

# OBETS

Revista de  
Ciencias Sociales

vol.8 · nº1



**2013**

Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz  
Universidad de Alicante



OBETS

Revista de Ciencias Sociales



# OBETS

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES

PUBLICACIONES DE LA UNIVERSIDAD DE ALICANTE

El presente número de la revista ha obtenido una ayuda del Vicerrectorado de Investigación, Desarrollo e Innovación de la Universidad de Alicante (Ref. PRC12-16).

Publicaciones de la Universidad de Alicante  
Campus de San Vicente s/n  
03690 San Vicente del Raspeig  
Publicaciones@ua.es  
<http://publicaciones.ua.es>  
Teléfono: 965 903 480  
Fax: 965 909 445

© de la presente edición: los autores

OBETS. Revista de Ciencias Sociales.

Editada por IUDESP  
Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz.  
Universidad de Alicante.

Periodicidad: Semestral  
<http://web.ua.es/revista-obets>  
Email: [revistaobets@ua.es](mailto:revistaobets@ua.es)

ISSN: 1989-1385  
Depósito legal: A-885-2008

Diseño de portada: candela ink. / O. Santacreu

Composición:  
Patricia Barbero



Los contenidos están bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento 3.0 España. Los contenidos pueden copiarse, distribuirse o comunicarse públicamente, bajo las siguientes condiciones generales: *Reconocimiento*. Debe reconocerse los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciadore (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra). Los términos de la licencia disponibles on-line en: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/>


*OBETS, Revista de Ciencias Sociales* es una revista de investigación de periodicidad semestral editada por el Observatorio Europeo de Tendencias Sociales (OBETS), grupo de investigación integrado en la sede de la Universidad de Alicante (España) del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz (IUDESP). Dirigida a profesionales, investigadores/as, estudiantes, profesorado y público general interesado en la investigación académica en el campo de las Ciencias Sociales, comenzó a editarse en 2008.

La revista tiene como **objetivo** la difusión de estudios de naturaleza académica que contribuyan al mejor conocimiento de la sociedad contemporánea. En este sentido está abierta a la publicación de resultados de investigación empírica, metodológica o teórica de ámbito nacional e internacional. La revista abarca un amplio abanico de **temas** inscritos en el ámbito de la Sociología y Ciencias Sociales, como estudios de opinión pública, metodología, demografía, estructura y cambio social, ciencia política, teoría sociológica, antropología, psicología social...

La revista está integrada en RUA, **Repositorio Institucional de la Universidad de Alicante** y cumple con el estándar de metadatos Dublin Core (<http://www.dublincore.org>) y con el protocolo OAI-PMH (Open Archives Initiative-Protocol for Metadata Harvesting: <http://www.openarchives.org>) para la transmisión de contenidos en Internet. A través de su página web y del RUA la revista ofrece opciones de acceso a contenido por títulos, autores, palabras claves o fecha.

A fin de alcanzar el mayor nivel de calidad posible en los trabajos publicados, todos los artículos se someten al arbitraje por pares académicos, considerando tanto la novedad de los resultados como el rigor metodológico en los diseños de investigación y análisis. El equipo editorial de *OBETS. Revista de Ciencias Sociales* no se hace responsable, en ningún caso, de la credibilidad y autenticidad de los trabajos. Del mismo modo, las opiniones y hechos expresados en cada artículo son de exclusiva responsabilidad de sus autores/as y *OBETS. Revista de Ciencias Sociales* no se identifica necesariamente con ellos.

Incluida en:

<b>DICE</b>	Base de datos para la difusión y calidad editorial de las revistas españolas de humanidades y ciencias sociales y jurídicas
<b>ISOC</b>	ISOC - Base de datos del Centro de Información y Documentación Científica (CINDOC) del CSIC
<b>CIRC</b>	Clasificación Integrada de Revistas Científicas
<b>RESH</b>	Sistema de valoración integrada de revistas españolas de Humanidades y Ciencias Sociales
<b>LATINDEX</b>	LATINDEX-Catálogo. Sistema regional de información en línea para revistas científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
<b>DOAJ</b>	DOAJ - Directory of Open Access Journals  SPARC Europe Seal for Open Access Journals
<b>E-REVIST@S</b>	Plataforma Open Access de Revistas Científicas Electrónicas Españolas y Latinoamericanas (CSIC)
<b>DIALNET</b>	Portal de difusión de la producción científica iberoamericana impulsado por la Universidad de La Rioja
<b>MIAR</b>	MIAR: Matriu d'informació per a l'avaluació de revistes
<b>ULRICH'S</b>	ULRICH'S Periodicals Directory
<b>RECOLECTA</b>	RECOLECTA: Recolector de Ciencia Abierta de la FECYT y del Plan Estratégico REBIUN 2007-2010
<b>SCIRUS</b>	SCIRUS - Buscador de información científica
<b>SHERPA/RoMEO</b>	Políticas de copyright de las editoriales y autoarchivo. University of Nottingham.
<b>DULCINEA</b>	Dulcinea - Proyecto coordinado por el Ministerio de Educación y Ciencia para identificar y analizar las políticas editoriales de las revistas científicas españolas



# EQUIPO EDITORIAL

## *Consejo de redacción*

### **Dirección:**

Oscar Antonio Santacreu Fernández - IUDESP. Universidad de Alicante, España

### **Secretaría técnica:**

M<sup>a</sup> Carmen Albert Guardiola - Dpto. Sociología II. Universidad de Alicante, España

### **Vocales:**

- Mercedes Alcañiz Moscardó - Universitat Jaume I de Castellón, España
- Cristino Barroso - Universidad de La Laguna, España
- José Ángel Silva Reus - Dpto. Métodos Cuantitativos y Teoría Económica. Universidad de Alicante, España
- Natalia Ix-Chel Vázquez González - Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública. Universidad Autónoma del Estado de México, México
- Clemente Penalva Verdú - IUDESP. Universidad de Alicante, España

## *Comité científico*

- Alberto Acosta Espinosa - Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), Ecuador
- Antonio Alaminos Chica - IUDESP. Universidad de Alicante, España
- Gianfranco Bettin - Università degli Studi di Firenze, Italia
- Fermín Bouza Álvarez - Universidad Complutense de Madrid, España
- Vidal Díaz de Rada - Universidad Pública de Navarra, España
- Guillermina Díaz Pérez - Universidad Autónoma del Estado de México
- Mariano Fernández Enguita - Universidad Complutense de Madrid, España
- Margarita Latiesa Rodríguez - Universidad de Granada, España
- María Asunción Martínez Román - Dpto. Trabajo Social y Servicios Sociales. Universidad de Alicante, España
- Beatriz Padilla - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL), Lisboa, Portugal
- Ettore Recchi - Università degli Studi 'G. d'Annunzio' Chieti e Pescara, Italia
- Nina Rother - BAMF Alemania
- M'hammed Sabour - University of Eastern Finland, Finlandia
- Pedro Sánchez Vera - Universidad de Murcia, España
- Sylvie Strudel - Université Panthéon-Assas, Paris, Francia
- José María Tortosa Blasco - IUDESP. Universidad de Alicante, España
- Anna Triandafyllidou - European University Institute, Florencia, Italia; ELIAMEP, Atenas, Grecia



## INDICE

ARTÍCULOS .....	13
<i>Antonio Alaminos</i>	
La futura vida cotidiana en España: la sociedad de consumo .....	15
<i>Future daylife in Spain: consumer society</i>	
<i>Pedro Isnardo de la Cruz y Javier Carreón Guillén</i>	
Una exploración al estudio de la violencia. El caso mexicano .....	59
<i>An exploration study of violence. Mexican case</i>	
<i>Antonio Laguna Platero</i>	
La percepción de la corrupción, factor mediatizante de la democracia .....	79
<i>Perception of corruption, mediatizing factor of democracy</i>	
<i>Francesc-Andreu Martínez Gallego</i>	
Medios de comunicación y escándalos de corrupción en España: ¿denunciantes, magnificadores, cómplices? .....	99
<i>Media and corruption scandals in Spain: plaintiffs, magnifiers, accomplices?</i>	
<i>Nubia Nieto</i>	
La corrupción política en Mexico: del pasado a la transición democrática .....	127
<i>The political corruption in Mexico: from the past to the democratic transition</i>	

**Irene Santoni**

Participar sin pertenecer. La participación política de los ciudadanos no nacionales en dos áreas urbanas: Alicante y Florencia . . . . . 147

*Take part without belonging. The political participation of nonnational citizens in two urban areas: Alicante and Florence*

**CRÍTICA DE LIBROS . . . . . 175**

**Eva Espinar Ruiz**

María Martínez Lirola (ed.). *Discourses on Immigration in Times of Economic Crisis: a Critical Perspective* (Newcastle upon Tyne (UK): Cambridge Scholar Publishing, 2013) . . . . . 177

**NORMAS EDITORIALES E INSTRUCCIONES PARA COLABORACIONES . . . . . 183**

**ARTÍCULOS**

**ARTICLES**

---



## LA FUTURA VIDA COTIDIANA EN ESPAÑA: LA SOCIEDAD DE CONSUMO FUTURE DAYLIFE IN SPAIN: CONSUMER SOCIETY

**Antonio Alaminos**

Departamento Sociología II  
Universidad de Alicante, España  
alaminos@ua.es

Recibido: 14/01/2013

Aceptado: 06/05/2013

### **Resumen**

Las dinámicas que durante décadas han dado forma a la sociedad de consumo en España han entrado en crisis. Las consecuencias sociales e ideológicas van mucho más allá de lo económico. El consumo como fuente de identidad social y de legitimación política de las desigualdades inicia una nueva etapa matizada por la irrupción de las nuevas tecnologías. El futuro muestra una clara discontinuidad respecto al pasado. Las clases medias deberán reinventarse mediante formas alternativas de consumo, empleando estrategias que protejan su imagen de "status". Este cambio afecta directamente a la legitimación del sistema y anticipa un periodo de tensión social, ya plasmado en la *Spanish Revolution*.

**Palabras clave:** crisis, legitimación, consumo, prosumidor, vida cotidiana, cambio social.

### **Abstract**

The dynamics that for decades have shaped the consumer society in Spain are in crisis. The social and ideological consequences go far beyond economics. Consumption as a source of social identity and political legitimacy begins a new stage tempered by the emergence of new technologies. The future shows a clear discontinuity with the past. The middle classes must reinvent alternative forms of consumption, using strategies that protect its image of "status". This change directly affects the legitimacy of the system and anticipates a period of social stress, as reflected in the *Spanish Revolution*.

**Keywords:** crisis, legitimization, consumption, prosumer, daylife, social change.

## 1. INTRODUCCIÓN

Si consideramos los estudios sobre el futuro de la vida cotidiana, desde la óptica del consumo y el ocio, efectuadas a inicios del siglo XXI apreciaremos un porcentaje elevado de estimaciones fallidas. Las únicas previsiones que sobreviven, son aquellas que aparecían vinculadas al desarrollo tecnológico. Es el único factor de dinamismo que ha cumplido sus promesas. Las previsiones de futuro más fallidas han sido, sin lugar a dudas, aquellas que extrapolaban comportamientos a partir de la estructura de gasto estudiada en la Encuesta de Presupuestos Familiares. La razón fundamental ha sido la ruptura de las tendencias basadas en el incremento de renta disponible de los españoles. La crisis económica de 2007 y que en España alcanza su punto álgido socialmente en 2011, ha supuesto un punto y aparte en la mayoría de las tendencias no tecnológicas o relacionadas con la sociedad de la información. En ese sentido, cabe hablar de una situación disruptiva, donde el futuro ya no puede ser una deducción lógica efectuada sobre las tendencias dominantes en el pasado. Por ello las previsiones no tecnológicas anteriores a la crisis son de dudoso cumplimiento. Las que se efectúan sobre datos anteriores a la crisis nacen ya disminuidas, y aquellas que se están realizando casi en tiempo real son esencialmente sectoriales (tecnologías, alimentación, comunicación, sanidad, juventud, etc.) y muestran un futuro no muy distinto al presente. Son además, propuestas de ritmo variable, donde no todos los aspectos de la realidad social son extrapolados. Así, por ejemplo, podemos encontrar prospectivas que hablan de los jóvenes del futuro, pero donde se emplea como referente el internet ya existente en este momento. Esa aritmia temporal entre las diferentes realidades del consumo en la vida cotidiana esta presente en la mayoría de las estimaciones sectoriales.

Ciertamente, estamos viviendo un período altamente inestable, que ofrece futuros muy abiertos, pero que posiblemente ya contenga algunos de los rasgos básicos que parametricen la vida cotidiana por venir. Identificar esos núcleos que darán forma a los modos de vivir en el futuro, sincronizando las diferentes dimensiones del consumo y del ocio en la vida cotidiana, es quizás el desafío actual más importante y pendiente de realizar.

En este texto intentamos, a modo exploratorio, identificar las líneas de fuerza que definen las tendencias poscrisis existentes. Al mismo tiempo que integramos, en la medida de lo posible, los escenarios sectoriales propuestos en los informes y estudios actuales.

Con respecto a las previsiones actuales, el elemento central es la decisión sobre la situación post crisis. Algunos estudios preveen, con más o menos matices, un regreso a las formas de la vida cotidiana anterior a la crisis y la última



burbuja financiera. Entienden que los cambios ahora observables responde a una situación excepcional que, tarde o temprano, volverá a la normalidad; una normalidad modificada por las nuevas tecnologías, pero en esencia los viejos modos sociales habituales en los españoles. Sin embargo, no es tan evidente que la crisis (su intensidad tras la euforia consumista previa) no suponga una cierta pedagogía correctiva del estilo de vida español. Los parámetros de referencia han cambiado bruscamente: la precariedad laboral es ya una realidad estructural socialmente reconocida, la contención de la renta disponible (salarios y pensiones), el incremento del paro que se extiende por todas las edades, las incertidumbres financieras evidentes. A ello se suman los posibles cambios en el estado de bienestar, como son la posibilidad de copago en sanidad (en una sociedad envejecida), educación u otros servicios públicos; todos estos son ejemplos (no exhaustivos) del nuevo escenario que enmarca cognitivamente a los españoles. Es de esperar que la dependencia que los estilos de vida tienen de las expectativas de renta, sea más elevada que en las últimas décadas. Especialmente, dado el proceso previo a la crisis caracterizado por una elevación importante del nivel de consumo y formas de ocio.

Por ejemplo, tras la crisis, uno de los resultados más probables será la polarización y la fragmentación, en las respuestas que los individuos den a la nueva situación. Será muy difícil, en los próximos años, encontrar prospectivas que consideren a la sociedad como un todo integrado. La presunción de una heterogeneidad reducida es algo que desaparecerá. Por lo general, las prospectivas de la vida cotidiana y el consumo se refieren a las clases medias en sentido amplio. Ni la sociedad excluida o en riesgo de pobreza ni directamente las elites económicas son consideradas explícitamente como parte de la sociedad de consumo.

La característica del futuro será la diversidad dentro de la polarización. Una diversidad generada por la atomización de la clase media, según renta, brecha digital y otros factores. Una diversidad basada no tanto por gustos o estilos de vida, como por las diferentes estrategias de respuesta a la nueva situación. Y aquí la forma que adopte la red Internet será esencial para dar forma a la vida cotidiana.

