

**LT3. Periodismo, medios de comunicación  
y cambio social**  
*T3. Journalism, media and social change*



<b>La representación de las mujeres inmigrantes en una muestra</b> María Martínez Lirola	<b>3</b>
<b>Una controversia pública dislocada: prostitución, trata e información de actualidad</b> Vanesa Saiz Echezarreta	<b>5</b>
<b>La prensa y los feminicidios en el Estado de México. Una agenda pendiente</b> Natalia Ix-Chel Vázquez González, Guillermina Díaz Pérez y Araceli Pérez Damián	<b>7</b>
<b>Movimientos sociales y medios de comunicación: La experiencia de los okupas de Barcelona en los 90</b> Helena Domínguez García	<b>9</b>
<b><i>Enquadramentos jornalísticos das Manifestações de Junho de 2013: ações dos Manifestantes</i></b> Ana Cristina Consalter Amôr	<b>11</b>
<b>La cobertura de conflictos socioambientales desde un enfoque de cultura de paz: Roles contributivos vs roles partisanos en la cobertura regional</b> Sandro Macassi Lavander	<b>13</b>
<b>La pobreza infantil en los medios de comunicación: evaluación y propuestas de mejora del tratamiento periodístico desde las ONG del sector</b> María San Felipe Frías y Miguel Vicente Mariño	<b>15</b>
<b>El papel de los jóvenes en la construcción de los medios para el cambio social en España</b> Sergio Villanueva Baselga, Juan Ramos Martín, Alejandro Barranquero y Gloria Rosique Cedillo	<b>17</b>



<b>La radiotelevisión pública local en Andalucía: situación actual e incidencia social. Análisis cuantitativo y cualitativo de las emisoras de la provincia de Cádiz</b>	<b>20</b>
Gonzalo Ceballos Castro, Víctor Manuel Marí Sáez y Belén Macías Varela	
<hr/>	
<b>Laboratorio de Innovación Periodística: Contribuciones de la “indisciplina” y la “multidisciplinariedad” ante la crisis de los “medios”</b>	<b>23</b>
Alfredo Casares Corrales y Leila Chivite Matthews	
<hr/>	
<b>Dinámicas de la comunicación para el cambio social en coyuntura: la experiencia de Wayruro Comunicación Popular (Jujuy, Noroeste Argentino, 1994-2014)</b>	<b>26</b>
Alejandra García Vargas	
<hr/>	
<b>Activismo ciudadano en torno al derecho a la comunicación. Una iniciativa online para el análisis de los medios en España</b>	<b>28</b>
Alejandro Barranquero Carretero, Alex Iván Arévalo Salinas, Belén Macías Varela, Gonzalo Ceballos Castro y Miguel Ángel Moreno Ramos	

## **La representación de las mujeres inmigrantes en una muestra de la prensa española: deconstruyendo la invisibilidad**

### ***The representation of immigrant women in a sample from the Spanish press: deconstructing invisibility***

María Martínez Lirola, Universidad de Alicante y Reseach Fellow, Department of Linguistics and Modern Languages, University of South Africa (UNISA)

#### **Resumen**

Esta investigación tiene como objetivo principal estudiar la representación de las mujeres inmigrantes en una muestra de la prensa española. Para ello, se recopiló un corpus de noticias sobre mujeres inmigrantes desde febrero de 2012 hasta julio de 2014, lo que suma un total de dos años y medio, de los tres principales periódicos españoles: *El País*, *El Mundo* y *ABC*. El número total de noticias recopiladas es de 56. En este estudio se analizarán los principales temas que se tratan en las noticias seleccionadas y las principales características lingüísticas y visuales empleadas para hablar sobre las mujeres inmigrantes.

El análisis crítico del discurso (ACD) se empleará en este trabajo por su interés en la dimensión social del discurso al estudiar la lengua unida a temas sociales y por permitir profundizar en la ideología. En este sentido, el ACD puede ayudar a desentrañar problemas relacionados con las desigualdades de género al observar el modo en que las mujeres inmigrantes aparecen representadas en los textos objeto de estudio. Además, se empleará el modelo de gramática visual propuesto por Kress y van Leeuwen (2006) con el fin de analizar las principales características de las fotografías.

Los principales resultados obtenidos del estudio señalan que la representación de las mujeres inmigrantes en la prensa española es escasa y que cuando éstas aparecen como protagonistas de noticias suelen representarse como víctima y se las relaciona fundamentalmente con la prostitución.

#### **Palabras clave**

Mujeres inmigrantes; análisis crítico del discurso; prensa; textos multimodales; gramática visual.

#### **Abstract**

*The main objective of this research is to study the representation of immigrant women in a sample from the Spanish press. A corpus of news items on immigrant women was compiled from February 2012 until July 2014, i.e., for two years and a half, from the main three Spanish newspapers: El País, El Mundo and ABC. The number of news items found was 56. We will analyse the main topics presented in the news items selected and the main linguistic and visual choices used to talk about immigrant women.*

*Critical discourse analysis (CDA) will be used in the analysis for its interest in the social dimension of discourse because it studies language joined to social topics and it allows deepen on ideology. In this sense, CDA can help deconstruct problems related with gender inequality by observing the way immigrant women appear represented in the texts under analysis. Moreover, the model of visual grammar proposed by Kress and van Leeuwen (2006) will also be used to analyse the main characteristics in the photographs.*

*The main results of this study show that the representation of immigrant women in the Spanish press is scarce and that when they appear being the protagonists of news items they are normally represented as victims and they are connected with prostitution.*

**Keywords**

*Immigrant women; critical discourse analysis; press; multimodal texts; visual grammar.*

**Biografía**

María Martínez Lirola es doctora en Filología Inglesa y Profesora Titular de Filología Inglesa de la Universidad de Alicante. Además, es Research Fellow del Departamento de Lingüística y Lenguas Modernas de la Universidad de Sudáfrica (UNISA). Ha dirigido varios proyectos de investigación sobre Análisis Crítico del Discurso e innovación educativa financiados por entidades públicas. Sus principales líneas de investigación son el Análisis Crítico del Discurso, la Gramática Sistémica Funcional y la Lingüística Aplicada.

Ha publicado alrededor de un centenar de publicaciones que incluyen libros, artículos en revistas nacionales e internacionales, capítulos de libro, ponencias en congresos, reseñas y trabajos de divulgación, además de haber creado y dirigir el grupo de investigación “Análisis Crítico del Discurso Multimodal”. Además, la profesora Martínez Lirola ha participado en congresos e impartido conferencias y seminarios en España y en decenas de países. Por otro lado, ha llevado a cabo estancias de investigación en los cinco continentes con el fin de llevar a cabo investigaciones de temática social. maria.lirola@ua.es

## Una controversia pública dislocada: prostitución, trata e información de actualidad<sup>1</sup>

*A dislocated public controversy: prostitution, trafficking and news*

Vanesa Saiz Echezarreta, Universidad de Castilla La Mancha

### Resumen

Esta investigación mapea la controversia sobre la prostitución y la trata con fines de explotación sexual en medios de comunicación digitales de España, a partir de su definición como *issue* (asunto controvertido) que se incorpora a la agenda pública. En el contexto de la esfera pública mediatizada, los medios informativos son anclajes privilegiados para la traducción de los conflictos sociales a través de *issues* como éste. Su poder deriva de su capacidad de dar forma, visibilizar y legitimar ciertas perspectivas implicadas en los *issues* (o bien, invisibilizar o menospreciar otras).

Esta investigación analizó 491 piezas publicadas sobre prostitución y trata en *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *Público*, *20 Minutos*, *Periodismo Humano*, *Marca*, *Interviú*, *RTVE* y *Telemadrid* en el periodo comprendido entre 15 octubre de 2013 y el 15 de marzo de 2014. Se ha utilizado una metodología combinada de análisis de contenido, con fines exploratorio y análisis semiótico del discurso. Además se han realizado entrevistas con seis profesionales que cubren habitualmente estas informaciones.

