillo

sección del periódico

entradilla

Resumen de lo que se va a desarrollar en el texto y debe ser tan atractivo para el lector que haga que se quede leyendo esa noticia

Da más información sobre las imágenes o gráficos e indica quién es el autor o de dónde son los datos.

pie de foto

Es la esencia de la noticia y debe funcionar independientemente; tiene que poder leerse sin recurrir al resto del texto ya que deben condensar lo importante de la información.

apoyo gráfico

Fotos, gráficos, ilustraciones...

TITULAR:

título

subtítulo

Lead o primer párrafo

firma

Indica quién ha escrito esa información. A veces pone redacción, otras el nombre de la persona o qué agencia ha enviado esa información. Se suele incluir detrás el nombre del lugar desde donde se ha escrito.

Frase destacada de manera gráfica entre el resto del texto

sumario

ladillo

Para descargar la vista de los lectores y para enfocar lo que va a ir después, aparecen los ladillos, que condensan en dos o tres palabras qué vamos a leer a continuación.

Leer entre líneas significa buscar en un texto cosas que éste te ofrece pero que debes encontrar tú utilizando unas cuantas ayudas que explicamos a continuación:

Una buena información debe intentar responder a las siguientes preguntas:

- ¿Qué? está ocurriendo o ha ocurrido
- ¿Quién? o quiénes son los protagonistas, afectados, etc. de lo que se destaca en la información. Esto incluye también quién cuenta lo que ocurre.
- ¿Cómo? ha sucedido
- ¿Cuándo? ha sucedido
- ¿Dónde? está ocurriendo o ha ocurrido lo que se cuenta
- ¿Por qué? ha ocurrido

## 2. ANÁLISIS DE TEXTOS PERIODÍSTICOS...

Después de todo lo que hemos visto ya estamos en condiciones de hacer análisis de textos periodísticos por nuestra cuenta. Vamos a elegir varios temas, para los que tendremos varios ejemplos: artículos, reportajes... Los temas los complementaremos con información en la guía o con información que tendremos que buscar por nuestra cuenta. Al final, de lo que se trata, es de ver si lo que tenemos ante nuestros ojos es una buena información o si, por el contrario, podría haberse hecho de otra manera para no incidir en estereotipos, en interpretaciones de la realidad confusas, etc...

Os proponemos un modelo a seguir para conocer qué cosas debemos encontrar en los textos para poder comparar después unos con otros. Podéis seguir este modelo o añadirle y quitarle los elementos que estiméis según vuestras inquietudes e intereses.

Categorías formales						
Medio de difusión	Fecha	Sección	Extensión	Género informativo	Firma de la información	
El País El Mundo ABC La Razón 20 Minutos Metro ...	Día, mes y año.  ** es bueno indicar qué día de la semana es porque los domingos aparecen suplementos con reportajes más extensos	Nacional Internacional España Sociedad Deportes Cultura Economía  ...	La medida de la información la puede estimar cada persona. Un ejemplo: Muy larga: si ocupa más de una página Larga: si ocupa entre media página y una página Mediana: si ocupa media página o algo	Noticia Reportaje Chiste o tira de humor Fotonoticia Entrevista	Redacción Periodista hombre Periodista Mujer Enviado especial Corresponsal Agencia de información	
Apoyo gráfico	Cintillo especial del tema					

Fotografía Gráfico Mapa Ilustración Infografía ...	¿Tiene o no tiene?		menos  Pequeña: si ocupa una columna o menos		
---	--------------------	--	--	--	--

Categorías de contenido			
Tema principal y secundarios	Protagonista principal de la información	Enfoque de la información	Fuentes principales de la información
De lo que trata la información en primer lugar y los temas relacionados que aparecen.  Por ejemplo: Mujeres musulmanas TEMA PRINCIPAL  Integración Educación TEMAS SECUNDARIOS	Mujeres inmigrantes  Un hombre concreto  La educación secundaria  La ley de extranjería...	Información económica  De enfoque social  Política  Sin enfoque claro...	Oficiales: Ministra, Gobierno, miembro de una asociación que habla como portavoz, Ayuntamiento....  No oficiales: vecinos, personas que han vivido ese suceso...