Vamos aquí a plantear, en esta época de discontinuidad, cuáles puedan ser las configuraciones que adopte el futuro de la vida cotidiana, desde la óptica del consumo y del ocio, atendiendo a los datos e informes disponibles. Para explorar el futuro y más en tiempos de cambio, es fundamental conocer el significado y alcance del fenómeno social en estudio. Los conceptos relevantes y los factores que pueden actuar modulando el futuro. En primer lugar consideraremos muy sintéticamente el significado de la sociedad de consumo, así como los rasgos principales de la incorporación de la sociedad española al consumo

de masas. Este proceso de configuración del consumo en España y su extrapolación en tendencias es el responsable de algunas previsiones fallidas, de las que se presentará algún breve ejemplo.

En la medida que la previsión de un futuro poscrisis no pueda basarse en una extrapolación lógica o empírica del pasado, consideraremos en un breve apartado algunos de los elementos que pueden ayudar a establecer los escenarios más probables. Finalmente, atenderemos a las previsiones concretas desde tres flancos: la expectativa de la dinámica económica, sociodemográfica y tecnológica, las modificaciones de la oferta de bienes y servicios; y los nuevos comportamientos de consumo y ocio de los españoles. Cabe destacar la provisionalidad de estas tendencias, dada la escasez de informes de conjunto que consideren seriamente el efecto de la crisis en los españoles.

### *1.1. Sociedad de consumo*

Si alguna definición ha sido distintiva de las sociedades desarrolladas occidentales durante décadas ha sido la de “sociedad de consumo”. Una sociedad donde las formas de vivir se articulan en dependencia de consumir y adquirir bienes y servicios. La adopción de estilos de vida, a partir de las propuestas comerciales, así como el escenario público donde se vive y como se vive: –transporte, recreación, alimentación– y un largo etcétera viene definido y consustanciado por la dimensión “consumo”. La sociedad de consumo no se define exclusivamente por las formas que imprime en la vida cotidiana. Es también, y más fundamentalmente, un sistema de valores. Una forma de vivir la vida que encuentra sentido en sí misma, tanto individual como socialmente. La sociedad de consumo vendría a conformar lo que Rebollo Arevalo (2001) llega a identificar con la cultura. Así, el consumo como cultura implica que la disposición de bienes, el consumo propiamente dicho, va más allá de la provisión de la base material que permite desarrollar actividades más creativas y espirituales, convirtiéndose en el objeto mismo de la actividad de los individuos. Incluso buena parte de tales actividades creativas y espirituales ha perdido su calidad de finalidad y se orientan hoy a favorecer el consumo de los individuos.

Por ello, podemos considerar que los estilos de vida basados en el consumo han dado una cobertura ideológica sustantiva a la legitimación del sistema capitalista durante décadas. Esto es especialmente evidente en la medida que el consumo fue un rasgo esencial definitorio de las democracias occidentales, consideradas desde los países comunistas del Centro y Este de Europa. Al este del edén, brillaba el consumo, en pie de igualdad con la libertad, la democracia o la libertad de expresión. La sociedad de consumo y sus estilos de vida, formaban parte de la definición de democracia (Alaminos, 2009), en

su dimensión material. El consumo de masas no es, en ese sentido, un elemento que contribuya únicamente al mantenimiento del crecimiento económico (mediante la demanda interna), sino también una pieza clave de la legitimación actual de los regímenes políticos.

Por otro lado, el consumo no es exclusivamente la circulación de bienes y servicios. Ya en la década de los setenta, Baudrillard señalaba que el consumo trascendía lo material para configurar un sistema de signos, asociados a significados y valores que superaba con mucho, la materialidad con que el consumo se expresa en la vida cotidiana. Trascendiendo la realidad material, el desarrollo y consolidación de la sociedad de consumo genera una translación desde las necesidades hacia el deseo. Es decir, la creación de necesidades mediante el mecanismo del deseo. Deseos que confundidos con necesidades, adoptan una posición elevada en la escala de prioridades vitales de los individuos.

Definen una secuencia, por la que las estructuras de gasto y consumo de la sociedad se desplazan desde necesidades básicas, como alimentación, hacia otras regidas por el deseo; es la denominada por los economistas como ley de Engels. En definitiva, una regla empírica sobre las transformaciones que experimenta el consumo en la vida cotidiana de las sociedades desarrolladas. Según Cuadrado (1994), la ley de Engel es generalizable al conjunto de las familias de un país, por lo que tanto el gasto de sus ciudadanos como el tipo de productos por ellos demandados tienden a guardar relación muy directa con el nivel medio de ingreso y con las variaciones que éste va experimentando a lo largo del tiempo. El gasto en determinados productos o servicios de carácter primario disminuirá relativamente a medida que la sociedad incremente su desarrollo y se tenderá a diversificar los bienes y servicios, orientándose el consumidor hacia productos o servicios que antes no le eran asequibles o deseables.

No han faltado críticas a la sociedad de consumo. Críticas que se centran más en las dimensiones ideológicas y axiológicas que en la calidad de vida de los ciudadanos. Por ello las críticas proceden desde pensamientos en principio muy enfrentados sobre como deben vivir las sociedades su vida cotidiana. Tanto desde el marxismo como desde las religiones se critica las consecuencias alienantes del consumo. Con ello la pérdida de los valores relevantes para regir los deseos (aspiraciones vitales) de las sociedades. En una primera imagen, la sociedad de consumo se percibe como trivializadora de cualquier trascendencia y viceversa. Con una gran capacidad para hacer trascendente lo trivial. La sociedad de consumo hipostasia la vida cotidiana, llenando de significados y rituales espacios de convivencia que estaban desvinculados, o en los que habían perdido fuerza prescriptiva, las religiones. Desde la óptica marxista o crítica, se destaca como el consumo y ocio dan una forma a la sociedad que viene

impuesta desde la producción, y por lo tanto subordinando las maneras de vivir la vida a los intereses económicos del capital. Han sido varios los autores críticos con la influencia y construcción externa de las formas de vivir consumiendo y de divertirse de forma económicamente productiva. El ocio en la sociedad de consumo, adopta la forma de negocio; conforme se incrementa la calidad de vida de los ciudadanos se expande una industria y servicios orientados a satisfacer las necesidades que ocio consumista: parques temáticos, complejos hoteleros, centros culturales, áreas deportivas, etcétera. Y de hecho los españoles hemos vivido con intensidad esas formas de ocio consumista.

Esa crítica a la vinculación entre el sistema productivo y su efecto directo sobre la vida cotidiana viene señalada desde múltiples ámbitos en los que no nos extenderemos. Basta señalar como ha sido especialmente criticada la acción performativa de la publicidad, creando nuevas necesidades o dando forma a estilos de vida que llegan a ser asociales e incluso perjudiciales para la salud. La obsolescencia programada, no sólo por la innovaciones ya existentes, sino también por la fragilidad y necesidad de sustitución de bienes considerados duraderos. Se destaca también su insostenibilidad medioambiental o el despilfarro económico que representa en un mundo donde el hambre y la pobreza asolan a millones.

Lo cierto es que la sociedad de consumo depende tanto para su supervivencia como en las formas que adopte, de su simbiosis con el sistema económico y productivo capitalista. Como hemos apreciado en su versión moderna, el capitalismo occidental encuentra gran parte de su apoyo social (legitimación) en la sociedad de consumo. Su transformación redefinirá necesariamente las formas de vivir. Hasta que punto cambie, afectará más o menos dramáticamente la vida cotidiana tal y como la conocemos hasta ahora. Tras la crisis, las transformaciones que se avecinan en las sociedades tendrán un impacto diferencial según sus previos estilos de vida consumista. Posiblemente el español, especialmente por las características sociales de su ocio, sufra una modificación más visible que en otras sociedades desarrolladas. La sociedad española, dentro de este marco general expuesto sobre la sociedad de consumo, presenta un ritmo histórico propio. Producto de su incorporación tardía al desarrollo, respecto a los países de su entorno europeo. Para poder considerar el futuro de la sociedad española, hay que considerar brevemente de donde viene y donde estamos, en relación con el resto de países desarrollados.

### *1.2. El caso español*

La vida cotidiana de la sociedad española ha experimentado cambios profundos y acelerados en las últimas décadas. Considerando el periodo entre 1958

y 1998, en su inicio (1958-1964) el consumo de los españoles era el propio de una economía poco desarrollada donde la mayor parte del gasto estaba destinado a las necesidades básicas. Según Rebollo Arevalo (2001), más del 80% del gasto de los hogares se dedicaba a cubrir las necesidades de abrigo, alimentación y vivienda. Ya en el período entre 1964 y 1973 se inicia una profunda transformación de los hábitos de consumo y ocio, gracias al incremento de la renta disponible de los españoles y de la popularización de la cultura del consumo. Las profundas transformaciones sociales, demográficas y económicas comienzan a configurar lo que en el entorno europeo son ya en aquel entonces sociedades de consumo maduras. En una situación de crecimiento continuado (con sus crisis coyunturales evidentes), la diversificación del consumo y del ocio en la vida cotidiana de los españoles vino, sobre todo, modulada por factores sociodemográficos. En esta modificación de los hábitos de los españoles en el desarrollo de su vida cotidiana han influido sustantivamente, entre otras, el proceso de concentración urbana, la caída de las tasas de natalidad, el surgimiento de nuevos tipos de unidad familiar, los cambios en el mundo laboral, con el incremento de las comidas fuera del hogar, la menor dedicación a las tareas domésticas y especialmente la incorporación de la mujer al mercado de trabajo.

Un aspecto de consecuencias especialmente relevantes desde el ámbito del consumo ha sido precisamente la incorporación de la mujer al mercado de trabajo. No entendido ya como una necesidad, sino como parte de un proceso de emancipación de la mujer y cambio de los roles de género. Las consecuencias de este cambio han sido múltiples y profundas.

Esta incorporación de la mujer sería en gran parte la responsable de la adquisición de rasgos modernos en la sociedad española. Martín Cerdeño (2003) destaca que la capacidad de compra de los hogares perceptores de doble renta es superior y se produce una mejora del nivel de vida por agregación de rentas, consumiendo bienes y servicios que en otras condiciones no se habrían adquirido. Se produce un cambio del equipamiento del hogar con la finalidad de facilitar las tareas domésticas mediante la adquisición de lavavajillas, microondas, congeladores, secadoras, aspiradoras... Se extiende además el uso de productos que simplifican las tareas (servilletas y pañuelos de papel, cubiertos desechables...) y servicios (comida a domicilio, comercio electrónico...) que precisen un menor trabajo. Se espacian las compras y en el caso de los productos de gran consumo, aparece la compra fuerte realizada una o dos veces al mes y complementada con pequeñas compras. Ya no es el ámbito doméstico el que regiría el consumo, en la medida que las necesidades y los deseos de los diferentes perceptores de ingresos llevarían al consumo personalizado de

determinados bienes y servicios. Es el caso del segundo coche por hogar para facilitar el desplazamiento al lugar de trabajo, acudir a centros comerciales o lugares de diversión alejados del lugar de residencia.

Otra consecuencia de la implantación de la sociedad de consumo en España es para Rebollo Arevalo (2001), la convergencia o democratización del gasto en consumo; en otras palabras, la aproximación del nivel de bienestar que se produce durante la década de los años 80. El incremento de la renta disponible de las familias y el consiguiente incremento del consumo ha dado lugar a una mayor aproximación del volumen de gasto de los individuos con distinto nivel de renta. Es de notar que la diferencia se ha recortado sobre todo por el mayor gasto relativo de los grupos de menor renta, más que por una caída del índice correspondiente a los grupos de mayores ingresos. Se produce con ello una igualación por el consumo.

Si tomamos como indicador el gasto en alimentación, este ha ido disminuyendo paulatinamente durante todo el proceso hasta perder el primer puesto en la jerarquía de gastos de los españoles. A finales del siglo XX, la sociedad de consumo española puede considerarse una sociedad madura de acuerdo a los parámetros de la ley de Engels. Su estructura de consumo y el modo como configura la vida cotidiana, es plenamente equiparable al resto de las sociedades desarrolladas de su entorno. En ese sentido, la previsión ante cualquier crisis en la sociedad de consumo española es, muy probablemente, de una reacción “hacia delante”. Pasado el punto de retorno y cambio generacional, ya no existe la opción de regresar a ningún pasado en lo que se refiere a la forma de vivir la vida cotidiana.

El proceso que hemos descrito brevemente, culmina a mediados del 2000 con una burbuja inmobiliaria y financiera que extrema el comportamiento consumista de los españoles. La sociedad española es una sociedad de consumo plena, tanto ideológicamente como en sus usos y prácticas.

En ese sentido, la novedad de la crisis económica actual y sus consecuencias, es que invierte la secuencia causal experimentada por los españoles. Hasta ahora, sobre un fondo de renta creciente, los cambios sociodemográficos modulaban las formas adoptadas por la sociedad de consumo. En la actualidad, sobre un fondo de una sociedad integrada plenamente en el consumo y sus formas de vida y valores, la crisis de la renta disponible obligará a modificaciones de la vida cotidiana. Y posiblemente induzcan cambios sociodemográficos, como son las alteraciones ya detectadas con el ralentizamiento de las rupturas matrimoniales. Así, en una sociedad de consumo madura, con unas tendencias sociodemográficas bien definidas, ha sido el cambio abrupto en el sistema económico la principal fuente de variación en los estilos de vida de los españoles.

Estas modificaciones vendrán sobre todo inducidas por la reducción de rentas en la sociedad española. Ahora más intensamente que nunca, la forma de vivir la vida en la sociedad de consumo se basará en las repuestas de clase a los cambios en la renta. Las modificaciones en las pautas de consumo no se efectuarán de forma homogénea para el conjunto de la sociedad.

Uno de los efectos de la difusión del consumo en la sociedad española fue el de igualación e integración social, en la medida que los españoles aproximan sus hábitos conforme se incrementaba su consumo. Ahora la situación es la opuesta. La situación económica y su efecto sobre el consumo producirá, sobre todo, diferencias. En ese sentido, en el corto y medio plazo es previsible una intensificación de las diferencias sociales y su reflejo sobre el consumo.

### *1.3. Las tendencias estimadas en el cambio de siglo*

Con anterioridad a la crisis de 2007, las previsiones sobre las tendencias futuras consistían generalmente en extrapolar las tendencias existentes previamente. En esencia, un futuro basado en la intensificación y diversificación de los hábitos de consumo y ocio ya existentes, e integración con unas nuevas tecnologías que eran el elemento esencial de dinamización. Así, en la práctica se aplicaban reglas empíricas como las siguientes.

- El peso de los gastos en alimentación disminuye en términos relativos al incrementarse el nivel de renta real del consumidor (ley de Engel).
- El origen de los alimentos demandados se modifica, disminuyendo el peso relativo de los productos no transformados respecto a los de la industria agroalimentaria.
- Se modifica el origen de los productos demandados desde el sector primario al industrial.
- Conforme crece la renta disponible el gasto en consumo se realiza, de manera creciente, fuera del hogar.
- La confianza en las expectativas de ingresos de los individuos, en la cantidad o en la seguridad de los ingresos, hace que se efectúe una transferencia desde el gasto en bienes y servicios de consumo corriente a consumir bienes duraderos.
- En el caso español, una mayor preferencia por el gasto en bienes, antes que en servicios.
- Cuando se incrementa la confianza en las expectativas de ingresos de los individuos éstos realizan habitualmente una transferencia de gasto en consumo de bienes duraderos a consumir ahorro.

