

Relaciones Públicas ciudadanas. Actores, discursos y construcción de identidad de movimientos contra los desahucios en España

*Citizen Public Relations. Actors, speeches and
identity construction of movements against
evictions in Spain*

5

ARTÍCULO



Andrea Leticia Quintana Pujalte

Universidad de Málaga

Doctoranda en el Programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación, de las Universidades de Sevilla, Málaga, Huelva y Cádiz. Máster Universitario en Gestión Estratégica e Innovación en la Comunicación, por la Universidad de Málaga. Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional del Nordeste-Argentina. Docente universitaria.

leticiaquintanap@gmail.com

Antonio Castillo Esparcia

Facultad de Comunicación
Universidad de Málaga

Catedrático de la Universidad de Málaga. Director del Máster Gestión Estratégica e Innovación en Comunicación impartido en las Universidades de Málaga y Cádiz. Presidente de la Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas (AIRP). Líneas de investigación: Relaciones Públicas, Comunicación Empresarial, Comunicación Política e Investigación en Comunicación.

acastilloe@uma.es
ORCID: 0000-0002-9751-8628

Maria del Carmen Carreton Ballester

Universidad de Alicante

Profesora Titular de Universidad de Planificación de las Relaciones Públicas. Sus líneas de trabajo se centran en la investigación en relaciones públicas, relaciones con las minorías y responsabilidad social en los ámbitos social y sanitario. Cuenta con más de 30 contribuciones científicas entre capítulos de libro y artículos en revistas y dirige un grupo de investigación en la Universidad de Alicante que ha promovido diferentes proyectos competitivos.

mc.carreton@ua.es

ORCID: 0000-0002-4851-9683

Fecha de recepción: 10 de marzo de 2018 / Aceptación: 16 de abril de 2018

Resumen

La crisis económica de España ha supuesto un aumento de los flujos de comunicación política entre instituciones públicas, medios de comunicación y actores políticos. El contexto de este estudio se centra entre los años 2011-2013, período en el cual España estaba inmersa en un escenario de crisis. En este escenario, se indaga sobre quiénes fueron los actores y los discursos que participaron del proceso de construcción de Opinión Pública respecto de los desahucios en España. Y de qué modo se manifestaron simbólicamente los actores en el espacio público político.

A partir del análisis crítico del discurso realizado sobre 1002 unidades de análisis durante el periodo 2011-2013 en España, puede afirmarse que la interpretación hegemónica para la construcción de la opinión pública y la influencia en esta, dadas por el discurso político de la prensa, estuvo guiada en mayor medida por la construcción de la identidad de los afectados como producto de una situación circunstancial en la que fueron engañados, de los indignados desde una postura negativa que condena sus estrategias de acción y de la banca como un actor político que se construye de modo similar

en los diarios analizados: como el representante de la estabilidad económica y financiera, y no como uno de los principales artífices de la crisis económica y de vivienda que vivía España.

PALABRAS CLAVE

Desahucios, construcción discurso, movimientos sociales, relaciones públicas ciudadanas.

Abstract

The economic crisis in Spain has led to an increase in the flow of political communication between public institutions, the media and political actors. The context of this study focuses on the years 2011-2013, period in which Spain was immersed in a crisis scenario. In this scenario, it is inquired about who were the actors and the speeches that participated in the process of construction of Public Opinion regarding the evictions in Spain. And in what way did the actors manifest themselves symbolically in the public political space.

From the critical analysis of the speech made on 1002 units of analysis during the period 2011-2013 in Spain, it can be said that the hegemonic interpretation for the construction of public opinion and the influence on it, given by the political discourse of the press, was guided to a greater

extent by the construction of the identity of those affected as a result of a circumstantial situation in which they were deceived, of the indignant from a negative stance that condemns their action strategies and banking as a political actor that is constructed similarly in the newspapers analyzed: as the representative of economic and financial

stability, and not as one of the main architects of the economic and housing crisis that Spain was experiencing.

KEYWORDS

Evictions, construction of the speech, social movements, citizen public relations.

1. INTRODUCCIÓN

El papel de la comunicación política supone uno de los elementos más relevantes en el proceso de crisis económica ocurrido en España. Diversos autores (Parrilla, Almirón y Xifra, 2016; Castillo-Esparcia, Smolak y Fernández-Souto, 2017) han resaltado la participación de actores institucionales y sociales en los procesos de formulación, formación e implementación de políticas públicas. Atentos a los sucesos que desarrollaron y construyeron la crisis como significativo, realizamos un análisis desde una perspectiva marcada por el análisis crítico del discurso.

El proceso de comunicación política que nos interesa estudiar tiene como foco a los actores y discursos plasmados en los dispositivos de producción de sentido, como son los medios masivos de comunicación. Esto significa una búsqueda por comprender y desvelar los valores que se ponen en juego en una sociedad, en un momento histórico dado a través de los discursos sociales de los actores sociales que se han visto afectados por las decisiones institucionales como es la Plataforma de Afectados por las Hipotecas.