El objetivo es indagar en el papel del periodismo en la delimitación y el desarrollo de las controversias, definidas no sólo como una situación de discrepancia, sino además de “incertidumbre compartida. Sin duda, el debate sobre la prostitución en España se caracteriza por posiciones polarizadas, que se han visto alteradas por la emergencia en la esfera pública del fenómeno de la trata. Proponemos reflexionar sobre la incidencia de los relatos informativos de actualidad en la construcción de este asunto controvertido. Mostraremos como la existencia de un relato hegemónico, que se corresponde con la perspectiva del éxito policial en la lucha contra la trata, está produciendo una controversia dislocada que impide establecer las condiciones adecuadas para que pueda desarrollarse una deliberación democrática con justicia, en la que todos los actores sean escuchados, especialmente, los más frágiles.

### Palabras clave

Prostitución; esfera pública; semiótica; relatos informativos; controversia

### Abstract

*This investigation maps the controversy about the prostitution and human trade with sexual intentions through the digital mass media, from its definition as an “issue” incorporated in the public agenda. In the context of public influenced by the media, it is this one (the media) a good way to translate the social struggles through issues like this one. Its power is based in its capacity to create, visualize and legitimate certain perspectives involved in the issues (or hide and undervalue others).*

*This investigation has analyzed 491 pieces about prostitution and human trade published in El País, El Mundo, ABC, Publico, 20 minutos, Periodismo Humano, Marca, Interviú, RTVE and Telemadrid between 15th of October 2013 and 15th of March 2014. A combined methodology of content analysis, with exploring purposes,*

---

<sup>1</sup> Este trabajo se enmarca en el Proyecto I+D “La construcción de los asuntos públicos en la esfera pública mediatizada. Análisis semio-etnográfico de la información”, del Grupo de Semiótica, Comunicación y Cultura (UCM).

*and semiotic discourse analysis has been used in this investigation. Moreover, 6 professionals, who regularly cover this information, have been interviewed.*

*The objective is to explore the role of the journalism in the delimitation and development of the controversies, defined them not just as a disagreement situation, but a “shared uncertainty”.*

*Clearly, the debate on prostitution in Spain is marked by the polarized positions, which have been modified by the rise of the “human trade” phenomenon in the public life. We propose to reflect about the impact of the current informative reports in the construction of controversial issues.*

*We will show how the existence of an hegemonic report that matches the perspective of police success in his fight against human trade, is producing a dislocated controversy, making impossible to set up the appropriated conditions for a democratic deliberation with justice, where all the players are heard, specially the fragile ones.*

### **Keywords**

*Prostitution; public sphere; semiotics; controversy; news stories.*

### **Biografía**

Vanesa Saiz Echezarreta es Profesora Contratada Doctora y Vicedecana de la Facultad de Periodismo de Cuenca en la UCLM. Especialista en Semiótica y Análisis Sociocultural de la Comunicación he realizado la tesis “La solidaridad espacio de mediación de los sentimientos morales. Análisis de la publicidad de las ONGD 1999/2009”, en la UCM. Desarrollo mi actividad docente en el área de Teoría de la comunicación y la Información, la Teoría de la Cultura y la Metodología y el Análisis en Comunicación, materias impartidas en la UCM, la Universidad Miguel de Cervantes y la Universidad de Valladolid. Actualmente participo en un proyecto de I+D sobre Asuntos públicos y esfera pública mediatizada en el Grupo de Semiótica, Comunicación y Cultura de la UCM. He publicado artículos especializados sobre representaciones sociales y afectividad, movimientos sociales, feminismo, entre otros; así mismo, ha elaborado informes e investigaciones aplicadas para organismos públicos e instituciones privadas sobre género, opinión pública, jóvenes y empleo. Correo electrónico: saizechezarreta@yahoo.es

## La prensa y los feminicidios en el Estado de México.

### Una agenda pendiente

*The press and the femicides in the State of Mexico. A pending agenda.*

Natalia Ix-Chel Vázquez González, Universidad Autónoma del Estado de México  
Guillermina Díaz Pérez, Universidad Autónoma del Estado de México  
Araceli Pérez Damián, Universidad Autónoma del Estado de México

#### Resumen

El problema del feminicidio en México es cada vez mayor, los medios de comunicación le otorgan una importante visibilidad, siendo un tema relevante en la agenda pública. Ejemplo de ello es la creación de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (LGAMVLV), la cual permitirá que el gobierno federal declare en los estados de la república una alerta de violencia de género contra las mujeres cuando su incidencia sea tan severa que amerite su garantía; de igual forma, este marco normativo otorga la posibilidad de que algunos organismos de la sociedad civil puedan solicitarlo.

Para el caso particular del Estado de México, la Comisión Mexicana de Defensa y Promoción de los Derechos Humanos A. C. y el Observatorio Ciudadano Nacional del Feminicidio solicitaron, en diciembre de 2010, una declaratoria de alerta de género para el Estado de México, en virtud del incremento de feminicidios; a pesar de que ésta no prosperó, la visibilidad del problema a través de la prensa escrita permitió que se tomara mayor conciencia de ello y, para marzo de 2011, se plantean una serie de reformas entre las que se tipifica el feminicidio en la legislación penal.

Pese a ello, el problema de los feminicidios sigue acrecentándose y los periodistas locales, encargados de cubrir este tipo de notas, no tienen mucha claridad sobre el concepto. De ahí que el presente trabajo tenga por objetivo analizar la importancia de que los periodistas puedan tener un mayor acercamiento a un periodismo para la paz en general, y un conocimiento del feminicidio en particular, en aras de lograr una mayor conciencia del problema en la sociedad.

#### Palabras Claves

Feminicidios; conflicto; prensa escrita; periodismo para la paz; responsabilidad del periodista

#### Abstract

*The problem of “femicide”, in Mexico, is growing and this has gained visibility in the media, in such a way that it succeeded in placing this topic as one of the issues on the public agenda. An example of this is the creation of the Ley de Acceso a las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (LGAMVLV). This law will allow the possibility of the federal Government to declare an alert of violence against women in the States of the Republic where the incidence of violence is so severe that it requires warranty; similarly, it gives possibility that civil society organizations can apply for one.*

*In the particular case of the State of Mexico, in December 2010, the Mexican Commission for Defense and Promotion of the Human Rights A.C. and The National Citizen Observatory of the Femicide requested a declaration of gender warning for the State of Mexico, due to the increase of femicide. Although this request did not succeed, the visibility of the problem through print media allowed a greater awareness*



*of this problem and, in March 2011, it raised a series of reforms that include femicide in the criminal legislation.*

*Despite this, on the one hand, the problem of femicide continues to grow in the State of Mexico and, on the other hand, local journalists, responsible for covering this type of notes, do not have much clarity in the concept. Hence, this study aims to analyze the importance that journalists may have a better approach to journalism for peace in general, and in particular, a knowledge of femicide in order to achieve a greater awareness of the problem in society.*

**Keywords**

*Femicide; conflict; newspapers; peace journalism; journalist responsibility.*

**Agradecimientos**

A Esperanza e Ilusión que nos permitieron adentrarnos a su actividad profesional.