Estas reglas de comportamiento, que permitían una extrapolación del futuro quiebran con la crisis económica de 2007 y social de 2011. Como podemos apreciar, éste ya no es el caso actual. Las previsiones de futuro anteriores a la crisis, basadas sobre la dinámica del gasto (Encuesta de Presupuestos Familiares) se han visto defraudadas en su mayoría dado que los futuros estimados partían de la presunción de crecimiento constante o mantenimiento de la renta disponible. La crisis ha abierto una incógnita sobre la continuidad o discontinuidad en cómo se vive la vida cotidiana.

Las estimaciones de futuro que empleaban tanto datos cualitativos como encuestas de consumo propias, han resultado ser algo más robustas; no obstante, sus previsiones basadas en las tendencias generales previas no superan la crisis. Consideremos muy brevemente alguna de ellas a modo de ilustración. Así, por ejemplo, el Instituto Nacional de Consumo (2001) mencionaba como tendencia general el mantenimiento de la calidad y el declive del precio: “Incremento decisivo de la calidad en la elección de la alimentación”, “cobrarán más importancia los atributos relacionados con la moda y el diseño que la calidad”, “prevalecerá la calidad sobre el precio”, “se tenderá a comprar en puntos de venta con imagen de calidad”, “la no calidad tendrá cada vez menos cabida” o “no valdrá el precio como factor único”. La profundización de la ley de Engels, “incremento de la adquisición de platos precocinados”, “incremento del uso de comidas a domicilio”, “descenderá el gasto destinado a la alimentación”. De hecho prevee un mayor o igual gasto en consumos ahora en profundo retroceso: “Realización de igual gasto en ropa y calzado”, “realización de igual gasto en Servicios del hogar”, “en el futuro se gastará más en decoración y en amueblar el hogar”. Tampoco se mantienen las previsiones sobre ocio: “El consumidor del siglo XXI valora de forma especial el ocio. Gastará más en viajes, vacaciones y actividades de ocio y cultura”, “incremento del gasto en viajes”, “el consumidor del siglo XXI destinará un presupuesto mayor a las actividades de ocio y a los viajes”, “se producirá una mayor disposición a disfrutar de las vacaciones con un mayor reparto del tiempo”, “viajes, vacaciones y ocio son, por este orden, los apartados donde se espera que se incremente más el gasto en los hogares españoles”, “incremento del gasto en Vacaciones” o “incremento del gasto en libros, periódicos y revistas”. También se preveían cambios en el entorno doméstico donde “se abandonará el concepto de cocinar como obligación”, “se tenderá a ampliar el espacio destinado a despensa para liberar de la necesidad de una compra frecuente”. Otras tendencias frustradas son la previsión de que el ahorro futuro depende-



ría de los tipos (y no de la renta disponible como ha resultado ser) o que no se retrasaría la edad de jubilación (como así ha sido). Otras tendencias, como las referidas a la distribución también se han visto contradecidas por la crisis: “la tienda especializada se situará como hoy en primera posición en todos los productos, excepto en la alimentación no perecedera y en los artículos de menaje y utensilios de cocina. La situación dentro de diez años no variará de forma radical”. Las razones del quiebre de las predicciones, es que éstas se basaban en consecuencias lógicas de las premisas incremento de renta e intensificación de los procesos en marcha, como diversificación, especialización, calidad, etc. A ello ayudaba, como hemos observado, décadas de inercia basada en el crecimiento constante del consumo. Así, los diagnósticos tipo sobre los futuros del consumo eran todos muy semejantes: para el caso español se puede comprobar como el incremento de renta asocia un menor peso relativo de alimentación, un mayor peso de los productos preparados y elaborados así como el incremento de su consumo fuera del hogar. No solamente por consumo lúdico, sino asociado a los cambios experimentados en la última década por la sociedad española. Así, la incorporación de la mujer al mundo laboral o el cambio de las condiciones laborales al inducir en estos años una mayor propensión al consumo de bienes y servicios ahorradores de tiempo, fundamentalmente en alimentación, el gasto en comidas fuera del hogar consecuencia de las jornadas partidas, y un mejor y mayor equipamiento en los locales, hogares, al tener menos tiempo disponible para el trabajo doméstico.

Algo parecido encontramos en las predicciones sobre el comportamiento de ocio de los españoles: las cifras son elocuentes del cambio registrado en el consumo realizado dentro y fuera del ámbito doméstico dado que, aunque el primero continúa siendo el más importante, como puede comprobarse, entre 1987 y 1991 el peso del valor de los alimentos y bebidas consumidos dentro del hogar ha disminuido en cuatro puntos y medio, pérdida que ha sido ganada en su totalidad por hoteles y restaurantes. Un incremento del gasto en ocio, ejercido mediante el turismo y la vida social creciente en bares, restaurantes y centros de ocio era la expectativa más probable y consistente con la historia de ocio de los españoles. En resumen, los procesos y tendencias previos a la crisis han quebrado en su mayoría. El futuro deberá basarse en una nueva realidad. En la tabla siguiente podemos apreciar como se inicia un punto de inflexión en el peso de cada concepto de gasto (Clasificación COI-COP) tras la crisis de 2007 y que rompe las tendencias generales previstas con anterioridad a ella.

**Tabla 1: distribución del gasto de los hogares en porcentaje sobre el total del gasto anual**

Grupos COICOP	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Alimentos y bebidas no alcohólicas	18.73	18.10	17.81	17.62	17.91	17.95	17.15	16.36	14.38	14.20	14.54	14.39
Bebidas alcohólicas y tabaco	2.57	2.43	2.39	2.35	2.29	2.27	2.24	2.07	1.84	1.88	1.93	2.05
Vestido y calzado	7.19	7.39	7.47	7.39	7.23	6.84	6.68	6.62	6.84	6.58	6.13	5.79
Vivienda	29.83	30.91	30.23	30.28	31.41	31.85	31.89	32.62	24.81	25.63	27.25	29.43
Menaje	4.68	4.52	4.92	4.83	4.71	4.69	4.51	4.57	5.93	5.66	5.20	5.04
Medicina	2.35	2.25	2.13	2.13	2.03	2.12	2.23	2.19	2.95	2.98	3.20	3.20
Transporte	11.74	11.76	11.43	11.42	10.46	9.90	10.47	10.83	14.74	14.36	13.66	11.98
Comunicaciones	1.89	1.96	1.96	2.11	2.28	2.42	2.61	2.75	2.84	2.91	3.04	3.14
Ocio y cultura	5.82	5.61	5.99	6.00	5.85	5.84	6.13	6.09	6.93	7.02	6.89	6.79
Enseñanza	1.34	1.31	1.23	1.15	1.15	1.13	1.06	1.02	0.91	0.91	0.92	0.93
Hoteles, cafés y restaurantes	8.84	8.64	8.82	8.79	8.69	8.97	8.88	8.75	9.91	10.17	9.60	9.42
Otros	5.02	5.11	5.62	5.92	5.98	6.01	6.16	6.12	7.94	7.70	7.64	7.84

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Presupuestos Familiares.

Hay que considerar que la encuesta se refiere a gastos ya efectuados en el pasado y que, si bien la crisis se inicia en el verano de 2007, no será hasta mediados del año 2009 cuando sea reconocida en toda su crudeza por la sociedad española. Aún así, podemos observar la, hasta 2009, insensibilidad del gasto en alimentación (que resiste gracias a la estrategias de precio), la paulatina disminución del gasto en consumo de bebidas en los hogares, que nuevamente comienza a repuntar en 2007. La reducción del gasto en vestido y calzado desde 2007 y sobre todo, el crecimiento del gasto en vivienda, agua, electricidad o gas, que para el 2009 ya ocupa casi el 30% del gasto de los hogares. La vivienda compromete un porcentaje cada vez más elevado de los ingresos, siendo un

gasto poco flexible para actuar sobre él. Se conserva la tendencia al incremento del gasto en salud y comunicaciones. El gasto en ocio y cultura muestra una resistencia no reduciéndose en paridad a otros consumos. Este diagnóstico sobre la estructura de gastos pasada, muy probablemente infraestimaré los cambios futuros. Sin embargo, ya es posible comenzar a apreciar los inicios de la reestructuración del consumo de los españoles como consecuencia de la crisis.

#### *1.4. Elementos metodológicos para una prospectiva poscrisis*

Lo esencial en cualquier estudio prospectivo a corto y medio plazo es conocer las reglas empíricas de comportamiento del fenómeno social así como los parámetros cualitativos que puedan dar forma a las adaptaciones que producen los cambios. Esto es especialmente importante en el caso del consumo, fuertemente dependiente de la coyuntura económica y en ese sentido profundamente volátil. Esta volatilidad se ve acentuada por las propias dinámicas de innovación de los productos y servicios, la obsolescencia programada o las expresiones y valores simbólicos que la comunicación y la publicidad introduzcan en los productos y los servicios. Cualquier bien o servicio esta lleno de un conjunto de significados y valores que son los que le dan su verdadera dimensión. Y esto adquiere una importancia especial en una situación de contracción de renta. En ese sentido, hablar de prospectiva (de la cantidad y de la forma que adopte el consumo y ocio en la vida cotidiana) exige conocer las reglas y los nudos de significado con los que debe bregar el individuo. No parece claro que baste con revertir las reglas empíricas observadas durante la época de crecimiento. Una vez conformada la sociedad de consumo española, ésta habrá producido elementos de resistencia sociales que se oponen a un retroceso bruto a una vida cotidiana anterior. Serán precisos más elementos para una estimación del futuro estable.

El fenómeno de la vida cotidiana, consumo y ocio viene enmarcado y explicado desde tres frentes complementarios. Como resume Rebollo Arevalo (Madrid, 2001) sobre el comportamiento inmediato, a corto plazo, de gasto en consumo de los individuos influyen tres grandes tipos de factores condicionantes. Dos de ellos son de orden externo a los propios individuos (aunque no son independientes de las decisiones conjuntas de los individuos de una sociedad en tanto que consumidores): la evolución del sistema económico que determina el nivel de renta disponible por las familias y la oferta de productos, bienes y servicios, existentes en el mercado. El tercer factor condicionante del gasto en consumo que tratamos aquí es de orden interno a los individuos y está formado por el programa de gasto que recoge la planificación del consumo a medio y a largo plazo con el que pretenden conseguir el nivel de vida y

estatus social deseado. En el programa de gasto de los individuos se resumen todos los condicionantes indirectos, económicos y culturales, que influyen en la determinación del objetivo de consumo de los individuos. Hay que considerar que la evolución del sistema económico no solamente condiciona el nivel de rentas. También otros elementos, como la organización del trabajo, tienen un impacto directo sobre como se vive la vida cotidiana.

El sistema productivo (su organización en jornada continua, partida, tipo de contratos, etc.) obligan a un tipo de vida u otro (comer fuera de casa, por ejemplo). El otro factor es el de la oferta y las formas que adopta, en parte reflejando los cambios que exige la situación económica. En dicho ámbito la publicidad y su efecto sobre la definición de estilos de vida, de consumo y ocio es esencial, al acomodar la forma que adopten las ofertas: marcas blancas, viajes organizados con todo pagado, etc. Por último, el tercer factor o dimensión viene definido por las motivaciones profundas relacionadas con las necesidades sociales de los ciudadanos y que intentan cubrir con las formas que adopta el consumo.

Siguiendo las propuestas de Alaminos y Penalva (2009) para el estudio de la vida cotidiana serían tres las dimensiones que configuran la actitud hacia el futuro. La gestión del poder y el conflicto (tiene que ver con la legitimación del sistema político y económico), reducción de incertidumbre (ante el futuro, que puede incrementar el ahorro frente al consumo) e identidad. Esta última, parece actuar especialmente para el caso español en la crisis actual. En la vida cotidiana en España, el estudio del futuro del consumo y el ocio se concentrarían en determinar la forma con que se establecen las respuestas al cambio en dichos desafíos. En relación al poder, en qué forma el consumo (la sociedad de consumo) puede continuar dando legitimación al sistema político y económico. Esa tensión entre un régimen político democrático y la crisis de la sociedad de consumo es una de las dinámicas que genera los actuales movimientos sociales. No violentos en España, pero claramente violentos en el resto de Europa. A efectos de este análisis, centrado en la vida cotidiana, no se considerará la tensión generada por la crisis entre las expectativas de la sociedad (especialmente jóvenes) y la legitimación política.

La respuesta a la incertidumbre (generada por desempleo, inflación, falta de crédito, retirada de incentivos fiscales, etc.) es la que da cuenta del nivel de gasto y con ello el tipo de consumo. Otra respuesta a la incertidumbre está basada en el ahorro. Sin embargo, esta respuesta producto de la aversión al riesgo de la clase media, no llega a estar disponible para la mayoría, debiendo actuar con una reestructuración más o menos profunda del consumo que efectúan. En ese sentido, la incertidumbre es responsable tanto del nivel del consumo como

de la modificación que adopta. Esta modificación de las pautas de consumo está, asimismo, fuertemente condicionadas por la necesidad de conservar la autoimagen y la identidad social. Como sintetiza Rebollo Arevalo (Madrid, 2001. Pág.7) “El consumo, la cantidad y el tipo del consumo realizado por un individuo, contiene el código de signos con los que aquel se relaciona con otros individuos (para la adscripción a un determinado grupo social, para mantener un determinado estatus social) a la vez que proporciona la satisfacción de haber alcanzado el nivel y estilo de vida deseado”. Preservar la identidad social es un elemento clave en los futuros del consumo.

Es evidente que los tres factores se encuentran relacionados entre sí. Por ello, la noción de identidad no debe tomarse exclusivamente en términos psicológicos. La pertenencia y aceptación por parte de un grupo o clase también actúa reduciendo la incertidumbre debido a los beneficios que se reciben gracias a la adscripción.

En este texto nos ocuparemos secuencialmente del anterior marco analítico. Para conocer las expectativas futuras a corto y medio plazo de la vida cotidiana en relación con el consumo y el ocio, debemos considerar el elemento central que dinamiza el sistema: las previsiones económicas sobre el consumo en el corto y medio plazo, así como las imágenes sociales del futuro. No solamente por el cambio económico; también el sociodemográfico y tecnológico poseen un peso relevante en la configuración del futuro del consumo en la vida cotidiana. En segundo lugar, consideraremos desde un punto de vista integrado, la interacción entre oferta y estilos de vida, en su proceso de ajuste a las nuevas condiciones. La vida cotidiana se verá afectada por reestructuraciones evidentes. Sin embargo, para comprender las formas en que la sociedad se ajusta a los descensos de renta debe ilustrarse como se compatibiliza ese consumo con la necesidad de salvaguardar la propia autoimagen de posición social.

Una tendencia es una proyección en el futuro, generalmente con recorrido en el pasado y por lo tanto con una cierta consistencia. La situación de crisis actual hace que solamente la comprensión de los mecanismos sustantivos permita explorar las formas que puedan adoptar, de forma estructural las tendencias que se están alumbrando actualmente.

## 2. EL FUTURO DEL CONSUMO Y OCIO EN LA VIDA COTIDIANA

La vida cotidiana de los españoles ha experimentado una modificación brusca. Tras la euforia consumista que motivó la burbuja financiera e inmobiliaria, la repentina llegada de la crisis supuso un shock para los españoles. Existe sin lugar a dudas un antes y un después de 2007. Hasta qué punto represente un cambio estructural o coyuntural es una interrogante que solo el tiempo puede resolver.