Consideramos que vale describir y analizar cómo se relaciona la comunicación y la política, a través de la indagación sobre quiénes son los actores y los discursos que participaron del proceso de construcción de Opinión Pública al

respecto de los desahucios en España, vistos desde una perspectiva marcada por el análisis crítico del discurso.

Es fundamental entender que los desahucios en España comienzan a significar una de las peores caras de la crisis desde el año 2009. El primer trimestre de ese año, 8626 familias son desahuciadas por no poder pagar la hipoteca u otras deudas; para 2011, la cifra de desahucios casi se duplica alcanzando los 15.491 casos. Esa tendencia continúa y se intensifica y, en 2012 la banca se queda con 30.034 primeras viviendas por impago de hipotecas (Colegio de Registradores de España, 2012).

Este alarmante contexto social lleva a que –debido a las protestas y reclamos de los ciudadanos afectados y de otros que los acompañaban– se sancione la Ley 1/2013 del 14 de mayo, de Medidas para reforzar la protección a los deudores hipotecarios, reestructuración de deuda y alquiler social (BOE, A-2013-5073).

La unidad de análisis (UA) de este estudio está formada por artículos periodísticos publicados en los cuatro diarios de mayor difusión en España, que tienen, como acontecimiento central, el problema de los desahucios en el país a partir de impagos de la hipoteca en los años 2011, 2012 y, hasta septiembre de 2013. Se recogen noticias, crónicas informativas, columnas y artículos de opinión que contienen en su discurso este tema en particular, donde se busca identificar prácticas y acciones de los actores

políticos que formaron parte, y construyeron ciertas representaciones a partir de esquemas colectivos de interpretación.

Al hablar de los discursos sociales es fundamental nombrar a Verón (2004). Más allá de que ciertos aspectos de su bagaje teórico no son tomados como método de análisis o categorías pertinentes en el marco de este estudio, cabe destacar que el aporte de Verón para encarar todo estudio semiótico es fundamental y, en particular, por la manera en que piensa su disciplina y los discursos en la sociedad. Por lo tanto, su articulación al marco teórico que sustentó estas reflexiones se hace explícito en el modo de “ver” la producción de sentido, y en el modo de concebir la construcción del acontecimiento en el discurso mediático.

El autor plantea estudiar la discursividad como un proceso de producción, circulación y reconocimiento; y dice que para poder identificar este proceso, el semiólogo debe basarse en los productos, es decir, en los discursos que se entrelazan en la sociedad, lo cuales generan continuamente sentidos.

La ruptura que significa el pensamiento de Verón con la lingüística estructuralista saussureana se asienta en la concepción ternaria de la significación, según comenta Marafioti (2002), a partir de los aportes epistemológicos de Frege y por supuesto de Ch. Sanders Peirce. De esta manera, Verón se posa sobre la problemática de “la materialidad del sentido y la construcción de lo real en la red de la semiosis” (Marafioti, 2002, p.94).

En esta línea de ideas, nos enfocamos en el discurso como objeto de estudio porque construye lo real y porque es uno de los rasgos más propios de lo humano que nos diferencia de otros seres vivos (Aranguren, 2003) luego de la razón y el espíritu; implica la capacidad de comunicar, de entender, de querer y de elegir.

A través de la habilidad de generar y de interpretar discursos, los individuos de la raza humana se constituyen como seres únicos e irrepetibles. Pero este proceso, solo comienza una vez de que existe el encuentro con el “otro”, una vez que la comunicación y el diálogo se entabla a partir de la interacción. Desde lo político podríamos decir, siguiendo a Hannah Arendt, que la capacidad de comunicación es parte de lo que nos construye como seres políticos en la sociedad, es parte de nuestra condición humana (Arendt, 1993).

Entendemos también que la construcción de identidad está íntimamente vinculada a la capacidad de representarse simbólicamente a través del discurso (Arendt, 1993; desde una perspectiva radical, Mouffe, 1999), de auto denominarse como un “yo” frente a un “tu” al que se apela (Benveniste, 1971), a partir de la enunciación. La construcción de la identidad significa también la capacidad de auto definirse a partir de esquemas ideológicos colectivos compartidos, que se manifiestan a través del discurso y son producto de una serie de complejas relaciones entre sociedad-cognición-discurso (Van Dijk, 1999).

Bajo estas premisas, siguiendo nuevamente a Verón (1987a), entendemos el discurso político como una lucha entre enunciados, es decir, que en todo discurso considerado político, existe una fuerte dimensión polémica. En este sentido, la indagación que presentamos pretende identificar en los enunciados aquellas marcas que establecen tanto a los adversarios como a los modelos ideales del “nosotros” de los actores que realizan sus acciones y prácticas en el mundo posible mediático. Este “nosotros” es entendido como generador de identidad a partir de la palabra, crucial para el ejercicio del poder y del establecimiento de sentidos hegemónicos.