**Biografía**

Natalia Ix-Chel Vázquez González es Profesora-investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de México, maestra en Estudios para la Paz y el Desarrollo por la Universidad Autónoma del Estado de México y la Universidad Jaume I de Castellón, España, realizó estudios de Doctorado en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo en la Universidad Jaume I de Castellón España, ha publicado diversos artículos y capítulos de libros relacionados con temas de paz y educación para la paz. Correo electrónico: [nataliaix@yahoo.com](mailto:nataliaix@yahoo.com)

Guillermina Díaz Pérez es Profesora-investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de México. Doctora en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Administración Pública por la Universidad Nacional Autónoma de México, Maestra en Estudios para la Paz y el Desarrollo por la Universidad Autónoma del Estado de México. Ha publicado diversos artículos y capítulos de libros relacionados con temas de paz, políticas públicas y género. Correo electrónico: [Diaz.guillermina@yahoo.com.mx](mailto:Diaz.guillermina@yahoo.com.mx)

Araceli Pérez Damián es Profesora-investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de México. Maestra en Estudios para la Paz y el Desarrollo por la Universidad Autónoma del Estado de México, Licenciada en Filosofía por la misma Universidad. Ha publicado diversos capítulos de libros relacionados con temas de paz y vejez. Correo electrónico: [Aracelidamian03@hotmail.com](mailto:Aracelidamian03@hotmail.com)



## **Movimientos sociales y medios de comunicación: La experiencia de los okupas de Barcelona en los 90**

*Social movements and media: the experience of Barcelona squatters in the nineties*

Helena Domínguez García, Universidade de Santiago de Compostela

### **Resumen**

Desde su aparición a mediados de los ochenta, el movimiento okupa de Barcelona ha experimentado en el campo de la comunicación con la creación y el sostenimiento de medios autogestionados. Este tipo de práctica comunicativa recibe el nombre de ‘mediactivismo’, un concepto que aunque es relativamente nuevo, hace referencia a una actividad muy extendida y con hondas raíces históricas en los movimientos sociales: transmitir ideas de cambio a través de canales y formatos alternativos.

Aunque muchos estudios recientes de la comunicación asocian el mediactivismo a la irrupción de Internet en las acciones de los movimientos sociales, lo cierto es que no se necesitan sofisticadas tecnologías para crear proyectos mediáticos independientes de los poderes. Las experiencias de comunicación que describimos en este trabajo surgieron como formatos impresos rudimentarios, como el fanzine y el boletín mural.

¿Pero cuáles han sido los factores que han empujado al movimiento okupa a crear sus propios medios de comunicación? ¿Influyeron, de alguna manera, las relaciones de los activistas con los medios de comunicación de masas? ¿Qué características presentan los medios de los movimientos sociales?

Para dar respuesta a estas preguntas nos introducimos en el ambiente social, político y comunicativo que rodeó al movimiento okupa de Barcelona durante las décadas de los 80 y los 90. Los resultados de la investigación se sustentan en la recolección de datos empíricos en la ciudad de Barcelona en un período temporal que se extendió desde finales del año 2008 hasta mediados de 2010. El trabajo de campo incluyó la realización de doce entrevistas, la revisión de fuentes documentales y la propia observación del fenómeno okupa en su escenario real.

En general, el movimiento okupa se ha destacado por su dinamismo e implicación en la práctica del activismo mediático. Los proyectos que ha impulsado partieron de una reflexión crítica sobre la labor de los medios de comunicación de masas, lo que no quiere decir que sean mejores que éstos. Se trata, simplemente, de medios diferentes.

### **Palabras clave**

Okupas; mediactivismo; movimientos sociales; comunicación alternativa; medios de los movimientos sociales.

### **Abstract**

*Since its emergence in the mid-eighties, Barcelona squatting movement has experienced in the field of communication by creating and sustaining self-managed media. This kind of communicative practice is called “mediaactivism”, a concept that, though it is relatively new, refers to a widespread activity with deep historical roots in social movements: convey ideas for social change through alternative channels and formats.*

*Many recent researches in Communication associate mediactivism to the emergence of the Internet in the actions of social movements, however, the fact is that sophisticated technologies are not needed to create media projects independent from powers. The communication experiences we describe in this paper emerged as rudimentary print formats, like fanzine and wall newspapers.*

*But, what were the factors that have pushed the squatting movement to create their own media? Relations of activists with mainstream media had, somehow, an influence? What are the characteristics mass social movements?*

*To answer these questions, we introduced into the social, political and communicative atmosphere surrounding the squatting movement in Barcelona during the 1980s and 1990s. The results of the research are based on empirical data collection in the city of Barcelona in a time period which lasted from late 2008 until mid-2010. The field work included making twelve interviews, review of documentary sources and observation of the squatting phenomenon in its real scenario.*

*In general, the squatting movement has been noted for its dynamism and involvement in the practice of media activism. Projects driven by activists departed from a critical reflection on the work of the mass media, which does not mean they are better than these. They are simply different media.*

### **Keywords**

*Squatters; mediactivism; social movements; alternative communication; social movements' media.*

### **Biografía**

Helena Domínguez García es licenciada en Ciencias de la Información y Máster en Cooperación Internacional y Voluntariado por la Universidade de Santiago de Compostela (USC). Está integrada en el grupo de investigación Cidacom (Cidadanía e Comunicación) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la USC y forma parte del equipo editorial de la *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo* (RICD). Actualmente, trabaja en la redacción de su tesis doctoral sobre la representación mediática del movimiento independentista gallego. Interesada en temáticas relacionadas con la comunicación alternativa, el desarrollo, los movimientos sociales y la identidad cultural. Correo electrónico: [helenadominguezg@gmail.com](mailto:helenadominguezg@gmail.com)

## **Enquadramentos jornalísticos das Manifestações de Junho de 2013: ações dos Manifestantes**

*Journalistic Framework of the manifestations of June 2013. The actions of the protesters*

Ana Cristina Consalter Amôr, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho –  
UNESP/ Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação- FAAC

### **Resumo**

Este trabalho faz parte de uma pesquisa em andamento que pretende analisar os enquadramentos construídos pelas revistas Veja, Carta Capital, Época e Isto é acerca das manifestações populares que ocorreram nos meses de junho e julho de 2013 no Brasil. Serão verificadas a seleção e a ênfase de informações na construção do texto. Será possível identificar, descrever e analisar os enquadramentos construídos pelas revistas, percebendo como favoreceram determinadas perspectivas. Neste primeiro momento, face à pesquisa bibliográfica, analisamos as ações dos manifestantes, ou seja, como esses manifestantes foram enquadrados por esses veículos através de suas ações. Para tal, verificamos os enquadramentos utilizados para reportar os fatos políticos veiculados pelas revistas e que de alguma forma já caracterizaram os manifestantes e suas ações dentro do contexto da abordagem jornalística no início das manifestações, ou seja, nas matérias publicadas na segunda semana de junho, momento em que as quatro revistas abordaram esta categoria de análise.

### **Palavras-chave**

Mídia; enquadramento; política; manifestações populares; manifestantes.

### **Abstract**

*This work is part of an ongoing research that aims to analyze the magazines Veja, Carta Capital, Época and Isto é framed the popular demonstrations that took place in June and July 2013 in Brazil. We will check the choice and emphasis of information in their text construction. It is possible to demonstrate how these magazines favor certain perspectives by identifying, describing and analyzing their framings. At first, in a bibliographical research, we analyze the actions of the protesters or, more specifically, how these protesters were, through their actions, represented by these vehicles. To carry out this task, we analyse the framing to report political facts used by the magazines. These framings have characterized the protesters and their actions within their journalistic approach from the beginning of the demonstrations. All their articles were published in the second week of June, when the four magazines addressed this analysis category.*

### **Keywords**

Media; framework; politic; popular demonstrations; protesters.

### **Biografía**

Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho (UNESP), com término previsto para abril de 2016. Possui especialização em Metodologia do Ensino na Educação Superior pelo Centro Universitário Uninter – Pólo Piracicaba, e graduação em Jornalismo pela Universidade do Sagrado Coração (2007). Tem experiência na área de

comunicação, com ênfase em comunicação. Faz parte do Grupo de Estudos Mídia e Sociedade, cadastrado no CNPq, que abrange a linha “Processos Midiáticos e Práticas Socioculturais”, do Departamento de Ciências Humanas da Faac/Unesp. E-mail: [anaconsalteramor@gmail.com](mailto:anaconsalteramor@gmail.com)

## **La cobertura de conflictos socioambientales desde un enfoque de cultura de paz: Roles contributivos vs roles partisanos en la cobertura regional.**

*The coverage of environmental conflict from the perspective of culture of peace: Partisans vs. contributory roles in regional coverage.*

Sandro Macassi Lavander, Pontificia Universidad Católica del Perú –Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación - Instituto de Opinión Pública

### **Resumen**

Este estudio discute si los medios regionales contribuyen a la transformación de los conflictos socioambientales o, por el contrario, colaboran con el escalamiento y la polarización.