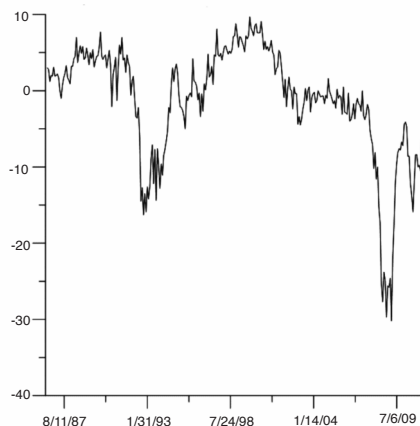
Las expectativas a corto y medio plazo (reforzadas por la situación internacional) estarán definidas por la evolución de la economía, así como del desarrollo de las nuevas tecnologías, especialmente de la comunicación, y sin lugar a dudas las tendencias sociodemográficas.

Las previsiones sobre la evolución de la situación económica son negativas. Las últimas reformas del mercado de trabajo consolidan como permanentes las situaciones de precariedad laboral. Independientemente que un trabajador temporal pueda en la práctica ser indefinido (mediante renovación encadenada de contratos) su orientación psicológica hacia el consumo y el ocio se verá, sin lugar a duda, afectada por el reconocimiento de esa realidad: la precariedad de sus ingresos. Esto conferirá una fragilidad especial a los proyectos vitales. La contención salarial negociada entre sindicatos y empresarial, al menos hasta el 2014, el incremento del desempleo, la moderación del crecimiento de las pensiones, en un contexto de inflación e intereses hipotecarios al alza. A ello se suma la supresión de estímulos fiscales al consumo (cheque bebé, devolución de 400 euros, etc.) o los planes de renovación de coches. Incluso la reforma constitucional para poner techo al gasto público (en forma de deuda) anuncia que la situación es a largo plazo. Las previsiones según los diferentes centros de estudios financieros, FUNCAS, BBVA, Banco de España y otros, coinciden en la situación del consumo interno en España en sus previsiones a corto plazo. Todos los indicadores hablan de un estancamiento y reestructuración del consumo. Los españoles no están nada confiados en la evolución de la situación económica. Es algo muy visible considerando los datos de las encuestas y la tremenda volatilidad de las opiniones tras el reconocimiento social de la magnitud de la crisis, que encuentra su mínimo de confianza en 2009.

**Gráfico 1: indicador de confianza  
1986-2011**



**Gráfico 2: situación financiera en  
los próximos 12 meses (1986-2011)**



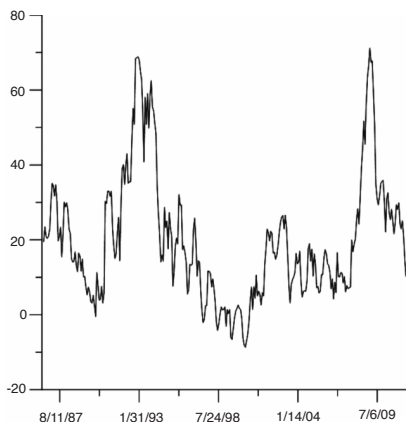
**Gráfico 3: situación económica general de España en los próximos 12 meses (1986-2011)**



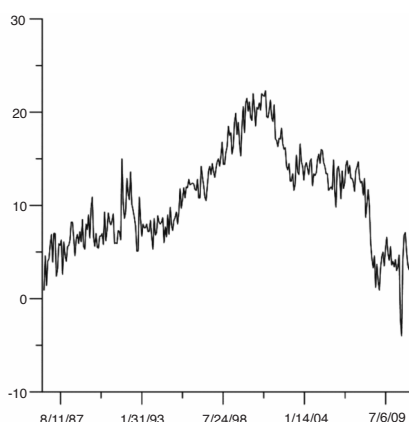
**Gráfico 4: tendencias de los precios en los próximos 12 meses (1986-2011)**



**Gráfico 5: tendencias del desempleo en los próximos 12 meses (1986-2011)**



**Gráfico 6: situación económica del hogar (1986-2011)**



Fuente: Elaboración propia sobre datos Comisión Europea. Junio de 2011.

En los gráficos mostramos la evolución de la confianza del consumidor español (Gráfico 1), así como las expectativas sobre el futuro que tiene la sociedad española para los próximos 12 meses en su situación financiera (Gráfico 2), la evolución de la economía española en los próximos 12 meses (Gráfico 3), la tendencia esperada en los precios (Gráfico 4), las tendencias esperadas en la

evolución del desempleo (Gráfico 5) y la situación de la economía de su hogar (Gráfico 6). Como podemos apreciar en los gráficos anteriores, la mayoría de los indicadores que reflejan la percepción de los españoles de la situación para el futuro inmediato (a 12 meses) se comportan de forma sincronizada. Los datos los expresa la Comisión Europea en forma de saldos entre los que perciben el futuro negativamente y los que lo hacen positivamente. Los individuos ven menos grave su situación personal o la de su hogar que la de la sociedad. Este primer diferencial, que reflejaba más el miedo generalizado que la experiencia personal, se reduce con el transcurso del tiempo y la crisis va calando hasta los hogares. Es algo en lo que coinciden los analistas. Así, considerando sus propios datos, el informe de Millebrad de junio de 2011 reconoce como “Un hecho especialmente relevante en el mes de junio es la percepción de que la crisis está afectando mucho a la situación económica de los hogares. Más de la mitad de los entrevistados opina que la crisis está afectando cada vez más a sus economías domésticas. A este respecto, manifiestan percibir descensos en sus ingresos, inseguridad en el empleo, agobios con las hipotecas, incrementos de precios en los productos básicos e incertidumbre ante el futuro en cuanto a su estabilidad financiera.” Esta tendencia de difusión social de la crisis se refleja por todas las estadísticas. Según la *Encuesta de calidad de vida* del Instituto Nacional de Estadística, se han incrementado el porcentaje de hogares con dificultad para afrontar gastos relacionados con la vivienda (7,7% en 2010), con un crecimiento significativo desde el 5,4% de 2008. Las previsiones son claramente pesimistas. Más aún, considerando la evolución de los precios o el desempleo.

En el caso del indicador de confianza existe una relación empírica entre este indicador y la evolución del consumo. Como evidencian Cabrero, Gallego y Sastre (2010), los indicadores de confianza del consumidor tienen una mayor eficacia predictiva del consumo en tiempo de crisis y cambio coyuntural (crisis de 1991-1995 y crisis de 2007-2009). Esta mayor capacidad explicativa en tiempos de crisis puede ser debido (pag. 115) “Parece, por tanto, que el indicador de confianza presenta un contenido informativo adicional al del indicador sintético de consumo. Una interpretación posible de estos resultados es que el indicador sintético contiene, principalmente, información sobre el gasto que los consumidores ya han realizado, mientras que las encuestas de opinión aportan información sobre sus planes futuros a corto plazo.” Históricamente, el consumo privado y los indicadores de confianza del consumidor y del comercio minorista han tendido a moverse conjuntamente de manera muy estrecha en los períodos de expansión y desaceleración cíclica. En definitiva, “los agentes no se comportan de forma homogénea a lo largo del tiempo, sino que modifican su



actitud en menor medida en períodos de bonanza económica que en situaciones de desaceleración o crisis, en los que aumenta ostensiblemente la probabilidad de situaciones desfavorables. Es en esos momentos cuando la información que aportan las opiniones de los consumidores respecto a los cambios en su actitud y grado de confianza puede resultar más relevante para predecir el gasto agregado en consumo”. Tomando en ese sentido, el índice de confianza como un indicador anticipado, está claro que no se prevé una recuperación rápida del consumo. Menos aún, dada la volatilidad que refleja una profunda incertidumbre sobre los próximos meses.

La actual crisis económica, generada por una burbuja financiera e inmobiliaria ha coincidido con un punto álgido de la expansión de los gigantes asiáticos, que entran a competir en los mercados occidentales con organizaciones del trabajo cuasi esclavistas combinada con una innovación tecnológica notable. La actual reacción de las economías occidentales han incidido en las modificaciones del mercado de trabajo y de los modelos de bienestar. En ese sentido, la crisis actual no es una coyuntura aislada, sino que podría alumbrar una modificación sustantiva de las formas adoptadas hasta ahora por la sociedad de consumo.

Es evidente que nos encontramos en un punto de inflexión, donde el sistema económico se encuentra en fase de modificar su relación con la sociedad. Unos cambios que claramente afectarán a los estilos de vida. En ese sentido, las tendencias preexistentes de carácter social se mantienen muy estables, en lo referido a las tasa de natalidad de los españoles, edad cada vez más tardía para casarse, crecimiento de hogares uniparentales y diferentes tipologías de hogares, incorporación de la mujer al mercado de trabajo, etc. El cambio esencial, la disrupción que condicionará el ajuste posterior, ha procedido de la economía.

En la situación anterior, los españoles reaccionarán adaptando sus hábitos cotidianos a la nueva realidad económica que surge. Sin lugar a dudas efectuarán modificaciones que afectarán tanto a la cantidad como al destino de sus gastos en consumo. En la medida que consumir y vivir han llegado a ser casi sinónimos en la vida cotidiana española actual, los españoles deberán vivir de forma diferente. No todos evidentemente. El origen del nuevo escenario es de naturaleza económica, y muy probablemente, afectará negativamente incrementando las desigualdades sociales. Las clases altas no parece que introduzcan modificaciones sensibles en su estructura de consumo, en la que ya habían entrado en comportamientos que experimentaban el efecto techo en sus incrementos. Será a las clases medias altas, y de ellas hacia abajo, a quienes, con una mayor o menor intensidad, afectarán los cambios. Responder a las formas de la vida cotidiana en un futuro a corto y medio plazo, y especialmente en

relación al consumo y al ocio, exige determinar los condicionantes que, junto a la reducción de renta, actuará modulando la estructura de gasto de los españoles. De qué se puede o no prescindir y en qué forma, exige intentar un conocimiento un poco más profundo de los parámetros en los que se orienta el ciudadano español.

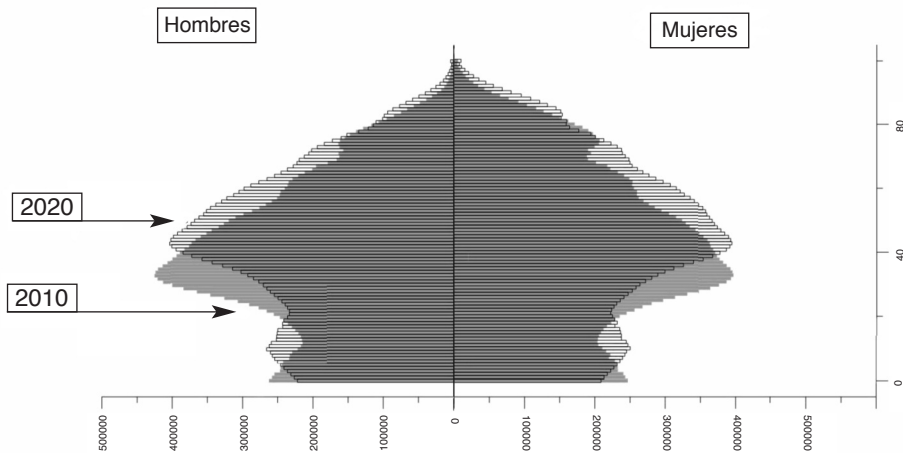
Como ya ha sido advertido, los estudios de futuro que puedan tener alguna vigencia son aquellos que se efectúan con posterioridad a la crisis económica y que incorporan elementos cuantitativos y cualitativos en el análisis de los consumidores. No son muchos los estudios prospectivos que reúnen estas características. La crisis económica ha representado una ruptura en las tendencias de consumo que se prolongaron durante décadas en España. Hacia principios del siglo XXI, en la sociedad española, el efecto de la incorporación de la mujer al mercado de trabajo ya había sido amortizado en términos de efecto sobre el consumo cotidiano. El consumo rural y el urbano se habían homogeneizado gracias a la extensión y estandarización de bienes y servicios. La composición de los hogares en combinación con los niveles de renta explicaban aún de forma significativa los diferentes segmentos de consumo. Ahora, en este nuevo contexto de retracción del consumo, en España, está aún por estudiar las posibles modificaciones sobre la estructura de gasto de los hogares, sobre todo por falta de series de datos.

En esta situación en particular, las variables que adoptaran un peso propio importante a medio plazo son de carácter demográfico y de desarrollo tecnológico, especialmente de la comunicación; las nuevas tecnologías son recursos que emplean tanto la oferta como la demanda para ajustarse en este nuevo escenario donde interactúan las innovaciones más o menos previstas con las obligadas por las circunstancias.

A medio plazo, un factor con una importancia fundamental en España será la estructura demográfica. La estructura de edades ha sido siempre muy significativa para explicar cómo se ejerce el consumo en la vida cotidiana. Como han advertido varios autores el consumo difiere notablemente en función de la edad. Y una característica clave de la sociedad española es su progresivo envejecimiento.

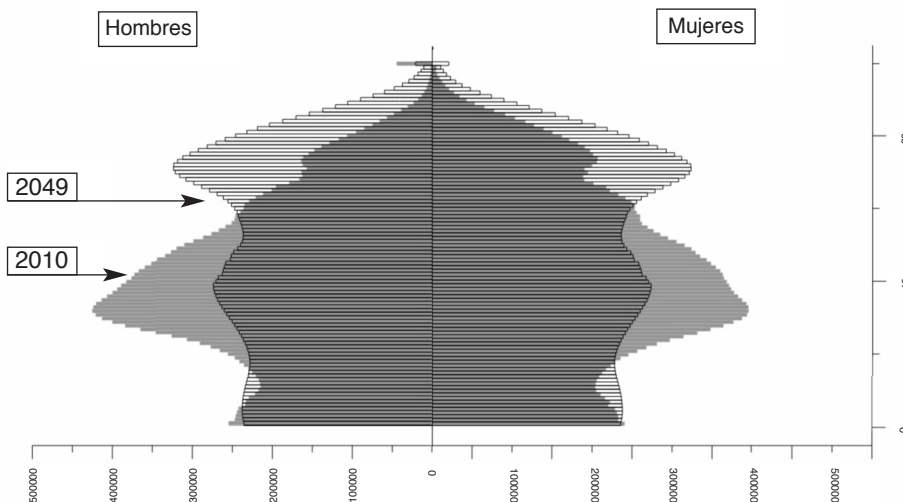
Así, desde hace tiempo se aprecia un aumento en la edad media para contraer matrimonio o tener el primer hijo. Una baja natalidad y el incremento de la esperanza de vida está provocando que en el hogar medio español hay más padres que hijos; que la edad media para formar un núcleo estable se atrase; y que cada vez más mujeres se incorporen al mercado de trabajo, cambiando las funciones en los hogares y el consumo. Pero lo más evidente es el progresivo envejecimiento de la sociedad española. Los gráficos muestran las pirámides de población para el 2020 y 2040, a partir de las proyecciones de población efectuadas por el INE.

Gráfico 7



Fuente: elaboración propia sobre Proyección de población a corto plazo. INE

Gráfico 8



Fuente: elaboración propia sobre Proyección de población a largo plazo. INE

Es perfectamente apreciable el envejecimiento de la población española. Ya para el año 2020 se estima que el mayor incremento se producirá en el grupo de edad de mayores de 64 años, que crecerá un 19,2% en la próxima década. Ello

supondrá añadir 1,44 millones de personas de estas edades a los residentes en España. Se supone que la esperanza de vida se incrementará casi dos años en los varones y 1,5 años en las mujeres. Las tasas de dependencia nos habla de un 29,8% en 2020 de los mayores de 64 y 25,3% menores de 16. En conjunto un 55,1% para 2020. Estas circunstancias invitan a un cambio de estrategia en las empresas, que deben cambiar su orientación hacia el desarrollo de productos y servicios para la gente de más de 50 años (más del 30% del mercado).