Hablamos de actores desde la perspectiva de una sociología estructural constructivista, la cual estudia las prácticas y acciones de los actores en tanto acciones cargadas de significación, quienes se establecen como tales a partir de la interacción con otros actores, y generan luchas simbólicas en el espacio social.

Pierre Bourdieu considera la acción de los agentes sociales como algo que es decidido por estos, diferenciándose así de las visiones parsonianas, por un lado, y marxistas por el otro (Chihu Amaprán, 1998). Entendemos junto con Bourdieu (1989) y con Touraine (2006) que los actores no solo tienen intereses económicos, sino también simbólicos, y estos intereses determinan sus acciones. Estas acciones serán definitorias para interpretar en los textos las representaciones simbólicas que validan el escenario de crisis y que generarían cierta interpretación hegemónica acerca de los desahucios.

Vale destacar que los discursos mediáticos son “formas de discurso público” (Van Dijk, 1997, p.9) insertos en medios de comunicación masiva, entendidos estos como sedes de poder y enfrentamiento político. Para el autor, “los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la reproducción de la hegemonía y del control moderno basado en el consenso y estructurado ideológicamente” (Van Dijk, 1997, p.54).

En este sentido, lo “público” lleva a reflexionar la manera en que se constituyen los actores políticos a través del discurso, su identidad en el espacio mediático y a su vez, cómo se instalan los periódicos en tanto actores políticos (Borrat, 1989) a partir de un discurso propio, a sabiendas de su privilegiada posición para el establecimiento de interpretaciones hegemónicas por su papel en la mediación entre la política y la opinión pública .

Es en este punto en que destacamos cómo se construye la opinión pública en momentos de crisis, para descubrir estrategias que se planifican y ejecutan desde los lugares donde se detenta el poder. En este sentido, el problema de los desahucios ha significado un acontecimiento noticioso de amplio tratamiento por los medios y es, sobre este eje y las posiciones de los actores al respecto, que podemos buscar y desvelar esas posibles estrategias.

Tomamos como eje de análisis el acontecimiento y cómo se encuadrada desde los medios a partir del énfasis que hacen de éstos y las fuentes que toman de referencia.

Entendemos, siguiendo a Verón (1987b), que los medios construyen acontecimientos a partir de su enunciación, desde la cual se puede interpretar su posicionamiento respecto del hecho que devino en acontecimiento y luego en noticia, ya que en el proceso de mediatización se recorta, enfatiza y esquematiza según los intereses del medio, produciéndose así una construcción particular de la realidad, la cual es percibida por los lectores de los medios bajo el pacto o contrato de que la prensa habla “con la verdad”, constituyéndose así un mundo posible mediático.

Los mundos posibles que crea el discurso mediático son fundamentales para aproximarse a la particular influencia que tienen los medios en la interpretación de la realidad ya que:

Suministra al lector un conjunto de informaciones simplificadas y estereotipadas que presuponen un trabajo de selección, interpretación y ensamblaje. En este sentido el mundo posible mediático también es parasitario, porque las propiedades de los objetos de la información que predica muy a menudo no son explicitadas y el lector las da

por descontadas en el mundo 'real' (Escudero, 1996, p.51).

Por todo lo mencionado, entendemos que la capacidad del campo periodístico de nominar e imponer representaciones juega, por lo tanto, un importante papel en el campo de la política, el cual debe ser analizado e interpretado desde las ciencias sociales y, particularmente, desde la comunicación.

Analizamos a los actores en los periódicos seleccionados e indagamos la interacción entre éstos y otros actores. Se hace foco en sus prácticas y comportamientos para identificar corrientes y fuerzas que inciden en las decisiones políticas que se toman y en la construcción de sentido que se muestran hegemónicas y naturalizadas.

Al poner de relieve la importancia de la acción y el discurso en el ámbito político y su vinculación con la constitución de la identidad, debemos destacar el bagaje teórico de Arendt, quien manifiesta en una de sus obras más leídas y citadas, que "mediante la acción y el discurso, los hombres muestran quiénes son, revelan activamente su única y personal identidad y hacen su aparición en el mundo humano" (Arendt, 1993, p. 203).

En tiempos considerados de crisis, como la que atraviesa España desde 2007, la importancia del discurso político de los medios se vuelve medular para identificar e interpretar quiénes son y cómo se manifiestan los actores políticos a través de la prensa y qué sentidos de lo real construyen. Esos voceros son, a su vez, quienes dan la pauta sobre el modo de interpretar los acontecimientos.