Se discute los indicadores usados para medir la cobertura mediática de conflictos de guerra señalando que es necesario usar otros indicadores para analizar los conflictos socioambientales. En este sentido, se plantea que se debe analizar los roles jugados por los medios estudiando sus estrategias de enmarcamiento. Se desarrollaron para este objetivo 10 indicadores de roles que contribuyen a la transformación de los conflictos y 10 indicadores que muestran roles partisanos que agudizan los conflictos.

El estudio analiza 3 conflictos emblemáticos en el Perú: Tía María, Conga y Toquepala. Se trata de proyectos de industrias extractivas que en el 2011 generaron muchas protestas y pérdidas humanas y materiales. La metodología consistió en el análisis de las noticias de 5 medios regionales que se contrastaron con las noticias de 7 medios nacionales haciendo un total de 1080 analizadas.

Los resultados muestran que las noticias son construidas con un enmarcamiento donde predominan los discursos que contribuyen a una mayor confrontación, siendo muy pocos los casos de noticias que aportan a la transformación del conflicto. Los medios regionales presentan menos noticias con una estrategia contribuyente mientras que los medios capitalinos presentan un poco más. También, los medios regionales publican más noticias con roles partisanos que fomentan a escalamiento de los conflictos.

### **Palabras clave**

Cultura de Paz; Indicadores de cobertura mediática; Conflictos socioambientales; Industrias extractivas; Transformación de conflictos.

### **Abstract**

*This study discusses whether regional media contribute to the transformation of socio-environmental conflicts or otherwise collaborate with scaling and polarization.*

*We discuss the indicators used to measure media coverage of conflicts of war, saying it is necessary to use other indicators to analyze environmental conflicts. It argues that it should analyze the roles played by the media framing studying strategies. We developed for this purpose 10 indicators of roles that contribute to conflict transformation and 10 indicators showing partisan roles that exacerbate conflict.*

*The study analyzes three emblematic conflicts in Peru: “Tia Maria”, “Toquepala” and “Conga”. These are extractive industry projects that in 2011 generated many protests and human and material losses. The methodology consisted of an analysis of the 5 regional news media were compared with 7 national news media, making a total of 1080 analyzed.*

*The results show that the news are constructed with framing where predominate discourses that contribute to more confrontation, while there are still very few cases of news that contribute to the transformation of the conflict. Regional media have fewer stories with a contributor strategy, while the media in the capital have a little more. In addition, the regional media published more news with partisan roles, which promote escalation of conflicts.*

**Keywords**

*Culture of Peace; indicators of media coverage; environmental conflicts; extractive industry; conflict transformation.*

**Biografía**

Sandro Macassi Lavander es Psicólogo social y Magister en Comunicación, Sub Director del Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú y Profesor ordinario de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Investigador en temas de Comunicación política y espacio público, especialista en comunicación y prevención de conflictos. Consultor internacional de comunicación preventiva y proyectos de desarrollo. Correo electrónico: [semacassi@pucp.pe](mailto:semacassi@pucp.pe)

**La pobreza infantil en los medios de comunicación:  
evaluación y propuestas de mejora del tratamiento periodístico  
desde las ONG del sector**  
*Child poverty in the media: assessment and suggestions by children NGO  
to improve news coverage*

María San Felipe Frías, Universidad Complutense de Madrid  
Miguel Vicente Mariño, Universidad de Valladolid

**Resumen**

El concepto de pobreza va más allá de la limitación de recursos económicos y materiales. Se trata de una situación de escasez que influye en el pleno ejercicio de los derechos fundamentales. En el caso de la pobreza infantil, los afectados son los niños y las niñas, uno de los colectivos sociales más vulnerables. Debido a la función de los medios de comunicación como fuentes de información fiables y generadores de opinión, éstos son reconocidos por las ONG como herramientas potenciales para impulsar el cambio social. Por ello, parece pertinente preguntarse cómo perciben a estas organizaciones, actores sociales que trabajan directamente con la problemática, y el enfoque periodístico que utilizan para representar a la pobreza infantil.

En consecuencia, esta investigación pretende conocer la opinión de las ONG sobre el tratamiento de la pobreza infantil en los medios de comunicación españoles con la finalidad de mejorarlo. En ese sentido, se han realizado entrevistas semiestructuradas a entidades que trabajan con la pobreza infantil en España y que cuentan con un departamento de comunicación en su organigrama, como es el caso de UNICEF, Cruz Roja, Aldeas Infantiles SOS y Educo.

Para estas organizaciones, la problemática es tratada desde la superficialidad y la anécdota. Añaden que falta una profundización y seguimiento del tema que traslade y conciencie de su importancia a la audiencia, a la ciudadanía. Desde las ONG se reivindica que las informaciones han de basarse en los derechos de la infancia: en su cumplimiento y respeto desde el trabajo periodístico, y en la transmisión de que esta desigualdad parte de una violación de derechos fundamentales.

**Palabras clave**

Pobreza infantil; periodismo; medios de comunicación; ONG; derechos de la infancia.

**Abstract**

*Poverty is a concept that goes far beyond the economic and material limitation of resources. Alternatively, it is a situation of scarcity influencing the whole exercise of fundamental rights. When it comes to child poverty, the victims are children, one of the most vulnerable social collectives. Due to their role as trustable sources of information and opinion makers, media are recognised by NGOs as tools to foster social change. Therefore, it seems relevant to explore how these organizations, as social actors directly dealing with the problem, perceive the journalistic framing applied to child poverty.*

*Consequently, this article presents the NGO's opinion about the coverage provided by the Spanish media to child poverty, as a good way to contribute to make it better. In order to do so, we conducted in-depth interviews with those entities working in the field of child poverty in Spain and counting with an active Communication department, like UNICEF, Cruz Roja, Aldeas Infantiles SOS and Educo.*



*These organisations agree on considering that child poverty is covered in the media following a superficial and anecdotic approach, missing deeper analyses and a long-term attention that would contribute raise awareness of its importance among the audience. NGOs claim that news must be based on children's rights, not only fulfilling and abiding them within the journalistic daily work but also reporting that this inequality points to a violation of fundamental rights.*

### **Keywords**

*Child poverty; journalism; media; NGO; children's rights.*

### **Agradecimientos**

Los autores agradecen la colaboración desinteresada de las ONG que han participado en este estudio.

### **Biografía**

María San Felipe Frías es Licenciada en Periodismo por la Universidad Carlos III de Madrid. Tras finalizar en 2014 sus estudios de máster en Comunicación con Fines Sociales: Estrategias y Campañas en la Universidad de Valladolid, decide continuar la investigación iniciada para su trabajo final de posgrado acerca del tratamiento de la pobreza infantil en la prensa española, adhiriéndose al programa de doctorado de Periodismo en la Universidad Complutense. Su tesis doctoral analiza la representación de la pobreza en la prensa española durante la crisis económica, así como las relaciones de producción que se establecen entre los medios y los gabinetes de comunicación que abordan esta problemática. Correo electrónico: [msanfe@ucm.es](mailto:msanfe@ucm.es)

Miguel Vicente Mariño es Profesor Titular del Departamento de Sociología en la Universidad de Valladolid, donde ocupa el puesto de Secretario Académico de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación en el Campus María Zambrano de Segovia. Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad, es miembro del Comité Ejecutivo de la European Communication Research and Education Association (ECREA) y subdirector de la sección de Investigación de Audiencias de la International Association for Media and Communication Research (IAMCR). Sus líneas de investigación se centran en el estudio de los contenidos, las audiencias y los efectos sociales de los medios de comunicación, la comunicación medioambiental y los métodos de investigación aplicados al campo de la comunicación.