Hay que destacar la falta de estudios significativos que efectúen una prospectiva sobre el modo como la tercera edad vivirá su vida cotidiana desde la óptica del consumo. Es evidente que los mayores del futuro se alejarán cada vez más de los rasgos propios de los actuales. Tomemos como ejemplo una de las mayores fuerzas de transformación actual: Internet.

**Tabla 2: personas que han utilizado Internet en los últimos 3 meses**

	Edad: De 16 a 24 años	Edad: De 25 a 34 años	Edad: De 35 a 44 años	Edad: De 45 a 54 años	Edad: De 55 a 64 años	Edad: De 65 a 74 años
2004	75.5	57.6	43.9	29.7	13.7	3
2005	79.7	64.7	48.8	32.1	17.3	3.7
2006	82.8	66.7	54.3	39.6	17.9	5
2007	86.3	72.6	57.1	45.9	21.1	6.4
2008	90.3	78.3	63.7	50.8	24.6	8.9
2009	92.3	80.1	68.2	54.9	29.1	11

INE Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2010

**Tabla 3: personas que han comprado a través Internet en los últimos 3 meses**

	Edad: De 16 a 24 años	Edad: De 25 a 34 años	Edad: De 35 a 44 años	Edad: De 45 a 54 años	Edad: De 55 a 64 años	Edad: De 65 a 74 años
2004	6.3	10.1	6.7	4.1	1.5	0.2
2005	9.7	13.9	10.7	4.7	3.2	0.7
2006	13.1	16.9	12.4	7.6	3.9	0.6
2007	16.5	21	15.1	11.6	4.4	1.3
2008	17.6	22.2	14.4	11.7	4.6	1
2009	18.9	25.1	18.6	13.4	7.2	1.7

INE Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2010

Tanto para utilizar internet, como para haber efectuado compras a través de la red, se incrementa año tras año el número de usuarios; dentro de veinte años, en una estimación muy conservadora, al menos el 55% entre 65 y 74 años usará internet.

Se combinarán las dos dinámicas, de crecimiento progresivo del uso de internet y al mismo tiempo de envejecimiento de los usuarios. Sin embargo, es casi un tópico encontrar referencias actuales sobre que a los mayores no les gusta demasiado las compras telefónicas o por Internet, porque valora el trato con el comerciante. Es evidente que los mayores del 2020 o 2040 poco tendrán que ver, en términos de confianza con las nuevas tecnologías de la comunicación, con los de principios de siglo. Simplemente porque los usuarios envejecerá junto a Internet. Esta realidad ya es reconocida por el informe sobre la sociedad de la información del servicio de estudios de telefónica de 2010 donde advierte que los segmentos más maduros toman el relevo del crecimiento en la digitalización y la realización de actividades usando Internet con tasas de crecimiento muy superiores a la media en los últimos dos años. Así entre los internautas, no existe una gran diferencia según edades en la adopción del terminal móvil como dispositivo de acceso, e incluso son los internautas entre 54 y 65 años los más proclives a su utilización y tienen mayor tendencia a poseer una tarifa plana contratada. Además, los usuarios de Internet móvil en el segmento entre 45 y 54 años se conectan con mayor frecuencia y durante más tiempo que la media de la población. Incluso para determinados dispositivos electrónicos, como el e-Reader los Early Adopters pertenecen en mayor medida a segmentos maduros; la tasa de adopción entre los usuarios de 45 y 54 años es prácticamente el doble de la media, mientras que la tasa de adopción entre 55 y 64 años es el doble que la que poseen los ciudadanos entre 25 y 34 años.

La sociedad española estará más envejecida, pero si no se producen cambios drásticos en el sistema económico, también será receptora de una renta estable. Ciertamente de una cuantía limitada, pero muy posiblemente con otros gastos (como el que el pago de la vivienda) ya amortizados. Muy posiblemente aparecerán nuevos productos financieros que reconocerán y se ajustará a esta realidad potenciando las posibilidades de consumo y ocio. No debemos olvidar, asimismo, que se mantendrá el fenómeno de los dobles ingresos en muchas de las unidades familiares, consecuencia de la incorporación de la mujer a la vida laboral. En conjunto, una parte sustantiva de la población mantendrá, muy posiblemente, unos hábitos regulares y planificados de consumo y ocio. Según Grande (2002) el consumidor mayor de 65 años sería propenso al ahorro y la actividad de consumo adquiere rasgos propios y diferenciales. Por ejemplo, el hecho de efectuar compras con mayor regularidad, sobre todo alimenticias,

en comercios que permite la relación social. El consumo, con carácter general, adquiere unos rasgos lúdicos que no posee para otros segmentos de edad, que disponen de menor tiempo libre. Sin embargo, no es probable que se mantengan la mayoría de las previsiones sobre el mayor de 65 años que toman como referencia el mayor actual. Así, se advierte que el mayor de 65 años recorre varias tiendas para informarse y conversar con los dependientes antes de comprar. Muy probablemente, en el futuro estén mejor informados que los dependientes, dado que la combinación de tiempo libre y acceso a Internet harán de ellos unos clientes muy cualificados. Esa posibilidad de evaluar la relación calidad-precio será desarrollada en todas las actividades, desde ocio hasta el consumo diario. Muy posiblemente se diluya esta resistencia a los nuevos productos que ese detecta en la actualidad; especialmente siguiendo la lógica de calidad-precio que aparece asociada a las innovaciones.

El envejecimiento llevaría aparejado un incremento en la necesidad de cuidados sanitarios, que también estará muy vinculados a los desarrollos tecnológicos, de forma que la robótica y otros servicios de cuidado y vigilancia se irá haciendo habituales en los hogares. Este proceso ayudará a mejorar la calidad de vida. De hecho, la e-administración está muy desarrollada en España. Lo que ya permite realizar solicitud de visitas médicas por internet así como otras gestiones de mayor desarrollo futuro como la receta electrónica o incluso el diagnóstico a distancia. Además, dada la prolongación de la esperanza de vida aparecerán opciones muy variadas de alojamiento para mayores, incrementándose las ofertas y su diversidad, así como que se incremente a corto plazo la convivencia intergeneracional en un mismo domicilio.

A medio plazo se incrementará la adquisición de productos mediante el e-comercio. A ello contribuirá las ofertas de precio y la diversidad de productos. Muy posiblemente se incremente el consumo en productos de estética o peluquería, tanto por parte del hombre como de la mujer. “Junto al público masculino, aumenta también el rango de edad a un perfil entre 30 y 55 años debido al incremento de ofertas atractivas para las diferentes segmentos de población y de nivel adquisitivo heterogéneo. Así, los planes de belleza, las propuestas gastronómicas y el cuidado personal son por este orden las categorías preferidas por los españoles, han añadido ofertas enfocadas a diferentes edades. De hecho, gracias al potenciamiento de los tratamientos “antiaging”, el porcentaje de usuarias en el rango de edad entre 45 a 55 años ha ido aumentando exponencialmente en los últimos meses”<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> LetsBonus.com. Análisis de perfiles de usuario en *Distribución Actualidad*. 2011.

También los gastos en parafarmacia y productos para cuidar la salud. En un futuro, las nuevas tecnologías darán potencialidades de ocio y consumo a los mayores que les permitirá mantener, ajustándose a los límites de su renta, parte de sus estilos de vida anteriores. Esto se hará más probable en la medida que la crisis y las respuestas a la crisis ya habrán introducido nuevos patrones de consumo cotidianos, más ajustados que ahora a las restricciones futuras de renta.

Resulta evidente que la vida cotidiana a medio plazo se verá modificada por el consumo creciente de los mayores de 65 años. Con carácter general es previsible un incremento de la creatividad de la oferta de consumo y ocio a los mayores. Un consumo que cambiará en muchos aspectos los productos actuales. Incluso en pequeños detalles. Por ejemplo se impondrá los “abrefáciles” y otros productos de uso simple que faciliten la vida cotidiana.

Otro elemento relevante es el formado por los jóvenes y lo que podría denominarse adulto-joven. En este caso, los estudios prospectivos hacen girar la vida casi completamente en torno a Internet. En algunos casos, llega a describir un joven prácticamente recluido en su casa y relacionándose, comprando y ejerciendo gran parte de su ocio a través de Internet. El informe “Teens 2010” presenta una prospectiva para 2020 de un joven que depende de sus padres, con los que se relaciona más bien poco; serán considerados como quinceañeros hasta prácticamente los 35 años y vivirán cómodamente con los padres dado que muchos serán hijos únicos. Con trabajos precarios, su gasto estará destinado sobre todo a la ropa y tecnología. El uso del ordenador se trasladará a dispositivos móviles, cuando el coste sea competitivo y su ocio será esencialmente basado en tecnologías, recurriendo a la información y la prensa a través de la red.

Al igual que para los mayores, el precio será la referencia clave también en el consumo de este segmento. Los jóvenes tenderán a quedarse en casa y el ocio se realizará en las redes, o en lugares próximos a su domicilio, donde el desplazamiento no suponga un coste adicional. Así mismo, comprará por Internet con más frecuencia que en la actualidad y se extenderá el uso compartido de productos como automóviles, viajes, alimentos, etcétera.

Como puede apreciarse, Internet parece que pasará a formar parte de la definición de joven. Sin embargo, las predicciones emplean un Internet poco evolucionado. Esencialmente en su forma actual. Internet en el futuro y las nuevas tecnologías que usarán los jóvenes de ese futuro será con bastante probabilidad muy diferentes.

Precisamente, un elemento común a cualquier prospectiva es la atracción por los efectos de las nuevas tecnologías, especialmente de la comunicación. Para la mayoría de los autores es el elemento central para estudiar cómo se puede vertebrar el futuro. El desarrollo futuro de la sociedad de la información,

sustanciado en torno a la red Internet, es la apuesta más segura sobre las transformaciones que experimentará la vida cotidiana. La razón es evidente. Internet es un bien sustitutivo con mayúsculas. Como se puede apreciar en la evolución de diferentes bienes y servicios. Así, sustituye claramente los medios de comunicación escrita como la prensa o revistas, las agencias de viajes, las librerías y los libros físicos, el correo postal, las tiendas de música, de video y un largo etcétera que crecerá en el futuro. En su carácter de bien sustitutivo es imparable. Especialmente por el coste. La tarifa plana cubre servicios cuyo coste agregado excede con mucho la tarifa de acceso. En un futuro, es previsible que se multipliquen las puertas de acceso pagadas a servicios en Internet. Aún así, en un escenario restrictivo de la red, la presencia de ofertas y oportunidades compensará los costes de conexión. Esta nueva realidad, y sus mejoras en velocidad y calidad, profundizará división social entre aquellos que están excluidos (coste, formación, acceso) y aquellos que pueden acceder.

Las consecuencias de esta brecha digital es especialmente grave, dado que implica una desventaja para optimizar la relación calidad-precio en términos de consumo. El no acceso a la red supondrá la pérdida de oportunidades. Oportunidades de consumo, pero también de empleo, formación y otros recursos disponibles en la red. De un modo más drástico que las restricciones que puedan desarrollarse imponiendo el pago por acceso a servicios. Existirán los excluidos de la sociedad de la información, pero también dentro de ella existirán diferencias de clase según los recursos. No todos podrán ver y disfrutar de la misma red. Esta generará espacios reservados, cerrados por la barrera del coste de acceso o inscripción. Se generará un equivalente social a las “burbujas personales” que Eli Pariser (2011) advierte que se producen debido a los mecanismos automáticos de selección que emplean los buscadores para optimizar la información que facilitan, sobre la base de los perfiles de anteriores búsquedas. Esta “burbuja personal” es invisible, mientras que las nuevas “burbujas sociales” en internet serán plenamente visibles.

En la sociedad de la información, el elemento clave continuará siendo el coste. El coste de acceso a la información, el coste de servicios, como telemedicina, control de salud, etc. El desarrollo tecnológico nos llevará a un mundo de posibilidades que son difíciles de imaginar, pero que no muchos podrán vivir o no podrán experimentar en todas sus posibilidades. Un ejemplo es la actual tendencia al Free. En este escenario se están planteando numerosas fórmulas, que combinan los modelos de consumo de contenido “Freemium”, permitiendo el acceso gratis al contenido base, y el “Premium” de pago por ítems o los basados en suscripciones. El éxito de dichos modelos radicará en su validez para todos, agentes y consumidores.



Junto a las ventajas que pueden revolucionar, gracias al coste, las formas de consumir se producirá la expansión de nuevos fenómenos como consecuencia del crecimiento de dispositivos y elementos que se conectan a la red. Lo que se ha dado en llamar Internet de las Cosas. Basada en la comunicación entre máquinas (M2M del inglés machine to machine) se podrán prestar un gran número de servicios normalmente englobados bajo las áreas de telemedida y telecontrol, como la de comunicaciones entre vehículos, la lectura remota de contadores (agua, luz, gas, etc.), la telemedicina y teleasistencia, servicios de seguridad y de telemando de aplicaciones empresariales o domésticas, entre otras muchas. Según el Informe sobre Sociedad de la Información 2010, de Telefónica, en España ya hay más de 2 millones de líneas móviles asociadas a máquinas. El crecimiento de líneas M2M es del 18,9% frente al 2,3% de las líneas convencionales. En la actualidad el 15% del crecimiento de líneas móviles se debe a este concepto. La interacción entre máquinas puede significar una revolución en las formas que adopte la vida cotidiana. Así mismo, el entretenimiento se irá convirtiendo cada vez más en una actividad multimedia: el 28% de usuarios españoles utiliza Internet y la televisión al mismo tiempo y por otro lado, Internet es a su vez utilizado masivamente para el acceso a contenidos visuales, ya que un 48% de los internautas visiona contenidos de este tipo en streaming (8 puntos porcentuales más que en 2009) con una media de 6,5 horas a la semana.

Considerando su efecto en la vida cotidiana, según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística, el número de ciudadanos que llevan a cabo actividades tradicionales de vida social y diversión ha disminuido en un 7% durante los últimos siete años, mientras que los que realizan actividades relacionadas con la informática han subido en 13 puntos porcentuales en este período, hasta alcanzar el 30%<sup>2</sup>. En España, Internet ha sobrepasado ya a la televisión en lo que a horas de uso se refiere, con 13,6 horas frente a 13 horas de media a la semana, y lo que es más importante, un 44% de los usuarios se sienten perdidos sin Internet frente al 30% de la televisión. Este sitio privilegiado que ocupa Internet es todavía más destacado en el caso de los jóvenes.

La crisis económica ha afectado produciendo un descenso en la demanda de los dispositivos de reproducción como de la de los propios contenidos en el marco de la industria del entretenimiento. En ese sentido, el futuro de internet en la vida cotidiana dependerá, más que nunca de las condiciones económicas que finalmente adopte. Un precio elevado de los contenidos multimedia (cine, música, etc.) podría desplazar a determinados usuarios hacia ocios más tradicionales.

<sup>2</sup> INE. *Encuesta de empleo de tiempo 2009-2010*. Julio 2010.