El discurso de la prensa se vuelve complejo, ya que son dispositivos donde se plasman las representaciones simbólicas de carácter público -como lo son los acontecimientos políticos-

pero también, el medio "media" entre el ambiente social y el sistema político y desarrolla aquí su "función y contribución a la vida política" (Gomis, 1987, p. 61). El poder del discurso de la prensa es, por lo tanto, indiscutible ya que a partir de sus lógicas de producción introduce a aquellos quienes deben ser considerados por la opinión pública como voceros autorizados para ser parte de un diálogo. Pero su intervención y la construcción de éstos voceros y sus discursos, surgen de un posicionamiento ideológico del medio y de sus relaciones con otros actores políticos.

Bajo estos términos, cabe destacar otra premisa que rige a lo largo de esta investigación y es la de entender a los medios como constructores de realidad social. No como espejos objetivos de lo que sucede, sino como agentes influidos por intereses empresariales y políticos, que sesgan el discurso publicado y que tematizan los acontecimientos a partir de lógicas subjetivas de producción periodística.

En este sentido, consideramos más que vigente la posición de Gomis (1987) cuando asevera que:

Al mediar políticamente, el periódico actúa sobre el sistema político en respuesta a un influjo del ambiente social. Ese ambiente condiciona el contenido del periódico a través de un juego de influencias y sobre entendidos, a menudo inconscientes, en el que participan el medio social y los criterios dominantes de la empresa, el medio social y los criterios dominantes en el público lector del periódico (p. 142).

El condicionamiento del que Gomis nos habla está vinculado justamente a esta imposibilidad de la objetividad de los medios, debido a su compleja imbricación en una estructura social, económica y política en la que son productores

de mercancías y contenidos culturales; posición que determina, en última instancia, aquellos contenidos que van a ser publicados y a la vez el modo en que éstos van a ser tratados desde esquemas profundos que indican a los lectores la posición del medio respecto de estos acontecimientos, a la vez que guían a éstos en el modo de interpretarlos .

2. METODOLOGÍA

Para abordar el análisis, se seleccionan los periódicos españoles de tirada nacional El País, El Mundo y ABC, editados en Madrid y La Vanguardia, editado en Barcelona. Los seleccionamos por su alto nivel de difusión y llegada, de lo cual se presume una fuerte influencia en el campo de lo político.

Tomamos como punto de partida en el recorte temporal general la creación de las Plataformas de Afectados por la Hipoteca (PAH) en Barcelona en 2009–iniciativa que luego se fue desparamando por todo el territorio español-. De modo tal que el período para la indagación del archivo general se toma desde ese año y hasta septiembre de 2013.

Sin embargo, cabe resaltar que los acontecimientos tratados en la prensa sobre desahucios se intensifican en los tres últimos años, donde se comienza a dar mayor tratamiento de la parte más cruda de la crisis inmobiliaria española en los medios y, por lo tanto, a los desahucios; dada la magnitud de los artículos periodísticos que emergen en este último tiempo, entendemos que el corpus en cantidad y en calidad es aún legítimo si nos centramos en los años 2011, 2012 y hasta septiembre de 2013.

Teniendo en cuenta la presencia de estos periódicos en el territorio español, su trayectoria y posicionamiento ideológico, entendemos que

son estos los medios que dialogan con actores fuertes de lo político y con los ciudadanos.

El presente objeto de estudio analiza un total de 1002 notas periodísticas entre noticias, crónicas, columnas y artículos de opinión (como unidades de análisis individuales) que tienen como acontecimiento central el problema de los desahucios en España a partir de impagos de la Hipoteca, en estos cuatro periódicos y en este período de tiempo acotado.

De estas unidades de análisis emergen tres variables cualitativas: el “indignado” como actor político; la “construcción del afectado”; y “la banca como actor político”.

Además, dos géneros periodísticos resultan predominantes a la hora de que estos periódicos aborden el problema de los desahucios: el género informativo (donde incluimos noticias y crónicas de tipo informativo) y el género de opinión (artículos y columnas).

Los actores políticos son aquellos que a partir de sus acciones y prácticas generan influencias en su interacción con otros actores; en esta interacción, se definen identidades, tanto individuales como –lo que más nos interesa- colectivas.

La opinión pública, por su parte, se construye a partir de diálogos entre actores hegemónicos que orientan las interpretaciones, a partir del uso y desarrollo de estrategias de comunicación política.

A partir del corpus, se construyen variables cualitativas que emergen de las estrategias argumentativas y de persuasión de actores políticos en el corpus.

La complejidad del discurso político de la prensa, su rol como actor político y su fuerte influencia en la construcción de éstos en la opinión pública, lleva a reflexionar respecto de

las estrategias argumentativas y de persuasión que encuentran lugar en el mundo posible mediático.

A partir de estas, entendemos que se van construyendo sentidos que se instalan como dominantes, en el período que analizamos y sobre los acontecimientos que nos interesan.