Correos electrónicos: [miguelvm@soc.uva.es](mailto:miguelvm@soc.uva.es) [mvicentem@yahoo.es](mailto:mvicentem@yahoo.es)

Página web personal: <http://sociologiytrabajosocial.sitios.uva.es/?q=node/58>

## **El papel de los jóvenes en la construcción de los medios para el cambio social en España**

### *The role of youth in the media construction for social change in Spain*

Sergio Villanueva Baselga, Universitat de Barcelona  
Juan Ramos Martín, Universidad de Salamanca  
Alejandro Barranquero, Universidad Carlos III de Madrid  
Gloria Rosique Cedillo, Universidad Carlos III de Madrid

#### **Resumen**

El trabajo que se presenta tiene por objetivo describir los primeros avances del proyecto de Investigación ‘Los jóvenes y el Tercer Sector de la Comunicación’ (<http://jovenesytercersector.com>) financiado por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud y que tiene entre sus objetivos plantear una cartografía pionera de los medios comunitarios, libres, asociativos y alternativos del Estado español, así como evaluar qué rol y grado de participación manifiestan los jóvenes en el sector. La metodología parte de una encuesta auto-administrada a más de 260 medios del Estado español, que se triangula con los resultados cualitativos de tres grupos de discusión en el que participan jóvenes de distintas Comunidades Autónomas y que comprende preguntas relacionadas con: la trayectoria de cada participante en el medio comunitario y su visión estratégica del sector; los procesos de enseñanza/aprendizaje que se desarrollan en el Tercer Sector de la Comunicación; o las influencias que los nuevos movimientos sociales proyectan sobre las concepciones y dinámicas de estos medios.

#### **Palabras Clave**

Medios comunitarios; medios ciudadanos; comunicación alternativa; tercer sector de la comunicación; comunicación para el cambio social; educación.

#### **Abstract**

*This paper aims at describing the first advancements of the research project “Youth and the Third Communication Sector in Spain” (<http://jovenesytercersector.com>) funded by the Reina Sofía Center on Adolescence and Youth. The objective of this project is to develop a pioneering mapping of Spanish community, free, associative and alternative media sector, as well as to assess the role and involvement of young people in the field. Methodology is based on an online survey to more than 260 Spanish community media, triangulated with the qualitative results from three focus groups that include the participation of youngsters from different Spanish regions. These focus groups contain questions concerning the trajectory and strategic vision of youngsters within community media; the teaching / learning process comprised in the third communication sector; and the influences that new social movements project on the conceptions and dynamics of the area.*

#### **Keywords**

*Community media; citizen media; alternative communication; Third communication sector; communication for social change; education.*

#### **Agradecimientos**

Agradecemos, en primer lugar, el sustento económico que garantiza la sostenibilidad del proyecto del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. En

segundo lugar, el apoyo desinteresado tanto de María Navarro, directora de *Radiópolis* Sevilla y presidenta de la Red de Medios Comunitarios, como de los jóvenes andaluces que, desinteresadamente, participaron en el primer grupo de discusión. Por último, extendemos el agradecimiento al resto del equipo del proyecto “Los jóvenes y el Tercer Sector de la Comunicación en España”.

## Biografía

Sergio Villanueva es Investigador y Docente del Departamento de Biblioteconomía y Documentación de la Universitat de Barcelona. Sergio Villanueva Baselga es estudiante de doctorado en la Universitat de Barcelona y becario de investigación APIF. Su tesis estudia los procesos participativos en la creación audiovisual de los medios comunitarios centrándose en la teorización del vídeo participativo como objeto fílmico documental. Su investigación se amplía, además, el uso político de los medios, tanto tradicionales como nuevos, en la representación del género en las narrativas mediáticas y en los modos de comunicar la ciencia a la sociedad. Posee diversas publicaciones en torno al tratamiento teórico de los vídeos participativos y ha participado en una decena de congresos. Es miembro del equipo de investigación DHIGECS, y participa en el proyecto I+D Formación sociopolítica y construcción identitaria en la Educación Secundaria financiado por el Ministerio de Economía. En la actualidad, compagina su tesis con el máster Docencia Universitaria para el Profesorado Novel impartido en la misma Universitat de Barcelona y participa en dos grupos de innovación docente. Ha colaborado también en diversos proyectos de divulgación con el Observatori de la Difusió de la Ciència de la Universitat Autònoma de Barcelona. Pertenece a la Asociación Española de Investigación en Comunicación (AE-IC), donde ha cofundado junto con Alejandro Barranquero, Miriam Meda y Núria Reguero el Grupo de Trabajo en Comunicación y Ciudadanía, y a la European Communication Research and Education Association (ECREA), donde es el representante por España de su sección de jóvenes (YECREA). Correo electrónico: [sergio.villanueva@ub.edu](mailto:sergio.villanueva@ub.edu)

Juan Ramos Martín es Investigador del Departamento de Sociología y Comunicación de la Universidad de Salamanca. Facultad de Ciencias Sociales. Licenciado en Comunicación Audiovisual, Máster en Estudios Latinoamericanos y Doctorando en Estado de Derecho y Gobernanza Global en la Universidad de Salamanca. Principales líneas de investigación: participación ciudadana en los procesos de *policy-making*, movimientos sociales y comunicación, teoría crítica y Escuela Latinoamericana de Comunicación. Autor de numerosas publicaciones en revistas y libros tales como *Journal of Radio and Audio Media*, *Palabra Clave*, *Intercom*, *Diálogos de la Comunicación*, *Quórum Académico*, *Alterjor*, *Redes.com*, etc. Miembro del Grupo de Investigación reconocido en Industrias Creativas, Culturales y de la Comunicación (GRIC), así como de las asociaciones científicas REALCODE, ULEPICC o CMFE. Correo electrónico: [jrm@usal.es](mailto:jrm@usal.es)

Alejandro Barranquero es Profesor del Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual en la Universidad Carlos III (Madrid). Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación. Licenciado en Periodismo y en Comunicación Audiovisual y Doctor en Comunicación en la Universidad de Málaga. Sus líneas de investigación comprenden: la comunicación para el desarrollo y el cambio

social; los procesos críticos de educación y alfabetización de/con/sobre medios (edukomunikación) y los medios comunitarios, alternativos y ciudadanos-. Autor de distintas publicaciones en revistas académicas y libros como *Comunicar*, *Cuadernos.info*, *Palabra Clave*, *Redes.com*, *Diálogos de la Comunicación*, *Development in Practice* o *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Es miembro del Grupo de Investigación Mediación Dialéctica de la Comunicación Social de la Universidad Complutense de Madrid; y director del Proyecto I+D “Los jóvenes y el Tercer Sector de la Comunicación en España” (2014/2015). Correo electrónico: [abarranq@hum.uc3m.es](mailto:abarranq@hum.uc3m.es)

Gloria Rosique Cedillo es Profesora del Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual en la Universidad Carlos III (Madrid). Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación. Licenciada en Comunicación Audiovisual, Máster en Dirección de la Empresa Audiovisual por la Universidad Carlos III y Doctora Europea en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Principales líneas de investigación: Fiscalización ciudadana de los medios, participación ciudadana y contenidos de televisión, sistemas comparados de educación universitaria, el documental audiovisual. Autora de más de una veintena de artículos y capítulos de libros en revistas como: *Cuadernos.info*, *Obra Digital*, *Estudios del Mensaje Periodístico*, *Trípodos*, *Razón y Palabra*, *Historia y Comunicación Social*, etc. Miembro del grupo de investigación PASSET (Periodismo y análisis social: evolución, efectos y tendencias, UC3M) y del grupo de investigación “Periodismo y fuentes de información política en España: relaciones y dinámicas comunicativas”. Coordinadora del grupo de investigación de políticas educativas comparadas en la Universidad del Desarrollo Empresarial y Pedagógico (UNIVDEP). Integrante del Sistema Nacional de Investigadores del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). Correo electrónico: [grosique@hum.uc3m.es](mailto:grosique@hum.uc3m.es)

## **La radiotelevisión pública local en Andalucía: situación actual e incidencia social. Análisis cuantitativo y cualitativo de las emisoras de la provincia de Cádiz**

*Local public broadcasting in Andalusia: present situation and social impact. Quantitative and qualitative analysis of the radio stations in the province of Cádiz*

Gonzalo Ceballos Castro, Universidad de Cádiz  
Víctor Manuel Marí Sáez, Universidad de Cádiz  
Belén Macías Varela, Universidad de Cádiz

### **Resumen**

Esta comunicación tiene como principal objetivo la presentación de los resultados obtenidos hasta la fecha en el proyecto del Plan Nacional I+D+I CSO2011-29195: La radiotelevisión pública local en Andalucía: situación actual e incidencia social. El proyecto, que lleva el mismo título que la presente comunicación, tiene como objetivos principales: 1) conocer la realidad de los medios de comunicación públicos locales (radios y televisiones locales) de la comunidad andaluza para comprobar en qué medida estos medios sirven para propiciar una mayor participación ciudadana; 2) conocer los contenidos que ofertan las emisoras municipales de radio y televisión en Andalucía, teniendo en cuenta, preferentemente, aquellos que responden a los criterios de “servicio público”.