### 2.1. Los nuevos consumidores: el prosumidor ilustrado

Conforme a lo anterior, parece claro que el sistema educativo y la educación tecnológica modificará la conducta del individuo frente a los actos de consumo: los consumidores van a estar cada vez más preparados para distinguir entre los productos, las marcas y los establecimientos de venta que se les ofrecen, y van a estar en mejores condiciones para demandar y exigir aquellos bienes y servicios que realmente desean, con las características y atributos que más pueden satisfacerles y en los lugares y condiciones que más les interesen. La cualificación es especialmente significativa en el campo de las nuevas tecnologías de la información. Una posibilidad cada vez más real de la interacción entre internet y el activismo del consumidor es la expansión del prosumidor. El concepto fue propuesto originariamente por Alvin Tofler en 1980, si bien con un significado mucho más amplio que el empleado actualmente. Para Tofler los prosumidores son personas que consumen lo que ellos mismos producen. En lugar de venderlo crean para su propio uso, o para sus hijos, o para darlo gratuitamente. Es el caso de la información que se comparte en la red, la oferta de programas de libre uso, etc. Actualmente y sobre todo gracias a las innovaciones en las nuevas tecnologías, prosumimos en casi toda nuestra vida cotidiana. Internet, el sistema P2P y la web 2.0 o 3.0 está presente en todo lo que realicemos ahora con un ordenador (Facebook, Youtube, Spotify, Gmail...).

Llegados a este punto podemos decir que prosumir es la forma de consumir más extendida en el Siglo XXI. Tofler extiende el concepto de prosumidor a toda actividad que implica compartir gratuitamente. En esa dinámica, el prosumidor (combinación de productor y consumidor) sustituirá al consumidor. Comprar muebles en empresas como Ikea o juguetes que deben ser montados, servirse combustible en una gasolinera o comer en un autoservicio serían ejemplo claros de esa mezcla entre productor y consumidor. Esta hibridación se amplifica con las posibilidades que ofrece la sociedad de la información. Desde el punto de vista del marketing el concepto se reformula para destacar el carácter dinámico y activo que adquiere el consumidor bajo este nuevo enfoque. Marian Salzman introduce el término prosumidor en el marketing actual y destaca su carácter de “consumidor proactivo”. Un tipo de persona que quiere soluciones, menos proveedores, menos marcas, menos intromisiones en su vida, menos confusión y más productividad.

El prosumidor participa en un diálogo activo con los productores, donde muestra sus preferencias y recomendaciones. El hecho de consumir produce una interacción real en la red. Una conversación que se desarrolla colectivamente y denominado por Salzman como “triálogo”. El triálogo, es una conversación en un espacio controlado entre personas que se conocen. En ese sentido, la

noción de prosumidor en la sociedad de la información se refiere a una nueva forma de relación entre cliente y el proveedor, pero también entre clientes. En definitiva, nuevas formas de estructurarse el consumo.

La pasividad que caracterizaba al consumidor de la etapa anterior se ha transformado en auténtica proactividad. De modo que el consumidor ha dejado de ser un mero consumidor, llegando en ocasiones a convertirse en prescriptor e incluso beneficiarse del intercambio que realicen otros usuarios. Hoy en día, Facebook, Twitter, LinkedIn u otras redes sociales del estilo, hacen que la imagen de los negocios dejen de estar completamente controlado sus directivos.

En un futuro no muy lejano si las nuevas tecnologías, y sobre todo Internet, continua su expansión el ocio nos hará prosumidores activos. De esta manera, lo que ya hace una pequeña minoría de prosumidores en su tiempo de ocio, aportando y compartiendo información a través de Internet, ocupará una parte significativa de nuestra vida cotidiana. El prosumidor que elige, acepta, rechaza y diferencia bienes y servicios será el consumidor del futuro. Una persona que opina sobre los bienes y servicios que ha utilizado, al tiempo que da consejos y recomendaciones.

Para adaptarse al nuevo escenario, las empresas cambiarán y tendrán que buscar la forma de captar la atención de este “prosumidor” que controla directamente el mercado. Internet, será un canal que va a revolucionar la forma de comercializar productos y servicios, especialmente en su forma mixta (e-comercio y presencial). Se produzcan cambios en la publicidad debidos al nuevo medio y los precios serán la ventaja clave para emplear este canal.

Así, por ejemplo, como recoge el Informe sobre la sociedad de la información 2010, el crecimiento de los prosumidores permite la construcción de comunidades entorno a las marcas. Esta tendencia se está consolidando a lo largo de 2010. Así, se comparten ofertas, opiniones y en general se socializa la información en relación a los productos y servicios que vende una empresa. Permite además establecer un triálogo entre usuarios y marcas. En esta nueva tendencia las redes sociales tienen un papel importante y las principales empresas tienen presencia, por ejemplo, en Facebook.

La sociedad de consumo modificará ciertamente sus formas. Pero como vemos, también sustantivamente la figura del consumidor y su relación con el consumo como consecuencia del fuerte dinamismo de la tecnología.

En ese nuevo mercado que ofrece la red, El turismo y la electrónica fueron la primera ola de Internet, luego llegaron los descuentos, los outlets y todos los portales “busca ofertas”. Hoy en día parece que el consumidor ya entiende el canal y compra productos “normales” a precios normales, sin necesitar un incentivo externo. Entre estos productos normales, según Distribución Actualidad,

aparece la moda. En el e-commerce existen hoy en España más compradores online de moda (18%) que de electrónica (15%) o de libros (14%). Ello ha llevado a que las ventas de moda online se multiplicara por cinco durante el 2010 alcanzando los 206 millones de euros. Este fenómeno es previsible que crezca en un futuro. No obstante, en la actualidad, los billetes de transporte, las reservas de alojamiento y las entradas a espectáculos continúan siendo los productos estrella del comercio electrónico y de hecho, la red ha propiciado que sean consumidos de forma masiva.

Según Davara, el e-commerce actual muestra un predominio de las mujeres, con aumento de poder decisorio en compras y en cambios en los modelos, los jóvenes, y los seniors activos y que generan negocio más allá de la jubilación. Hoy por hoy y como consecuencia de la crisis, prosumidores a la defensiva en un entorno económico poco claro, que dirigen la demanda, las tendencias, la publicidad, el marketing y la venta, hacia caminos inexplorados en los que la tecnología es clave.

Si bien en la actualidad en España el e-commerce ofrece cifras muy bajas (7.870 mill € en 2010) muestra un incremento muy superior (+ 24,7%) al del resto de retailers con tiendas físicas. En un futuro las tendencias pueden ser crecientes, en la medida que se generalicen formas de pago seguras. Existen varias circunstancias que puede ayudar al desarrollo del e-commerce. Así, el fácil acceso a una gran variedad de productos, la facilidad de compra, poder comparar precios en la misma página, respecto a otros productos de la misma gama o de la competencia. Además, las opiniones de los demás usuarios sobre el producto o la empresa pueden ser de gran ayuda en el caso de incertidumbre.

Surgen además cada vez más oportunidades, que se van incorporando paulatinamente, para conseguir reducciones sustantivas del precio de los productos. Por ejemplo, en 2009 llegaron a España los cupones de descuento on line, que se unen a los clubs de ventas y los outlets para añadir ventajas comparativas al e-commerce. Al desarrollo del prosumidor, que influye y se organiza para obtener la mejor oportunidad, contribuye la fuerte penetración de internet, el encarecimiento de los productos y la persistencia de la crisis económica<sup>3</sup>. Otras opciones son las redes de compra colectiva, donde se busca el mejor precio o condiciones por el bien o servicio específico que desean.

Las mujeres formaban el grueso de usuarios en redes de compra colectiva, si bien el número de hombres que se incorpora a estos grupos crece<sup>4</sup>. Los hombres ya suponen el 30% de los compradores que emplean estos servicios. El

<sup>3</sup> Misoutlets.com. *Primer barómetro de outlets online*. 2011.

<sup>4</sup> LetsBonus.com. *Análisis de perfiles de usuario en Distribución Actualidad*. 2011.

resto, el 70% delimita un perfil medio de consumidor mujer, de 35 años de edad media y que accede a algún plan ofertado una media de dos veces y media al mes.

Muy probablemente este desarrollo del e-comercio producirá un aumento de las empresas que facilitan y gestionan las demandas y solicitudes de los consumidores, así como de empresas de gestión de envío, de control de opiniones externas y objetivas, de seguimientos de usuarios a través de la web para ayudar a elegir el producto, etcétera. En definitiva, la tendencia más probable es de convergencia de canales de relación entre comprador y vendedor, donde el e-comercio y la presencia física serán esenciales para la consolidación. Un fenómeno parecido se aprecia en la banca electrónica donde además de las oficinas virtuales, finalmente se implantaron oficinas con presencia física. En un futuro, el hecho mismo del consumo se verá conformado por la nueva figura del prosumidor y su potenciación gracias a la sociedad de la información.

## *2.2. Las estrategias del prosumidor*

Como destaca Pérez Canal (2010) “el consumidor ha cambiado en los últimos dos años más que en los 20 anteriores”. Esta afirmación, que se refiere especialmente al consumo en alimentación, puede fácilmente extrapolarse al resto del consumo en la vida cotidiana. Durante varias décadas tanto la descripción como la explicación de los hábitos y pautas de consumo de los españoles formaba parte de una tendencia global de incorporación, asentamiento y desarrollo de la denominada sociedad de consumo. Si embargo, actualmente asistimos a un punto de inflexión que posiblemente anuncie una nueva forma de consumir. Este cambio se inicia a nivel internacional y tendrá una expresión y reflejo especialmente intensa en el caso de la sociedad española, acostumbrada durante décadas a mejorar su consumo. La burbuja inmobiliaria permitió para las clases medias y bajas ejercer esa sociedad de consumo a la que se había incorporado con propiedad a finales del siglo XX, de una forma feliz y derrochadora. La sociedad española tendrá que proceder a modificaciones en sus estilos de vida para ajustarse a esta nueva etapa.

En todos los sentidos este nuevo escenario representa una novedad. Supone una reversión de las tendencias hasta ahora vividas por los españoles. Tras la crisis, los estilos de vida de los españoles de principio de siglo volverán a la normalidad anterior o deberán buscar fórmulas de consumo alternativas para su vida cotidiana. J.K. Galbraith (1996), afirmaba que los tiempos van cambiando y, por tanto, el coste alimentario, de indumentaria, de combustible y de la vivienda –que medía en términos muy elocuentes las penas y los goces de la sociedad de antaño– dejan paso a un nuevo nivel de vida en las economías modernas que abarca una vasta gama de productos y servicios, incluidos

artículos de considerable y hasta de extrema insignificancia. La novedad, es que los cambios no se producen ahora en el sentido de desarrollar y diversificar, si no más bien al contrario. La actual situación hace que los cambios se produzcan como consecuencia de una reducción en el consumo. Para los ciudadanos es el momento de optimizar y ajustar. Por ejemplo, la contracción de la renta familiar disponible, hacen que se adapten; así, aun cuando hay que mantener las comidas fuera del hogar debido a la organización de la jornada laboral, la tendencia es a llevar las comidas de casa, así como que en los lugares de trabajo existan espacios habilitados con microondas y otros servicios que son cada vez más utilizados. Una costumbre bastante europea por cierto. Esto implica preparar la comida en casa, y desplaza el ahorro a la compra de alimentos. Esta tendencia está muy probablemente para quedarse por las ventajas económicas que comportan. Desde una perspectiva más amplia, el prosumidor gracias a las nuevas tecnologías, a su formación e interés buscará soluciones concretas para afrontar los retos que le imponen la nueva realidad: el incremento de la incertidumbre y el desafío a su identidad social.

### 2.2.1. La protección de la identidad social

La sociedad española experimentó en las últimas décadas una rápida incorporación a la sociedad de consumo y la modernidad. La cualificación educativa de los españoles, la concentración urbana y otros factores bien conocidos imprimieron una conciencia de movilidad social ascendente, que para muchos se concreta en la simple consideración de clase media.

Para varios autores, España mantiene durante las décadas de los 80, 90 y principios de los 2000 un ritmo elevado de consumo, consecuencia de los incrementos en las rentas familiares disponibles. Esta aceleración produjo un fenómeno de igualamiento por el consumo entre clases. Rebollo Arevalo (Madrid, 2001) destaca esta convergencia de los hábitos de consumo. Su análisis muestra que, en general, el crecimiento de la renta ha propiciado la aproximación entre los hábitos de consumo de los individuos con diferentes niveles de renta. En concreto, muestra una mayor aproximación entre las estructuras de gasto de los distintos niveles de renta, e incluso una menor divergencia entre el volumen de gasto en consumo de los grupos con menor y mayor renta. Lógicamente, afirma lo anterior con todas las matizaciones necesarias respecto a los segmentos sociales invisibles, y atribuyendo la convergencia al incremento de consumo de las clases medias y la propensión al ahorro de las clases altas, que mantienen relativamente estables sus niveles de consumo. Por grupos de gasto la convergencia entre los diferentes niveles de renta fue mayor en alimen-

tación, artículos de mobiliario, menaje y conservación del hogar, transportes y comunicaciones así como en gastos de esparcimiento, enseñanza y cultura. Precisamente, entre todos los consumos, es el del ocio el que en mayor grado se encuentra asociado al estilo de vida. El ocio es una parte esencial de dicha convergencia aparente de clase, mediante el consumo.

Si bien es significativa esta convergencia en términos agregados, lo más importante es el efecto de movilidad social, que el consumo ha propiciado en la sociedad española. Un bienestar social sin raíces reales, al carecer de una acumulación de capital que respalde el estilo de vida adoptado. Este fenómeno, de movilidad social por el consumo y no por la acumulación real de capital o riqueza es el que se encuentra amenazado por la crisis económica. Desde la óptica subjetiva, las clases medias han experimentado un retroceso muy superior al real en términos económicos, al deteriorarse y contener su consumo. En las unidades familiares donde dos o más miembros del hogar trabajan ese impacto ha sido menor; pero se incrementa conforme el desempleo afecta a los componentes de la unidad familiar, agravándose notablemente en el caso donde todos los miembros de la unidad familiar se encuentren en paro.

Precisamente, la crisis actual vino antecedida por una espectacular burbuja inmobiliaria y del crédito que para muchos “intensificó” su reciente estilo de vida. La necesidad de conservar una imagen de sí mismos (tanto social como personalmente) produce un fenómeno interesante en las pautas de consumo. Estas pierden consistencia y determinados elementos de consumo mantienen su rigidez (los esenciales para la conservar la identidad o estatus social) mientras otros adquieren una gran flexibilidad. Es la respuesta en consumo a la necesidad de ejercer un rol de clase media a tiempo parcial (sobre todo en la dimensión de ocio) o de forma fragmentaria, mediante la conservación de determinados elementos percibidos por el individuo como distintivos de su autoimagen.

En ese sentido, la sociedad española vivirá una clara distinción entre las clases acomodadas (clases altas) y las clases que buscan acomodarse como pueden a los nuevos tiempos económicos, empleando información y tiempo para minimizar la disminución de renta. En esa clase que se acomoda será fundamental los nuevos prosumidores que intentan reducir el efecto de la crisis recurriendo a las posibilidades que le da la oferta de determinados productos para intentar minimizar y conservar la autoimagen de estatus que poseían antes de la crisis.

Ese acomodo del consumo conservando la imagen pondrá en marcha varios procesos en un futuro próximo.