Para mejorar la presentación del análisis y poder dejar claras las huellas encontradas en el corpus, dividimos nuestros hallazgos en variables cualitativas que emergen de la interpretación desde el análisis crítico del discurso. En cada variable, citamos extractos de noticias, crónicas o artículos de opinión y columnas que nos permiten, en tanto productos semióticos, indagar respecto de la construcción de actores políticos y su identidad.

A continuación, se citan pasajes de textos hallados en el corpus, los cuales consideramos clave para aproximarnos a la construcción de los actores políticos y la identidad de estos en el marco histórico, político y social que nos interesa. A su vez, hacemos foco en sus estrategias argumentativas y de persuasión (Van Dijk, 1990) para explorar las posibles interpretaciones que nos ofrecen e identificar el cuadro ideológico (Van Dijk, 1999), a partir del cual establecen su identidad.

3. RESULTADOS

Como primera variable cualitativa, se describe a continuación cómo se construye a los indignados como actores políticos desde el discurso político de la prensa.

En el análisis, hallamos una orientación positiva de parte del discurso político de El País y La Vanguardia hacia la figura de estos nuevos actores políticos en el subcampo político español,

como son los representantes de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca, los aliados del 15M, Democracia Real Ya y Stop Desahucios. Desde la PAH, se vuelve paradigmático el caso de la portavoz de la organización, Ada Colau.

Esta construcción positiva se da de modo general en ambos periódicos, aunque según lo hallado, El País modera su posición desde 2012 y hasta donde llega nuestro análisis en 2013.

En líneas generales podemos decir que mientras el discurso predominante de La Vanguardia y de El País representa a los indignados como actores políticos en pos de una causa mayor, ABC y El Mundo buscan la individualización de la protesta, instalando campos de significaciones negativas respecto a estos actores y despolitizando su reclamo.

Como segunda variable cualitativa, se analiza la construcción de la identidad de los afectados desde el discurso político de la prensa y de otros actores políticos que forman parte del diálogo mediático.

El perfil del afectado resaltando la dimensión de la acción política, en el sentido de que se compromete a ayudar a otros ciudadanos que están pasando o pueden llegar a pasar por un desalojo se muestra, como se menciona antes, más evidente en el discurso político de La Vanguardia y de El País. En El Mundo, se señala en muchas ocasiones el estado civil a los afectados. Esto es llamativo, ya que al medio parece preocuparle establecer si los afectados son separados, divorciados, viudos, si están en segundas parejas, etcétera. Podría existir, debajo de ese interés, una intención que pretende relacionar el perfil de los afectados también con un concepto de familias disfuncionales achicando, de ese modo, el margen de consecuencia de los potenciales desahuciados.

ABC también recoge esta cuestión, y mantiene el campo de significación que se posa en aspectos peligrosos o alarmantes de los afectados.

“El rostro dispar de los desahucios”

“Inocencia Lucha continuaba ayer ingresada en la UCI de una hospital de Valencia. Separada, con 47 años, sin trabajo y con tres hijos a su cargo, no pudo soportar la posibilidad de que un banco le ejecutara un tercer desahucio. Desesperada, el lunes se roció con líquido inflamable y se prendió fuego en el interior de una oficina de Caixa Almassora, la caja rural de la localidad castellanense donde su intento de renegociar la hipoteca resultó en vano. (...)

Había quedado viuda y posteriormente se separó de su segundo marido. Sufre una discapacidad y durante años se dedicó a la venta de cupones”. (ABC, 20/2/2013, p. 27)

La construcción de la identidad de los afectados en esta cita, estaría apoyada en conceptos negativos y una serie de hechos desafortunados que llevan a la desahuciada a tomar ciertas determinaciones. Es decir, que circunscribe el acontecimiento del desahucio como subordinado a los problemas psicológicos de la mujer, desatendiendo el problema social que los desalojos están produciendo y han producido, a esa altura del año 2013.

En la siguiente cita, notamos una diametralmente opuesta construcción de los afectados en el discurso de La Vanguardia:

“Desahucios: una vida desmantelada”

‘No era un dispendio imposible –explica [Judith, desahuciada]–. Vendí mi piso en Vilanova para poder comprar

la parcela, los materiales no eran nada del otro mundo, los muebles los compramos en una fábrica... Nunca creí que estuviera viviendo por encima de mis posibilidades. Yo siempre he trabajado mucho, en negocios, textiles, de turismo, de protocolo... Y siempre he mirado mucho el dinero, no despilfarrar...’.