En este sentido, se presentarán los resultados obtenidos hasta la fecha, correspondientes a la provincia de Cádiz. En el nivel cuantitativo se ha elaborado un cuestionario dividido en seis grandes apartados (ficha técnica, programación y contenidos, recursos humanos, equipamiento e instalaciones y financiación) que se ha administrado telefónicamente a los responsables de cada una de las emisoras de la provincia. En el plano cualitativo, se ha aplicado la metodología del estudio de casos para analizar cuatro emisoras representativas de las radios públicas locales gaditanas.

A la vista de los resultados, una de las primeras conclusiones del estudio apunta a la posibilidad de considerar a estos medios públicos locales como termómetros de la calidad democrática de la sociedad andaluza, en general, y de las localidades en las que se ubica cada uno de estos medios, en particular. Los medios públicos locales, también denominados medios del Tercer Sector, se sitúan en un juego de fuerzas que amplía o limita las posibilidades de participación y de deliberación de la ciudadanía.

Los resultados preliminares del proyecto apuntan en varios sentidos: 1) a un predominio de las fuerzas del mercado a la hora de orientar las políticas y las prácticas comunicativas de los medios públicos locales de Andalucía; 2) a una infrautilización de los medios públicos locales por parte del poder político local, que no termina de aprovechar las potencialidades de servicio público y de participación ciudadana de estos medios y 3) a un escaso “empoderamiento comunicativo de la ciudadanía” (Chaparro, 2007), que solamente en un reducido número de las localidades estudiadas está aprovechando estos medios para ejercer cotidianamente sus derechos en el campo comunicacional.

### **Palabras clave**

Medios públicos locales; Tercer Sector de la comunicación; Análisis cuantitativo y cualitativo.

### **Abstract**

*The main objective of this paper is present the results obtained in the Project of the National Plan I + D + I CSO2011-29195: Local public broadcasting in Andalusia: present situation and social impact. The project, which bears the same title as the present paper, has as main objectives: 1) know the reality of the local public media (local radio and television) of Andalusia, to check to what extent they serve to promote a greater citizen participation; 2) know the contents that local radio and television in Andalusia offer, considering, preferably, who answer the criteria of “public service”.*

*In this sense, we will present the results obtained in the province of Cadiz to date. At the quantitative level, we have developed a questionnaire divided in six main sections (specification sheet, programming and contents, human resources, equipment and facilities and financing) that has been administered by telephone to the responsible for each of the radio stations in the province. In qualitative terms, we applied a case study methodology to analyze four representative stations of local public radio of Cadiz.*

*Based on the results, one of the first conclusions is the possibility of considering these local public media as thermometers of democratic quality of Andalusian society in general, and the locality where each is located such media, in particular. The local public media, also called Third Sector media, are placed in a game of forces which broad or limit the possibilities of citizens' participation and deliberation.*

*Preliminary results of the project suggest several directions: 1) a predominance of market forces when guiding policies and communicative practices of local public media of Andalusia; 2) a underuse of local public media by the local political power, which do not take advantage of the potential of public service and citizen participation of these media and 3) a poor “communicative empowerment of citizenship” (Chaparro, 2007), as only in a small number of the studied localities they are leveraging these media to exercise their rights in communication field daily.*

### **Keywords**

*Local public media; Third Sector of communication; quantitative and qualitative analysis.*

### **Agradecimientos**

Este artículo se encuadra dentro del Proyecto del Plan Nacional I+D+I CSO2011-29195 del Ministerio de Economía y Competitividad: “La radio y la televisión local en Andalucía: situación actual e incidencia social”, el cual es dirigido por el Dr. Manuel Chaparro Escudero (IP).

### **Biografía**

Gonzalo Ceballos Castro es Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, Máster Interuniversitario en Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz. Miembro del Grupo de investigación Comunicación y Ciudadanía Digital de la Universidad de Cádiz. Miembro de la Secretaría de Redacción de la revista *Commons*. Colaborador en el equipo investigador de la UCA Comunicación y Ciudadanía Digital que integra el equipo del Plan Nacional I+D+i CSO2011-29195: La radiotelevisión pública local en Andalucía: situación actual e incidencia social. Investigador Principal: Dr. Manuel Chaparro Escudero (Universidad de Málaga-UMA). En la actualidad realiza el Doctorado Interuniversitario en Comunicación en la Universidad de Cádiz. Correo electrónico: [gonzalo.ceballoscastro@mail.uca.es](mailto:gonzalo.ceballoscastro@mail.uca.es)



Víctor Manuel Marí Sáez es Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y Premio Extraordinario de doctorado en Periodismo por la Universidad de Sevilla. Director del Grupo de investigación Comunicación y Ciudadanía Digital de la Universidad de Cádiz y la revista *Commons* editada por este mismo grupo. Actualmente es profesor Contratado Doctor en la Universidad de Cádiz en el Departamento de Marketing y Comunicación. Participa con asiduidad en postgrados especializados en comunicación de varias universidades españolas. Ha realizado estancias de investigación en la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (El Salvador), en la Universidad de Temuco (Chile) y en la Universidad de Roskilde (Dinamarca). Ha formado parte en la coordinación y dirección de investigaciones sociológicas como experto en investigación social y comunicación en diferentes proyectos. Ha desarrollado sus funciones como investigador participante en diferentes proyectos como planes nacionales de I+D+I y en proyectos de investigación de excelencia de la Junta de Andalucía. Como investigador principal ha desarrollado un proyecto para la Agencia española de Cooperación Internacional al Desarrollo (AECID). Autor de una amplia producción artículos, libros y colaboraciones sobre comunicación, nuevas tecnologías, movimientos sociales, participación; ONG; artículos publicados en revistas nacionales e internacionales especializadas en la materia. Correo electrónico: [victor.mari@uca.es](mailto:victor.mari@uca.es)

Belén Macías Varela es Diplomada en Turismo y Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Cádiz. Durante sus estudios universitarios ha realizado prácticas en Madrid en seis de las agencias de más prestigio a nivel creativo, gracias a ser seleccionada por el Club de Creativos a nivel nacional. Máster Interuniversitario en Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz. Actualmente se encuentra realizando su Tesis Doctoral, es profesora contratada del Departamento de Marketing y Comunicación de la Universidad de Cádiz y miembro del Grupo de investigación Comunicación y Ciudadanía Digital. Ha realizado varias publicaciones y comunicaciones a congresos, nacionales e internacionales, además de estancias en otras universidades. Correo electrónico: [belen.macias@uca.es](mailto:belen.macias@uca.es)



## **Laboratorio de Innovación Periodística: Contribución de la “indisciplina” y de la “multidisciplinariedad” ante la crisis de los medios**

### ***Journalism Innovation Lab: The contributions of “indiscipline” and “Multidisciplinarity” with regards to the crisis of media***

Alfredo Casares Corrales, Laboratorio de Innovación periodística de Diario de Navarra  
Leila Chivite Matthews, Laboratorio de Innovación periodística de Diario de Navarra

#### **Resumen**

El mundo global es cada vez más complejo y cambia rápidamente; la vida es cada vez más indisciplinada. Requiere de una mirada amplia y diversa, capaz de relacionar y explicar lo que sucede de forma valiosa para los ciudadanos.