- a) En el corto y medio plazo, en el ámbito del ocio, se producirá una acomodación temporal mediante la cual el ejercicio del consumo se efectua-

- rá de forma concentrada en determinados momentos del tiempo. Una forma de vivir la vida, mientras sea posible, correspondiente a una clase media a tiempo parcial. En un primer momento, la reacción ha sido tardía, por lo que se ejercía de clase media hasta la mitad de mes. Muy probablemente, a corto y medio plazo, a menos que se recupere el crecimiento económico, se efectuará una concentración del ocio en momentos temporales precisos. Algo semejante a un regreso del mito del sábado noche. Éste ajuste temporal permitirá el encuentro con los demás. Garantizando el ver y ser visto que forma parte de la identidad social.
- b) Se producirá, así mismo, una acomodación de los espacios. Por ejemplo, el consumo de bebidas alcohólicas, especialmente cerveza y vino, ha disminuido drásticamente en los bares, cafeterías y demás lugares de restauración. A cambio, se ha incrementado fuertemente su consumo doméstico. Esta retracción del consumo en los establecimientos públicos sigue la misma lógica que la del “botellón” entre los jóvenes. Constituye una respuesta de ajuste donde, deseando conservar la dimensión lúdica y de encuentro con los amigos, se busca un precio reducido. En un cierto sentido, la clase media hará “botellón” en el salón de sus casas. Pero continuará añorando el consumo fuera de ella. Hay que comprender que este comportamiento no es el deseado, en la medida que viene impuesto por las condiciones económicas. Desde una perspectiva amplia, podríamos pensar que las respuestas a la crisis nos acerca más a los comportamientos en su vida cotidiana de los ciudadanos del centro y norte de Europa. La respuesta de la oferta ha sido bajar los precios. Si se considera la contribución a la inflación de la hostelería y restauración, así como de las bebidas alcohólicas y alimentación, ésta es negativa en los últimos años. Tras una primera oleada de cierre de establecimientos, la oferta se está ajustando en precios y calidad. De recuperarse la confianza de los consumidores, el ajuste de precios permitirá el regreso a un ocio que refuerce el estatus.
- c) La tercera acomodación corresponde a las modificaciones en la estructura del consumo. En la medida que no existe un capital que respalde la autoimagen de posición social, ésta debe apoyarse en estrategias de fragmentación e hibridación así como en la lógica del precio. Las marcas han debilitado su peso, especialmente en el consumo de alimentación y bebidas no alcohólicas. En ese ámbito, de alimentos para el consumo doméstico, es donde se ha producido los cambios de hábitos más fuertes. Pero cambios que intentan respetar el principio de conservación de la



autoimagen. Esto da lugar a consumidores “collage”. En un análisis efectuado sobre los tickets de compra, Pérez Canal afirma “Nos pasamos muchos años en el sector intentando identificar y atender a nuestro cliente tipo. Después llegamos a la sabia conclusión de que no hay cliente tipo, sino tipos de clientes y nos lanzamos a segmentar nuestro marketing. Hoy nos encontramos con un cliente difícilmente clasificable y de imposible alineación de sus códigos de comportamiento. Un cliente que en una misma mañana puede comprar unos vaqueros de Armani y una camisa de Primark, o en la misma tienda y la misma hora buscar con fiereza la oferta más agresiva de mortadela y el producto más Premium del pasillo de pet foods en forma de canapés para el gato. Todo en el mismo tique”. Este ajuste heterogéneo en el consumo de los españoles será característico en los próximos años.

Una consecuencia de la crisis es que la sociedad española saldrá más desigual y con una estructura más que nunca definida por su relación con los ingresos: élites, fijos, precarios y desempleados. No obstante, es improbable en el corto y medio plazo que se vuelva a la identidad por la producción. Ello llevará a intentar minimizar la disonancia cognitiva entre renta y posición social subjetiva de las clases medias mediante el ejercicio del prosumo, intentando optimizar su consumo mediante el máximo valor y el mínimo precio. Como hemos visto reiteradamente, uno de los factores claves del futuro es el precio.

### 2.2.2. La incertidumbre

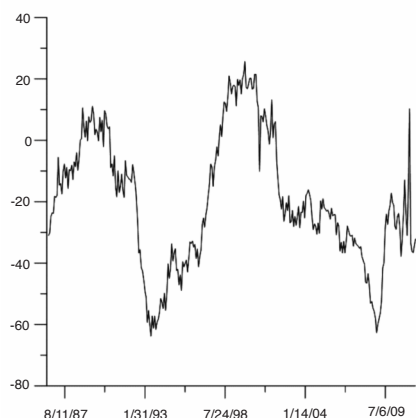
Esta incertidumbre que experimentan en mayor grado determinadas clases sociales, es conocida en economía o psicología como “grado de aversión al riesgo”. En España, el grado de aversión al riesgo (baja tolerancia a la incertidumbre) es muy elevado y se aprecia actualmente tanto en la contracción del consumo como especialmente en los deseos incumplidos de ahorro.

La incertidumbre se ha incrementado exponencialmente como producto de la crisis. Incertidumbre que traslada al individuo cada vez más el peso de la responsabilidad de cuidar de sí mismo y de su familia. Junto a los factores ya considerados, como precariedad laboral y desempleo, el estado de bienestar se encuentra en pleno retroceso. La reacción política a la coyuntura actual está adoptando una forma estructural. Un ejemplo de ello es la reforma constitucional de 2011, donde se establece un techo al déficit público. No es arriesgado pensar que a corto y medio plazo, el estado de bienestar y la protección social se van a ver debilitados. La amenaza del copago de servicios públicos presenta una probabilidad importante de realizarse. Son un conjunto de amenazas rea-

les y previstas que pesan sobre la sociedad española. La respuesta inmediata al incremento del nivel de incertidumbre ha sido efectuada sobre el consumo. Tanto tomando el precio como referencia clave (comprar más barato es una forma indirecta de ahorrar), como aumentando su intención de consumir seguridad mediante el ahorro. Esta última es una opción muy limitada y difícil, dado que la mayor parte del gasto está comprometida en gastos fijos como vivienda, electricidad, etc. Ciertamente la vivienda es una forma de ahorro, pero representa un capital inmovilizado de difícil empleo en caso de urgencia o necesidad. Por ello, aunque la teoría económica prevé que la disminución de ingresos conlleva un incremento de los gastos corrientes y de los ahorros, en la actualidad la sociedad española está efectuando un ajuste en el gasto, pero se ve incapaz de generar ahorro, aún cuando lo pueda desear. Esta situación contribuye a generar una cierta ansiedad social que reduce drásticamente la confianza. El gráfico 12 nos muestra la fragilidad en la intención de ahorrar en los próximos 12 meses. Podremos apreciar como tanto a finales de 2010 como inicios de 2011 se incrementa la volatilidad de una forma muy notable. Claramente refleja la tensión entre el deseo de ahorrar y el reconocimiento de su dificultad. Por ello la respuesta sobre la que se posee un mayor control ha sido la más extendida: reestructurar el consumo y optar por el precio mínimo.

El precio siempre ha sido un elemento clave para elegir un establecimiento de compra y dentro de él elegir un producto o una marca. En la actualidad es prácticamente uno de los factores decisivos. El español medio ha aprendido a diferenciar entre valor y precio, e intenta maximizar el primero y minimizar el segundo. Es la máxima de Mediamark con su “Yo no soy tonto”, que refiere al “solo el necio confunde valor y precio”. Esto da lugar por ejemplo, a los anuncios especialmente de ocio donde se destaca que por diferentes precios se tiene lo mismo, como es el ejemplo de Trivago. O el caso de empresas de distribución como LiDL con su frase “la calidad no es cara”. En ese ajuste entre identidad de clase y reducción de la renta disponible el slogan “la calidad no es cara” es perfectamente ilustrativo. Dado que el ascenso social se efectuó en el plano del consumo y ocio, la calidad puede mantenerse incluso comprando barato. En otras palabras es posible, dedicando atención y obteniendo información, mantener los rasgos distintivos de posición social y estatus que necesita los españoles de clase media para conservar su identidad social mediante el consumo. Aquí el prosumo adquiere toda su importancia. El gráfico 9 muestra la intención de efectuar una compra importante en los próximos 12 meses, el gráfico 10 la intención de adquirir un automóvil, el gráfico 11 de adquirir una vivienda y el gráfico 12, como ya se comentó, la intención de ahorrar.

**Gráfico 7: intención de efectuar una compra importante (1986-2011)**



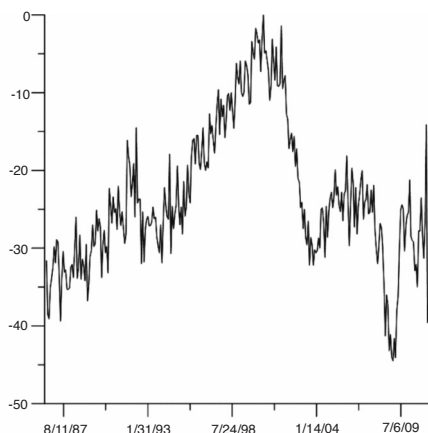
**Gráfico 8: intención de comprarse un coche en los próximos 12 meses (1990-2011)**



**Gráfico 9: intención de comprarse una casa en los próximos 12 meses (1990-2011)**



**Gráfico 10: intención de ahorrar en los próximos 12 meses (1986-2011)**



Fuente:Elaboración propia sobre datos Comisión Europea

Las tendencias son muy ilustrativas. Claramente decrecientes, muy negativas y muy fluctuantes en el caso del ahorro. No es factible efectuar una extrapolación sobre dichos datos en la medida que conducirían a una paralización en la intención de compra. Los españoles muestran una clara reticencia al consumo de bienes que representen un elevado compromiso de gasto. Y las dificultades para

ahorrar, donde los valores negativos dejan bastante claro la no expectativa de poder hacerlo en los próximos 12 meses. En definitiva, la incertidumbre rige las decisiones de los españoles y continuará haciéndolo en el corto plazo, dado que no se aprecian indicios de variación económica. En conjunto, la reestructuración futura del consumo en España será el resultado de la combinación entre las estrategias orientadas a la reducción de incertidumbre y aquellas otras que buscan mantener la imagen de posición social en la clase media.

Esta tensión entre la gestión de la incertidumbre y la necesidad de salvaguardar la autoimagen ya es muy visible en los esfuerzos para buscar el precio más competitivo. Pérez Canal refiriéndose a la reestructuración de las partidas de gasto afirma como “Durante muchos años, las partidas de gasto en las que se repartían los presupuestos domésticos españoles modificaban su ponderación décima a décima. En los últimos dos años, por el contrario, se han producido movimientos más bruscos y el fuerte incremento del gasto destinado a vivienda se ha compensado con una también brusca bajada en el presupuesto destinado a alimentación y bebidas. Hay partidas de imposible gestión (hipotecas, seguros, impuestos, salud...), otras de muy difícil renuncia (vacaciones, nuevas tecnologías, cultura...) y otras donde todos nos sentimos capaces de dar lo mejor de nosotros mismos, y la búsqueda del ahorro inteligente en el aprovisionamiento alimentario es una de ellas y la ejercemos con la fiereza que la situación se merece”. Es exactamente lo que podíamos prever a partir de nuestro modelo analítico. En un extremo la gestión de la incertidumbre, la hipoteca (la casa en propiedad, lo que es ahorro en definitiva), los seguros la salud, etc. y en el otro salvaguardar los rasgos de consumo y ocio en la vida cotidiana asociados a esa identidad de posición social adquirida mediante el consumo. Un factor muy importante para reducir la disonancia cognitiva es la publicidad. Sus expresiones más recientes están orientadas a rebajar la tensión entre calidad y precio.

Si bien durante bastante tiempo la identidad social mostraba una dependencia importante de las marcas, prácticamente todas las prospectivas anuncian un declive de estas. La crisis ha cambiado los hábitos de compra, pero también la percepción que los consumidores tienen de las marcas<sup>5</sup>. La reputación del fabricante no es suficiente para generar identidad en la clase media ascendida por el consumo. Especialmente debido a que los rasgos que atribuyen estatus se han desplazado en la nueva clase media hacia otros atributos y comportamientos. Esta clase media ya no emula a las élites (por sus marcas) si no a las clases medias altas profesionales y urbanas, cualificadas cognitivamente,

---

<sup>5</sup> Random *Marcas Creíbles*. Segundo trimestre 2011.

que fijan sus prioridades en la vivencia personal (viaje, ocio, cultura...) y no en la ostentación que reflejan las marcas. El español de nueva clase media no necesita insignias de estatus (función original de las marcas), que se perciben como anacrónicas. Su identidad de clase (autoimagen) nació y se consolidó sin ellas. Ahora las necesita menos que nunca. Por ejemplo, las crisis económicas en España de los 90, y la actual de finales de los 2000, muestran como el gasto en vestido y calzado es el más utilizado por los consumidores para ajustar a corto plazo sus compras cuando hay variaciones en los ingresos. No parece que estén cubriendo una necesidad social importante.

Al mismo tiempo, las marcas blancas o del distribuidor han alcanzado una notable importancia en España. Según Pérez Canal desde que existen registros alimentarios ningún país ha experimentado el avance de las marcas blancas o marcas del distribuidor como el experimentado en España en los dos últimos años. En paralelo cae el peso de la marca en el proceso de decisión. Los ciudadanos no entienden las razones sobre el diferencial de precio que intenta imponer algunas de ellas y se estaría produciendo un reajuste en la gran proliferación de marcas. Ahora prima lo sencillo y la visibilidad de la mejor oferta comercial. El ajuste por el precio será especialmente fuerte en el ámbito de la alimentación. Precisamente por la naturaleza de la clase media española.

Entre las primeras marcas y las marcas blancas puede surgir un espacio para los productos y marcas locales. Los productos locales contienen su propia historia y cultura; son especiales, no estandarizados y de producción limitada. Poseen todos los rasgos importantes para que los españoles de la poscrisis se encuentren cómodos con ellos. Un producto cercano, tradicional y con una historia que contar. Siempre que el producto no pase el listón del precio. Los beneficios también alcanzan a los distribuidores, al poder lograr rasgos de diferenciación respecto a la competencia. Algo que añadir a las fórmulas de descuento. En la medida que es óptimo para la clase media en apuros y para los distribuidores, es muy probable una expansión de los productos locales o regionales. También crecerán las ofertas multiproducto (3x2), o más cantidad de producto en el envase al mismo precio. En Reino Unido, más de la mitad de los productos de gran consumo se venden bajo promoción. En España ese porcentaje representa el 20% y es previsible su aumento en el corto plazo. Muy probablemente en la alimentación se produzcan modificaciones respecto a los que fueron tendencias anteriores. Así, se incrementará la compra más al día y con una mayor regularidad. Esta estrategia de compra optimiza el ahorro y está facilitada por los horarios de cierre de los establecimientos. Se incrementará el consumo del producto fresco y se cocinará mucho más en casa. Incluyendo la tupper-comida. La incorporación del hombre a las tareas domésticas, aún

muy limitada, encuentra sus pasos iniciales por la cocina. Los hombres cocinarán mucho más y en general se redefinirá la cocina como algo lúdico, aunque manteniendo una lógica práctica, funcional y ahorradora de tiempo. Se mantendrá la preferencia por el microondas y el horno, sobre el freír y se conservarán las tendencias hacia una alimentación sana y saludable. En la lógica del precio y del estilo de compra, tomará mucho peso el producto de temporada, primándose más la elección del sabor sobre la duración del producto.