## Comunicación alternativa

- Nodo 50: [www.nodo50.org/](http://www.nodo50.org/)
- Canal Solidario: [www.canalsolidario.org](http://www.canalsolidario.org)
- Eurosur: [www.eurosur.org](http://www.eurosur.org)
- Pensamiento Crítico: [www.pensamientocritico.org](http://www.pensamientocritico.org)
- Rebelión: [www.rebellion.org](http://www.rebellion.org)
- Mundo Negro [www.mundonegro.com](http://www.mundonegro.com)
- [www.webislam.com](http://www.webislam.com)
- [www.verdeislam.com](http://www.verdeislam.com)
- Haces Falta: [www.hacesfalta.org/](http://www.hacesfalta.org/)
- Foro Social de Porto Alegre: [www.portoalegre2003.org/publicue/index04E.htm](http://www.portoalegre2003.org/publicue/index04E.htm)
- No al uso de niños como soldados [www.child-soldiers.org/](http://www.child-soldiers.org/) - [www.menoressoldado.org](http://www.menoressoldado.org)
- Sin excusas - Página de la ONU para promover el no posponer más el desarrollo [www.sinexcusas2015.org](http://www.sinexcusas2015.org)
- ANIA - Agencia de noticias de información alternativa <http://ania.eurosur.org/index.php3>
- Red Tercer Mundo: <http://redtercermundo.org.uy>
- Le Monde diplomatique: [www.monde-diplomatique.fr/](http://www.monde-diplomatique.fr/)
- Lola Press, revista feminista internacional: [www.lolapress.org/](http://www.lolapress.org/)
- Correio Cidadanía, revista popular brasileña, en portugués: [www.correiocidadania.com.br/ed133/inicial.htm](http://www.correiocidadania.com.br/ed133/inicial.htm)
- Congreso Nacional Indígena: [www.laneta.apc.org/cni/](http://www.laneta.apc.org/cni/)
- ÑUKE MAPU. La lucha del pueblo mapuche <http://mapuche.info.scorpionshops.com/>
- Pueblos Indígenas: [www.cwis.org](http://www.cwis.org)
- Guatemala Memoria Silencio <http://shr.aaas.org/guatemala/ceh/report/spanish/>
- El Observatorio de las Multinacionales por un comercio justo: [www.transnationale.org/castillan/](http://www.transnationale.org/castillan/)
- AGP, Acción Global de los Pueblos contra el comercio "libre" y la OCM [www.nadir.org/nadir/initiativ/agp/es/index.html](http://www.nadir.org/nadir/initiativ/agp/es/index.html)
- Banca Popolare Etica (en italiano): [www.bancaetica.com/](http://www.bancaetica.com/)

## Más recursos sobre inmigración

Ley de Extranjería y reglamento de extranjería  
[www.acoge.org](http://www.acoge.org)

Informe anual sobre el racismo en el Estado Español  
[www.sosracisme.org/informe.htm#inf](http://www.sosracisme.org/informe.htm#inf)

Biblioteca Especializada en Migraciones  
[www.nodo50.org/nexos/biblioteca.htm](http://www.nodo50.org/nexos/biblioteca.htm)

Revistas de la Hemeroteca del Consejo de la Juventud de España  
[www.cje.org/documentacion.nsf/docs/5K3F3XISAZ!opendocument](http://www.cje.org/documentacion.nsf/docs/5K3F3XISAZ!opendocument)

Junta de Andalucía. Consejería de Gobernación. Emigración  
[www.juntadeandalucia.es/gobernacion](http://www.juntadeandalucia.es/gobernacion)

Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales  
<http://extranjeros.mtas.es/>

## CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN PARA PROFESORAS, PROFESORES, MADRES Y PADRES:

**Centro:**

**Barrio/Localidad:**

**Nombre y Apellidos:**

**¿En activo?**

**Asignatura que imparte:**

**Curso escolar:**

**% inmigrantes en el aula:**

**¿Problemas de convivencia?**

1. Razones que han motivado su inscripción en el curso


2. ¿Detecta la necesidad de mejorar sus conocimientos en cuanto a la convivencia intercultural en la intervención en el aula?


3. ¿Qué espera del curso?


4. ¿Qué le gustaría aprender en este curso?


5. ¿Crees que sería necesario contar con una asignatura específica para desarrollar materiales sobre Educación al Desarrollo y Educación en Valores?

Sí.

No.

**¡Muchas Gracias!**