Esta idea pone en marcha la experiencia social y profesional del Laboratorio de Innovación Periodística de Diario de Navarra (DN Lab) que presentamos ahora en este artículo. Una experiencia que parte de la “multidisciplinariedad” y la “indisciplinabilidad” con el objetivo de contribuir a la búsqueda de respuestas a la crisis del periodismo actual.

Nuestra labor consiste en poner a prueba nuevas formas de informar que combinen el conocimiento, el contenido, la tecnología a través del periodismo de datos y nuevas narrativas audiovisuales; investigar para contribuir a transformar nuestra forma de trabajar y desarrollar proyectos que atiendan las necesidades de los ciudadanos.

Nuestra hipótesis es que desde el interior de los medios de comunicación de masas es difícil generar y dar vida a procesos multidisciplinares y que resulta necesario diseñar un modelo de trabajo nuevo, autónomo, más ágil y libre a la hora de actuar. Nos preguntamos si sería posible construir e implantar un modelo de redacción transdisciplinar donde convivan miradas diversas en un equipo, y organizarlas alrededor de la comunidad.

Utilizamos la metodología *Design Thinking* de investigación y desarrollo en la elaboración de nuestros proyectos, un método de innovación que propone la resolución de problemas a través de la creatividad y el método científico.

Esperamos que esta experiencia aporte métodos y procesos que se incorporen a la experiencia práctica del medio. Crear relaciones de trabajo con diferentes universidades y otras instituciones, así como contribuir en hacer de DN Lab una herramienta capaz de ayudarnos a generar y compartir conocimiento sobre las comunidades transformándolo en acciones hacia un mejor periodismo.

#### **Palabras clave**

Periodismo; indisciplina; multidisciplinariedad; laboratorio; innovación.

#### **Abstract**

*The global world is increasingly complex and it changes quickly. Life is becoming more undisciplined. It requires a broad and diverse outlook capable of relating and explaining events in a valuable way for citizens.*

*The social and professional experience of the Journalistic Innovation Lab of the Diario de Navarra (DN Lab), which we present in this article, is based on this idea. This experience is based on “multidisciplinarity” and “indiscipline” in order to contribute to find answers to the current crisis of journalism.*

*Our job consists on testing new ways of informing citizens which combine knowledge, contents and technology through data journalism and new audiovisual*

*narratives; researching to contribute to a change in the way we work and developing projects that meet the citizens' needs.*

*Our hypothesis is that it is very difficult to generate and bring to life multidisciplinary processes from inside the mass media and it is necessary to design a new model of work that is autonomous, more flexible and free to act. We wonder if it would be possible to build and implant a model for transdisciplinary writing and editing where different points of view coexist in the same team and to organize them around community.*

*We use the Design Thinking research and development methodology to create our projects. This method of innovation proposes solving problems through creativity and scientific method.*

*We hope that this experience provides methods and processes that can be incorporated into the practice of the media and can create working connections with different universities and other institutions, as well as contribute to make DN Lab a tool capable of helping us create and share knowledge about communities and transform it into actions which lead to a better journalism.*

### **Keywords**

*Journalism; indiscipline; multidisciplinary; laboratory; innovation.*

### **Agradecimientos**

Queremos mostrar nuestro agradecimiento a las personas que forman parte del equipo del Laboratorio de Innovación Periodística: Ramaris Albert, Yulen Garmendia, Andrés Juárez y Ana López; así como a los estudiantes que han participado en el proyecto Pamplona 24 horas: Luis Sáenz Esteruelas, Javier Romero Arbizu, Iñaki Abárzuza Carrascosa, Iñigo Zunzarren San Martín y Carlos Yániz Madurga.

Nos gustaría mencionar en especial a Javier Erro Sala, profesor del Departamento de Sociología de la Universidad Pública de Navarra, por creer en el proyecto y animarnos a presentar nuestra experiencia en este congreso.

### **Biografía**

Alfredo Casares Corrales es Fundador y Director del Laboratorio de innovación periodística de Diario de Navarra. He trabajado en Diario de Navarra, en El Corte Inglés y en El nuevo Herald (Miami, Estados Unidos). Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra. Master en Administración y Dirección de Empresas. He cursado un posgrado en Marketing y programas de desarrollo directivo y alta dirección en el IE Business School y en el Center for Creative Leadership (Greensboro, Estados Unidos). Ha sido profesor asociado de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, profesor del Diploma en Gestión y Creación de Empresas de la facultad de Ciencias de la Universidad de Navarra y profesor de Dirección Estratégica en el MBA Internacional en Foro Europeo Escuela de Negocios. Correo electrónico: [alfredo.casares@lainformacion-sa.com](mailto:alfredo.casares@lainformacion-sa.com)

Leila Chivite Matthews es Graduada en Sociología Aplicada por la Universidad Pública de Navarra, con mención en Análisis de Tendencias. Delegada y representante estudiantil tanto en el Departamento de Sociología como en la Facultad de Humanas de 2011-2014. Miembro de la Comisión de Garantía de la Calidad de la Facultad en 2014. Encargada de la coordinación de los proyectos de Innovación Periodística del

Laboratorio de Diario de Navarra desde septiembre de 2014. Coautora de tres comunicaciones para congresos: *Elaboración de un modelo comunicativo educador para las organizaciones no gubernamentales de cooperación internacional para el desarrollo (ONGD)* en el XI Congreso Español de Sociología (Madrid 2013), *Los vínculos entre comunicar y educar en los debates en torno a una nueva educación para el desarrollo* presentada en la XVII Conferencia de Sociología de la Educación (Bilbao 2014) y *La crisis como problema de comunicación: desafíos para el análisis sociológico* en el Congreso Internacional ¿Qué dicen las ciencias sociales sobre la crisis? (Bilbao, 2014). Correo electrónico: [leila.chivite@diariodenavarra.es](mailto:leila.chivite@diariodenavarra.es)

## **Dinámicas de la comunicación para el cambio social en coyuntura: la experiencia de Wayruro Comunicación Popular (Jujuy, Noroeste Argentino, 1994-2014)**

*Dynamics of communication for social change in context: the experience of Wayruro Comunicación Popular (Jujuy, northwestern Argentina, 1994-2014)*

Alejandra García Vargas, Universidad Nacional de Salta y Universidad Nacional de Jujuy (Argentina)

### **Resumen**

Proponemos analizar la dinámica del colectivo Wayruro Comunicación Popular (Jujuy, Argentina) como experiencia de comunicación para el cambio social. Se propone un enfoque interpretativo que integra diferentes métodos en el marco del análisis cultural.

Durante los últimos veinte años, *Wayruro* ha realizado videos, documentales y programas de televisión para numerosos canales argentinos y de Sudamérica. A lo que se suma, la publicación de la revista del mismo nombre, el desarrollo y organización de la muestra Vídeo Jujuy Cortos y numerosas experiencias de encuentro alrededor de la comunicación popular. Actualmente, este colectivo trabaja en el canal-escuela Kallpa y organiza su tarea en tres ejes: producción, capacitación e investigación.

La producción de *Wayruro* forma parte del documental militante, de larga historia en Latinoamérica, tanto en las posiciones frente a discursos mediáticos más visibles y hegemónicos como en el uso del testimonio.

La dinámica de este colectivo se entretiene con los enfoques teóricos sobre la comunicación para el cambio social de manera específica y desde una experiencia doblemente excéntrica, ya que no sólo es latinoamericana sino que está ubicada en un área no-metropolitana de la región sur andina de Argentina. Esta trayectoria se ha visto influenciada a nivel coyuntural por las transformaciones producidas en la Argentina a partir de la sanción de la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual y las políticas a ella asociadas. También se señalan las diferencias en relación al surgimiento de *Wayruro* durante el clímax de la aplicación del modelo neoliberal en este país.