Lo peor no es el desahucio, lo peor no es el miedo a perder el hogar. Al menos entonces tienes un objetivo claro, algo por lo que dejarte la piel. Lo peor es haberlo perdido, lo que viene después, el vacío que se abre bajo los pies... Y este no es un drama propio de un estrato determinado, es un problema transversal que como un cuchillo atraviesa toda la sociedad y despierta un clamor, una exigencia de cambio”. (La Vanguardia, 7/11/2012, 1)

Tanto a partir del discurso directo que utiliza el medio para representar la postura de la afectada, como a partir de la subjetividad del periodista en las líneas siguientes, percibimos la construcción de la identidad de la afectada como la de una persona racional y educada que buscaba crecer dentro de sus posibilidades económicas, y con el interés por conseguirlo a través del trabajo. También notamos aquí vestigios de una mirada interesada en el después del desahucio, ya dado por sentado.

Luego, quien escribe la crónica parece rebatir a aquellos que buscan circunscribir el problema de los desahucios a ciertas clases o grupos sociales quienes “se aprovecharon de la bonanza económica y se dedicaron al despilfarro”. El/la cronista se apoya en lo dicho por la afectada, de quien podríamos decir que podría pertenecer a un estrato considerado como de clase media. A partir de este contenido persuasivo

que se sustenta en la opinión directa de los protagonistas, quienes se establecen como fuentes directas del/la periodista y “beneficia tanto a la dimensión humana de los sucesos informativos como a la dramática” (Van Dijk, 1990, p.130).

Identificamos en El Mundo, en detrimento de la legitimidad de los reclamos de los afectados, un discurso fatalista y a favor de los intereses de la banca, un ejemplo se encuentra en la siguiente cita de un artículo de opinión de este diario:

“Desahucios”

“Los bancos detestan los desahucios porque se convierten en propietarios de pisos que no pueden vender. Es algo que no forma parte de su negocio, que es ingresar depósitos y conceder créditos. Tengo varios amigos que trabajan en sucursales, más de uno director de oficina, y están horrorizados por la espuma demagógica que se vierte a diario contra ellos. Su labor principal en este caso consiste en evitar el desahucio a toda costa, negociar hasta la extenuación las condiciones de la hipoteca, pero eso sí, con la clara intención de obtener algo a cambio. Es decir, que los ciudadanos que están pasando por dificultades evidentes sigan contribuyendo, ya sea mínimamente, a saldar su deuda.

En la medida que puedan, en las condiciones más razonables posibles. También me consta que en situaciones de indigencia total, de imposibilidad absoluta de hacer frente a la hipoteca, los bancos evitan siempre llegar a la ejecución.

Ocurre sin embargo que algunas personas quieren pescar en el río revuelto de la crisis y, sencillamente, han tomado la decisión de no pagar, ya sea una cantidad irrisoria, aun pudiendo”. (Artículo de opinión, El Mundo, firmada por Miguel A. Belloso, 11/11/2012, p. 9)

La defensa a la banca y a sus lógicas es evidente en la cita; sin embargo, lo que más interesa es de qué modo el autor pone un velo de duda sobre el honor y la sinceridad de aquellos que están en deuda con los bancos. Instala desde esta perspectiva, una tendencia al desprestigio del reclamo de los afectados, alegando que muchos han “tomado la decisión de no pagar”. De este modo, desacredita no sólo el reclamo de los afectados sino, también, de las organizaciones sociales que los acompañan. Cabe recordar que para el 2012, la movilización sobre la dación en pago, sumados al apoyo de la Eurocámara –quien afirmaba que la ley hipotecaria española era abusiva- y los suicidios de desahuciados, colmaban los debates públicos respecto del tema.

Un ejemplo que resalta la dimensión política del afectado, lo vemos en El País:

“Hemos perdido el piso, pero hemos ganado amigos y una gran familia”

“Estos meses de angustias y ‘lágrimas disimuladas’, confesaba Santos ayer, tuvieron un final feliz. Al salir de la reunión con el banco todo eran abrazos y alguna que otra lágrima, por la alegría de saber que no deberían hacer las maletas, pero con el pesar de saber que el piso ya no les pertenece. ‘Hemos perdido el piso, pero hemos ganado amigos y una gran familia’, resumía emocionado Santos en agradecimiento al apoyo recibido por la plataforma.

De hecho, el matrimonio forma parte de la PAH de Sabadell desde su creación, hace un año. La portavoz de la entidad, Elvi Mármol, reconoce que todos los desahucios son dramáticos, pero el de Ana y Santos era 'especial'. 'Son unos abuelos luchadores y no es raro verlos a las ocho de la mañana en un acto para evitar un desalojo'. Santos, al que sus compañeros de la PAH llaman 'abuelo', dice que seguirá al pie del cañón en esta lucha. 'Tenemos mucho que dar y agradecer'. El hombre espera que su caso suponga un punto de inflexión en lo que ya es una lacra social. 'No puedo entender que sean capaces [Administraciones y bancos] de cerrar un piso y dejar a una familia fuera'. (El País, 13/4/2012, p. 3)

En la cita se combinan varios niveles de análisis sustentados por estrategias argumentativas y contenidos persuasivos que apuntan a una construcción positiva del perfil del afectado comprometido. El hecho de que se remarque la referencia del "abuelo" como parte de una familia que es la PAH es interesante a la hora de inferir la construcción identitaria que propone El País. Frente a un aparato mediático que pretende imponer la imagen de los indignados como rebeldes y violentos, El País -a través de esta crónica-, defiende la dimensión humana pero, sobre todo, la dimensión política de los afectados, apelando a su compromiso con una causa que los afecta y que puede llegar a afectar a otros.

En tanto tercera variable cualitativa, tomamos a la banca como un actor político más, a partir de la cual se instaura una cierta identidad y ciertos valores, y se establecen también formas de interpretar la identidad de los otros, conformando el denominado cuadro ideológico.

El discurso de la Banca y su constitución como actor político se da tanto a partir de representaciones dadas por portavoces de este sector, como a partir de actores políticos de otros sectores donde la prensa y su discurso se vuelven cruciales.

Encontramos en la construcción de esta variable una fuerte similitud en la cobertura y construcción que hacen los cuatro medios analizados a la hora de situar a la Banca como actor político. Esta situación puede estar vinculada a la relación existente de los medios en tanto entidades económicas con estos actores que significan players que se extrapolan de lo local y pueden afectar intereses de la prensa de un modo más contundente que si se posiciona de modo contrario a un partido o a un Gobierno.

El discurso político por excelencia está dado por aquellos que tienen el poder por haber sido elegidos democráticamente. En este sentido, los representantes políticos conforman también actores políticos con fuerte influencia en la construcción de la opinión pública.

En líneas generales, podemos decir que el discurso político de los representantes de entidades de gobierno ha construido como un "otro" a la Banca, separándose de su filiación con ésta e identificándose como una representación que busca orientar a la opinión pública a considerarlo como atento a la problemática y realizando acciones para resolverla. En este afán, se perfila que los actores políticos que pueden ser interlocutores válidos para la resolución de conflictos, se encuentran entre estos altos estratos de poder.

En el gran corpus que compone esta investigación, la intromisión de los jueces como interlocutores con un fuerte poder de influencia en la opinión pública, es decir, su construcción en tanto actores políticos fue interesante.

En este sentido, los jueces como actores políticos son parte del mundo posible mediático construido por la prensa; en algunos casos como El País, para sustentar un posicionamiento contrario a la acción del Gobierno o, en otros casos de modo fluctuante como en El Mundo, para responsabilizarlos por dejar a familias en la calle o, desde una perspectiva más moderada, cuando se posiciona a la justicia frente a las organizaciones sociales.

En el caso de la construcción de los indignados como actores políticos podemos reflexionar que en La Vanguardia, el recurso retórico constituye una estrategia argumentativa que busca el reconocimiento de la figura de Colau de parte del público desde un posicionamiento positivo, en busca de la identificación del compromiso de ésta y de su movimiento. Aunque se hable de la representante de modo personal, se extrapola de la figura individual como representante de intereses mayores y se construye en el discurso la noción de actor político. Junto a El País, destacan la cuestión de la movilización por los otros, a diferencia de otras interpretaciones que ofrecen otros medios.

La cruzada por la despolitización de la protesta la llevan adelante, en mayor medida, los periódicos El Mundo y ABC. Las estrategias consisten en desviar el foco de los reclamos de los indignados y se realiza una construcción negativa de representantes sociales y de Colau como actor político. Tienden a ocuparse de la figura de Colau pero de modo individual, relacionándola con un universo de significación negativo como, por ejemplo, con grupos fundamentalistas y sus prácticas.

Cuando se construye a los afectados como actores políticos, el discurso de la prensa en general, tiene una tendencia a individualizar sus experiencias en un marco que no atañe a lo so-

cial, más que a través del posible surgimiento del sentimiento de empatía.

El País y La Vanguardia se valen del discurso directo y a partir de la combinación de estrategias argumentativas y contenidos persuasivos, constituyen la identidad del afectado comprometido, también la de un ser indefenso engañado por la banca. Es decir, que se posan en su experiencia pero lo representan como actores políticos. Mientras que en El Mundo y ABC se percibe una tendencia a la construcción de los afectados vinculada a aspectos personales (como rasgos psicológicos y constitución familiar), lo que propone una lectura despolitizada del rol de estos actores en el diálogo propuesto en la opinión pública.

4. CONCLUSIONES

A partir de lo analizado y teniendo en cuenta el carácter exploratorio y descriptivo de la investigación que presentamos, se exponen algunas reflexiones e interrogantes que el proceso de investigación nos aporta.

A la hora de analizar críticamente los discursos, identificamos que los actores construidos en el mundo posible mediático son los indignados, los afectados, los representantes del gobierno, los jueces y la banca. Esta última se destaca como actor político en el discurso de la prensa, ya que reconocemos que su presencia se da de modo similar en la mayoría de los medios analizados, desde los que se privilegia el mantenimiento del sistema financiero y las normas del mercado por las consecuencias sociales que éstas provocan en la sociedad española.