### **Palabras clave:**

Discursos audiovisuales alternativos; documental militante; *Wayruro* Comunicación Popular; Noroeste Argentino; dinámica y coyuntura.

### **Abstract**

*We would analyse the dynamics of the collective Popular Communication Wayruro (Jujuy, Argentina), as a situated experience for social change. Using a cultural analysis framework we propose an interpretative focus that integrates different methods under a dynamic perspective.*

*During the last twenty years, and in the context of an ongoing concern for communication for social change, Wayruro has made videos, documentaries and television programmes for many channels in Argentine and South America, published a magazine under the same name, generated and sustained the sample Jujuy Video Shorts, and has integrated numerous meeting experiences around popular communication. Currently, this group is working in the Canal-Escuela Kallpa and it organizes its work on three axes: production, training and research.*

*Wayruro's production is part of the Militant Documentary, of long history in Latin America, in as much for its positions against the more visible and hegemonic*

*media discourses, as for its use of the testimony. At the same time, their experience is part of communication for social change.*

*The dynamics of this collective interweaves with that general framework in a specific manner and from a double eccentric experience, since it is not only Latin American but it is located in a non-metropolitan area of the southern Andean region of Argentina. Their work articulates both the changes derived from Argentina's sanction of the 26522 law of Audio-visual Communication Services and the policies associated with it, and differences with the emergence of Wayruro during the climax of the neoliberal model implemented in this country.*

### **Keywords**

*Alternative audio-visual discourse; militant documentary: Wayruro Popular Communication; Northwest Argentina; dynamic and context.*

### **Agradecimientos**

Agradezco a los compañeros y compañeras de Wayruro Comunicación Popular por compartir su experiencia para la realización de este trabajo; y a Alejandro Barranquero y Moncho Burgos por su imprescindible colaboración en mi postulación para la beca de la Secretaría de Políticas Universitarias de Argentina que me posibilita la presentación en este encuentro.

### **Biografía**

Alejandra García Vargas es Licenciada en Comunicación Social y Doctoranda en Comunicación por la Universidad Nacional de Córdoba, ha realizado estudios de formación especializada en el Departamento de Sociología de City University (Londres, Reino Unido). Profesora adjunta a cargo de cátedras de la Carrera de Comunicación Social en la FHyCS (UNJu) y la FH (UNSa). Secretaria del Área Académica de Derechos Humanos y Género (FHyCS, UNJu) y Secretaria General de la Red de Carreras de Comunicación de Argentina (REDCOM). Como directora, investigadora o técnica, ha participado o participa en proyectos financiados por SECTER/UNJu, CONICET, ANPCYT, UNICEF, PNUD y City University. Es investigadora de la Unidad de Investigación en Comunicación, Cultura y Sociedad; y miembro de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIIC), donde coordina el Grupo de Trabajo N° 15 (Comunicación y Ciudad). Trabaja en el área de Comunicación/Cultura y en Políticas de la Comunicación, vinculando ambos espacios en el marco de los estudios culturales urbanos y las narrativas audiovisuales.

**Activismo ciudadano en torno al derecho a la comunicación. Una iniciativa online para el análisis de los medios en España<sup>1</sup>**  
*Citizen activism around the right to communication. An online initiative for the analysis of the media in Spain*

Alejandro Barranquero Carretero, Universidad Carlos III de Madrid  
Alex Iván Arévalo Salinas, Universitat Jaume I de Castellón  
Belén Macías Varela, Universidad de Cádiz  
Gonzalo Ceballos Castro, Universidad de Cádiz  
Miguel Ángel Moreno Ramos, eldiario.es

**Resumen**

La comunicación que presentamos en este congreso versa sobre la creación, desarrollo y resultados de la segunda edición de los Premios Ciudadanos Enfocados/Desenfocados al Periodismo en España. Estos galardones son una iniciativa de la Coordinadora ONG para el Desarrollo España; tres grupos de investigación de universidades públicas y la Federación de Sindicatos de Periodistas (FESP). El objetivo es destacar la labor de profesionales del periodismo, secciones/programas y medios comprometidos con la defensa de ciertas problemáticas sociales (“enfocados”), así como de prácticas periodísticas que desalientan (“desenfocados”) un compromiso con los derechos humanos, la justicia social y ecológica, o la lucha contra la inequidad en distintos terrenos. La metodología parte de diferentes oleadas de encuestas, en todas las cuales destaca la creciente participación ciudadana. Con ello, la ciudadanía se hace partícipe del debate sobre la calidad de los medios y es, en último término, quien fiscaliza la labor de los profesionales y el sistema de medios de nuestro país.

**Palabras clave**

Empoderamiento ciudadano; periodismo humano; medios sociales; comunicación para el cambio social; derecho a la comunicación.

**Abstract**

*This article describes the creation, development and results of the second edition of the Framed/Unframed Citizen Journalism Awards in Spain. These are an initiative of the NGO Coordinator for Development Spain; the research group Comunicación y Ciudadanía Digital at the University of Cádiz (UCA); the Institute para la Investigación y la Paz of the Universitat Jaume I of Castellón (UJI); and the research group Investigación en Comunicación y Cambio of Madrid (UC3M); and the Journalists Union Federation of Journalists (FESP). The objective is to highlight journalists' work, sections/programs and media that are committed with (“framed”) or discourage (“unframed”) human rights, social and ecological justice, and the fight against inequality in various fields. Methodology is based on surveys addressed to Spanish citizens, who assume a task of accountability of the media system and professionals.*

---

<sup>1</sup>Este trabajo se inscribe dentro de las líneas de investigación de los proyectos: CSO2012-34066 “Evaluación e indicadores de sensibilidad moral en la comunicación actual de los movimientos sociales” del Ministerio de Economía y Competitividad de España; el P1 1A2012-05 “De víctimas a indignados. Visibilidad mediática, migración de imágenes, espectacularización de los conflictos y procesos de transformación social hacia una cultura de paz”, del Plan de Promoción de la Investigación de la Universitat Jaume I de Castellón; y el EuropeAid/131141/C/ACT/Multi “Comunicar en red para el Desarrollo/ Communiquer en réseaupour le développement”, de la Comisión Europea, coordinado por Federación Catalana de ONGD.



### **Keywords**

*Citizen empowerment; human journalism; social media; communication for social change; communication rights.*

### **Biografía**

Alejandro Barranquero Carretero es Profesor e Investigador en el Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid. Doctor en Periodismo y Licenciado en Periodismo y en Comunicación Audiovisual en la Universidad de Málaga, forma parte del Grupo de investigación Mediación Dialéctica de la Comunicación Social (MDCS) en la Universidad Complutense de Madrid: Correo electrónico: [abarranq@hum.uc3m.es](mailto:abarranq@hum.uc3m.es).

Alex Iván Arévalo Salinas es Personal Docente e Investigador del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I de Castellón. También miembro del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz (IUDESP) de la Universitat Jaume I de Castellón. Doctor en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo. Licenciado en Periodismo en la Universidad de Playa Ancha, Chile. Correo electrónico: [aarevalo@uji.es](mailto:aarevalo@uji.es)

Belén Macías Varela es Profesora e Investigadora del grupo Comunicación y Ciudadanía Digital de la Universidad de Cádiz. Master Interuniversitario en Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz. Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad de Cádiz. Correo electrónico: [belen.macias@uca.es](mailto:belen.macias@uca.es)

Gonzalo Ceballos Castro es Investigador del grupo Comunicación y Ciudadanía Digital de la Universidad de Cádiz. Máster Interuniversitario en Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz. Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad de Cádiz. Correo electrónico: [gonzalo.ceballoscastro@mail.uca.es](mailto:gonzalo.ceballoscastro@mail.uca.es)

Miguel Ángel Moreno Ramos es Investigador y Periodista. Redactor *freelance* de EFE empresas, Eldiario.es y Mayhem Revista. Licenciado en Periodismo y Comunicación Audiovisual Universidad Carlos III. Correo electrónico: [miguel29moreno@gmail.com](mailto:miguel29moreno@gmail.com)