Como reflexión final desde el análisis crítico de los discursos de los actores políticos, consideramos que los discursos que se presentan

como hegemónicos buscan generar una construcción de la opinión pública que esté orientada a considerar los acontecimientos sobre los desahucios desde una lectura individualizada y despolitizada donde priman las lógicas del sistema financiero para lograr, en algún momento, la resolución del conflicto.

A modo de resumen, las identidades políticas que se constituyen están dadas por:

- La del desahuciado como engañado e indefenso;
- La de las organizaciones sociales como defensoras de los derechos de esos afectados, pero dentro de un marco político que condena sus estrategias de persuasión;
- La del gobierno que actúa en relación a lo que las leyes indican, con un fuerte lobby de parte de la banca;
- La de la banca como conductora general de los acontecimientos,
- La de los jueces como una especie de soldados comprometidos, que buscan establecer límites a los abusos de las entidades financieras.

En este camino, podemos decir que las relaciones de poder se hacen manifiestas en el discurso de la prensa instalándose ésta también como un actor político de gran influencia en la opinión pública. Por otro lado, la resistencia de otros actores y discursos en la prensa gráfica española es, a lo sumo, superflua, frente a la presencia de los poderosos actores de lo público.

A partir de la lucha simbólica que significan las acciones y prácticas de estos actores y su dominio gracias a su capital simbólico, generan la construcción de interpretaciones sobre los acontecimientos que abordamos que definen estas identidades y reproducen las relaciones de dominación y resistencia entre los actores políticos identificados.

Son estos actores políticos los que participan en el proceso de creación de la opinión pública sobre los acontecimientos de desahucios en España en el tiempo analizado y desde los marcos que, de modo rutinario, se producen en la prensa e imponen un patrón en el mundo social.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aranguren, J. (2003) *Antropología Filosófica. Una reflexión sobre el carácter excéntrico de lo humano*. Madrid: McGraw Hill.
- Arendt, H. (1993). *La Condición Humana*. Barcelona: Gedisa.
- Arendt, H. (1997) *¿Qué es Política?*. Barcelona: Paidós.
- Borrat, H. (1989). El periódico, actor del sistema político. En *Análisi* (nº 12), pp- 67-80.
- Bourdieu, P. (1989). El espacio social y la generación de las clases. En *Estudio sobre las culturas contemporáneas*. Vol. III, num 7, pp. 27-55. Universidad de Colima, México.
- Benveniste, E. (1971). *Problemas de lingüística general*. E. México: Siglo XXI.
- Castillo Esparcia, E Smolak Lozano, A Fernández Souto (2017). Lobby y comunicación en España. Análisis de su presencia en los diarios de referencia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. 783 a 802. doi: 10.4185/RLCS-2017-1192
- Chiu Amparán, A (1998), La teoría de los campos de Pierre Bourdieu, en revista *Polis* (año I, número 98), pp. 179-198. Recuperado de: <http://148.206.53.230/revistasuam/polis/include/getdoc.php?id=190&article=180&mode=pdf>
- Escudero, L. (1996). *Malvinas, el gran relato*. Barcelona: Gedisa.
- Gomis, L. (1987). *El medio media. La función política de la prensa*. Barcelona : Ed. Mitre.
- Marafioti, R. (2002). *Recorridos Semiológicos*. Buenos Aires: Eudeba.
- Mouffe, Ch. (1999). *El retorno de lo político: Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical*. Barcelona. : Paidós.

- Parrilla,R., Almiron,N, & Xifra, J. (2016). Crisis and Interest: The Political Economy of Think Tanks During the Great Recession, en *American Behavioral Scientist*, 2016, Vol. 60(3) pp. 340–359. Recuperado de: https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/33240/Almiron_ame_cris.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Touraine, A.(2006). Sociología: De los sistema a los actores. En *Espacio Abierto*, vol. 15 (núm. 1y2), pp. 91-98.
- Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso*. Barcelona: Paidós.
- Van Dijk, T. (1997). *Racismo y análisis crítico de los medios*. Paidós. Barcelona, 1ra edición.
- Van Dijk, T. (1999). *Ideología*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. (2008). Semántica del Discurso y de la ideología. En *Revista Digital Discurso y Sociedad*. Vol 2 (1) pp. 201-261. Trad. Recuperado en:<http://www.dissoc.org/ediciones/v02n01/DS2%281%29Van%20Dijk.pdf>
- Verón, E. (2004). *La Semiosis Social, fragmentos de una teoría de la discursividad*. México: Ed. Gedisa.
- Verón, E. (1987). La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. En *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Ed. Hachette: Buenos Aires. Pp. 11-26.