**Cuadro 1: tendencias en alimentación**

Tendencias crecientes	Tendencias decrecientes
Fresco	Preparado
Local	Estándar
Temporada	Todo el año
Sabor	Longevidad-Apariencia
Próximo	Gran superficie
Pequeñas compras	Gran compra
Compra casi diaria	Compra semanal
Consumo doméstico	Fuera de casa
Preparación doméstica	Consumo restaurantes
Precio	Marca

Fuente: elaboración propia

Un caso especial es el definido por el consumo de ocio. De todos los gastos, el carácter de bienes de lujo y claramente diferenciadores de estatus social o de nivel de vida lo presentan los grupos de gasto en productos de “ocio” y “otros bienes y servicios”. Para varios autores, mediante el estudio de la Encuesta de Presupuestos Familiares del INE, el gasto en ocio y cultura es un grupo de gasto que caracteriza la evolución de los hábitos de consumo en España y que puede ser clasificado como gasto de lujo. Como ya señalábamos, la identidad social y la autoimagen se cifra desde la esfera del consumo. Y, especialmente, en el ámbito del consumo del ocio. Como resume González Molina citando a autores como Bordie y de Veblen, las experiencias emocionantes, grandes sensaciones y vivencias personales, constituyen estilos propios de vida, que dan identidad, distinción y símbolo personal a los que las practican. El ejercicio del ocio está asociado a la calidad de vida y expresa, claramente, las diferencias sociales. Ha surgido, y todas las estimaciones afirman su crecimiento, una fuerte diversifi-

cación de ocio tecnológico, asociado a Internet. Este tipo de ocio va desde los juegos en red, a la lectura, escuchar música o ver películas, o participar en espacios de alta interactividad virtual, como Twenty, twitter, facebook y otros. La importancia de este tipo de ocio y su efecto positivo sobre la autoimagen de estatus es elevada. De hecho, a pesar de la crisis, el gasto de los hogares españoles en comunicación adquiere cada vez más peso.

Otro aspecto relevante del ocio, destacado por el INE (2008), es su asociación con el viaje y el turismo. Así, en 2008 más de la mitad de los viajes realizados por residentes en España se efectuaron por razones de ocio, recreo o vacaciones. En la crisis actual, las posibilidades de mantenimiento de este consumo entre las clases medias es más dificultoso. Por ello, la importancia del consumidor se incrementa. Según Emailing Network<sup>6</sup> para 2011, un 40% de los españoles contrata sus vacaciones por Internet, si bien el 19% no viajará este año por la crisis y se incrementa la búsqueda de “chollos” tanto en agencias como por Internet. Se generaliza el “triálogo” y la mayoría de la población española consulta webs y opiniones de otros usuarios para planificar o reservar sus vacaciones y solo una pequeña parte de la población nacional (2%) no recurre a este tipo de informaciones. No obstante, se apuntan cambios en las tendencias de ocio, reforzándose otras opciones más próximas y accesibles que también protegen la autoimagen de estatus. Así, el informe muestra como el 60% de los consumidores españoles ha modificado notablemente sus hábitos de compra desde que utiliza la red, especialmente en lo que se refiere a viajes y entretenimiento. El 40% reconoce que consume más ocio (spas, masajes, entradas o restaurantes), aduciendo como causas principales, el precio y la comodidad. Sin duda la crisis económica y la situación posterior incentivarán este tipo de comportamiento en el ejercicio del ocio.

En resumen, podemos plantear la existencia de tres escenarios poscrisis. El primero de ellos, bastante improbable a corto y medio plazo, es el de una recuperación económica fuerte, que incremente el empleo y los niveles de renta de los españoles. En dicho escenario la pregunta clave es hasta qué punto los españoles conservarán los nuevos hábitos o recuperarán las pautas de consumo precrisis. El segundo escenario, plantea que la clase media española, en un sentido amplio, logrará mediante diferentes estrategias conservar su autoimagen de estatus y reducir las crecientes incertidumbres del futuro, dadas las nuevas condiciones laborales y del estado de bienestar. Es un futuro relativamente estable en términos de consumo, donde los precios y el control de gasto serán el parámetro principal. El tercer escenario, de carácter catastrófico, identifica

---

<sup>6</sup> Emailing Network *La revolución punto com*. 2011.

a una clase media incapaz de encontrar un equilibrio mediante la reestructuración del consumo y obligada cognitivamente al acomodo de la tensión mediante un reajuste en la identidad de clase. En este escenario, los procesos de ajuste de identidad (búsqueda de una autoimagen) y de reducción de la incertidumbre, puede desplazar los rasgos principales de atribución de estatus desde el consumo hacia otros ámbitos, sean en la producción u otros espacios ideológicos de tipo político o religioso. En este caso, la sociedad de consumo habría cerrado una etapa, y se abriría otra de mayor conflicto y búsqueda de legitimación del sistema en su conjunto.

## BIBLIOGRAFÍA

- AIMC (2011) *Navegantes en la red*. Febrero..
- Alaminos, A. (2007) “El cambio generacional en las sociedades postcomunistas: democracia y mercado”, *Sistema*. Mayo 2007. Págs 217-252
- Alaminos, A. y Penalva, C. (2010) “La vida cotidiana en la España del siglo XXI” en Salustiano del Campo Urbano y José Félix Tezanos Tortajada (Coord.) *España: una sociedad en cambio*. Biblioteca Nueva. Madrid. Págs. 153-198
- Luís Enrique Alonso y Javier Callejo “Consumo e individualismo metodológico: una perspectiva crítica”, *Política y Sociedad*, nº 16. 1994. Págs. 111-134
- Barbosa, P (2010) *Especulaciones y tendencias* StarBook. Paracuellos de Jarama.
- Cabrero, A.; Gallego, A. y Sastre, T. (2010) “El contenido informativo de las encuestas de opinión en periodos de crisis económica”, *Boletín Económico*, julio-agosto 2010. Págs 111-123
- Juan Ramón Cuadrado (1994) “Los españoles como consumidores de bienes, de servicios y de tiempo” *Revista de Occidente*, noviembre. 1994. Pags. 23-44
- Fundación Creafutur (2008) *Els hàbits socials i les NTIC: tendències*. Barcelona
- Fundación Creafutur (2010) *Teens 2010. Cómo son los adolescentes de hoy y cómo evolucionarán sus hábitos de consumo*. Barcelona.
- Davara, A. (2010) “Crisis, retailers y tiempo. Buscando a Proust” *Distribución actualidad* (Mayo).
- Club Oferting. *El abuelo internauta*
- Deloitte (2011) *Consumer 2020: Reading the signs*. London.
- Fundación Telefónica. (2010) *La sociedad de al información 2010*. Ariel y Fundación Telefónica. Madrid.
- Fundación COTEC (2010). *Tecnología e Innovación en España Informe Cotec 2010*. Madrid.
- Galbraith, J. K. (1996) *Una sociedad mejor*. Editorial Crítica. Barcelona.
- García, P (2009). *Repensar el consumo*. EIUNSA. Madrid.
- Grande, I (2002) *El consumo de la tercera edad*. ESIC.
- Instituto Nacional del Consumo (1999). *La tercera edad y el consumo*. INC. Madrid.
- Instituto Nacional del Consumo (2003) *Las tendencias del consumo y del consumidor en el siglo XXI*. Madrid.



- Instituto Nacional de Estadística (2008) "El ocio en cifras". *Cifras INE*.
- Martín Cerdeño, V. (2003) "El consumidor español. Factores que determinan su comportamiento" *Distribución y consumo*. Julio-agosto 2003. pag 11-29.
- MillwardBrown (2011) *Perspectivas del consumo. Índice de comportamiento del consumidor*. Junio 2011.
- Nueno, J. L. (1999) *El consumidor al filo del siglo XXI*, AECOC.
- Pariser, E. (2011) *The filter bubble. What the internet is hiding from you*. Penguin Press, New York.
- Pérez Canal, J. A. (2010) "Posibles tendencias para el comportamiento de los consumidores y la distribución comercial". *Distribución y consumo*. Nº 111, Mayo-junio 2010. Páginas 36-38.
- Rebollo Arévalo, A. (2001) *Estructura del Consumo en España*, (2ª edición) Instituto Nacional del Consumo. Madrid.
- ONU (2011) *The Report on the World Social Situation: The Global Social Crisis*, DESA.
- Salzman, M. (2011) *11 trends for 2011*. Euro RSCG Worldwidw White Paper.
- TNS (2011) "Cómo vive el consumidor en el mundo digital". *Digital Life*.
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Plaza & Janes. S.A. Barcelona.
- Trendwatching (2010) *11 Crucial consumer trends for 2011*. Enero 2010

ANTONIO ALAMINOS es Doctor en Sociología por la Universidad Complutense de Madrid. En la actualidad es Catedrático de Sociología en el Departamento de Sociología II de la Universidad de Alicante e investigador del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz. Sus principales líneas de investigación son integración europea, migración y aculturación, socialización, comportamiento político, desarrollo de escalas e indicadores, y métodos de investigación.



**UNA EXPLORACIÓN AL ESTUDIO DE LA VIOLENCIA.  
EL CASO MEXICANO**  
**AN EXPLORATION STUDY OF VIOLENCE. MEXICAN CASE**

**Pedro Isnardo De la Cruz**

Profesor definitivo de asignatura Sistema político mexicano, teoría social,  
teoría del Estado Universidad Nacional Autónoma de México, México  
unam.pedroisnardo@gmail.com

**Javier Carreón Guillén**

Profesor de Carrera de la Escuela Nacional de Trabajo Social  
Universidad Nacional Autónoma de México, México  
javierg@unam.mx

Recibido: 13/10/2012

Aceptado: 16/05/2013

**Resumen**

El documento explora, desde la perspectiva sociológica, politológica y psicológica, el estado del arte en el estudio de la violencia, y aborda la estrategia gubernamental de México en su versión asociada al narcotráfico.

**Palabras clave:** violencia, estrategia, enfoques, México, narcotráfico.

**Abstract**

The paper explores, from a sociological, political and psychological perspective, the state of the art in the study of violence, addressing the government's strategy in Mexico in the version associated with drug trafficking.

**Keywords:** violence, strategy, theories, Mexico, drug cartel.

**INTRODUCCIÓN**

En este escrito, asumimos una doble perspectiva crítica sobre la problemática de la violencia y la criminalidad en sus manifestaciones generales.

En primer lugar, se desplegará el análisis de enfoques teórico analíticos, causales, sobre el problema de la violencia (referentes interdisciplinarios;

estudios psicométricos del riesgo; estudios psicométricos de la mediatización; las teorías del delito; estudios psicológicos del autocontrol en torno al delito.

En la segunda parte del estudio, a modo de análisis de caso, el dimensionamiento de la estrategia presidencial mexicana sobre la violencia y la criminalidad asociada al narcotráfico, en el contexto de una decisión propia de un régimen presidencialista.

Es nuestra convicción que el estado del arte en los estudios de seguridad pública no debe soslayar el análisis de estrategias de gobierno y políticas públicas, y fundamentalmente, si el régimen político favorece la deliberación pública de diagnósticos sobre la base de los cuáles, eventualmente, se toman las decisiones nacionales en esta arena social y estatal.

## UNA EXPLORACIÓN AL ESTADO DEL ARTE SOBRE LA VIOLENCIA

Veamos 7 aristas teórico-analíticas:

### *1. Referentes interdisciplinarios sobre la violencia*

La agenda de investigación que suscribe ángulos de explicación y comprensión del problema de la violencia es multidimensional y se ha renovado sustancialmente desde la mitad del siglo XX hasta nuestros días. Se trata de un fenómeno que ha sido abordado como monopolio del ejercicio físico de la violencia legítima (Weber: 1994) y violencia estructural (Galtung: 1984), los centrados en su interrelación con la anomia y la desviación (Merton: 1966 y Durkheim: 1984), así como los que parten de un enfoque que va de la historia de la humanidad hasta su tipología y su interrelación con la guerra y el conflicto en sus manifestaciones concretas: enfrentamientos, batallas, extremismos (Sofsky: 2006), sin dejar de lado la asociada a las raíces de la racionalidad política estatal, sus efectos individuales y los que se experimentan en un sistema totalitario (Foucault: 1993, y Canetti: 1987) en particular con aplicación al análisis de las sociedades occidentales. La sociología criminal juvenil (David: 2005, y Schneider: 1984), la referida a una perspectiva histórica de la criminalidad urbana (Speckman: 2009, Buffington: 2001, Davis: 2003), la que alude a su sustrato familiar y barrial (Redondo Illescas: 2006). Mención especial cobra la importancia de estudiar las prácticas y representaciones de los jugadores atrapados en la dinámica de la violencia, así como individuos/grupos expuestos al límite de la violencia en sus cuerpos, sus vidas y muerte (Lüdtke: 2010), sin olvidar a quienes la vinculan al tratamiento de la delincuencia organizada y el narcotráfico como una realidad ética que exige una respuesta, compromiso y determinación personal, así como a los poderes políticos, económicos y mediáticos a

escala global (Saviano: 2007); confirmando asimismo que en su estudio, objeto y conciencia es por definición multidisciplinario: la sociología, la antropología, la economía, el derecho, la filosofía, la ciencia política, la etnología, la psicología; todas y cada una de ellas ofrecen premisas y referentes, así como diagnósticos obligados.

## 2. Estudios psicométricos del riesgo

Es sabido que los estudios psicométricos del riesgo tienen como referente y objetivo las políticas públicas de prevención y atención a desastres naturales así como catástrofes tecnológicas asociadas a las contingencias ambientales (Slovic, 2003). En este sentido, el Estado es un actor fundamental de la seguridad pública y la seguridad nacional orientados a la difusión e intervención de eventos impredecibles (Luhman, 1992). Por ello en las sociedades desarrolladas, el Libro Rojo, es manual imprescindible para el diseño de políticas y la elaboración de investigaciones encaminadas a la toma de decisiones, iniciativas y procesos legislativos que garanticen la seguridad.

Por ejemplo, en el estudio de Adeola (2007), los mensajes gubernamentales sobre los eventos de riesgo fueron recibidos asimétricamente por parte de los residentes migrantes, ello en relación a los habitantes nativos de los Estados Unidos. Incluso, los migrantes se mostraron escépticos a las advertencias de peligro difundidas en los medios públicos, ambientalistas, académicos y científicos. Se trata de encuadres (framings) que tienen un efecto reactivo entre turistas y migrantes. En contraste, los mensajes parecen ajustarse a la experiencia de los residentes nativos al momento de las contingencias ambientales.

El impacto de los eventos de riesgo sobre la cognición y conducta de los humanos están mediados por marcos informativos que minimizan o maximizan la intensidad de una contingencia (García y Real, 2001). Este es el efecto de la hipermetropía o preocupación ambiental sesgada: cuando los eventos de riesgo son percibidos como lejanos, las personas tienden a la indecisión e inacción (Berenguer y Corraliza, 2000).

Por otra parte, se advierte que las mujeres tienden a creer más que los hombres, en torno al impacto de eventos de riesgo en su salud. Estas creencias se intensifican en función del nivel de estudio ya que quienes sólo terminaron el nivel básico se muestran más optimistas que quienes adquirieron una formación de carácter profesional (licenciatura, carrera técnica, etc.). Respecto al ingreso, quienes perciben menos de 19 mil dólares anuales, se muestran más propensos a creer que las contingencias de riesgo no afectarán su salud. En cambio, aquellos cuyos ingresos rebasan los 75 mil dólares por año, se muestran pesimistas ante el impacto de los eventos en su salud. En situaciones de

incertidumbre, las personas asumen riesgos significativos para obtener ganancias poco probables en relación a tener pérdidas muy probables o ganancias inferiores a sus expectativas (Kaheman, 2003).

Así, López, Marván, Flores y Peyrrefite (2008) establecieron cuatro dimensiones de impacto probable de un evento. La primera zona sería la más vulnerable por su cercanía menor a 15 kilómetros, la segunda zona se localiza entre 15 y 20 kilómetros, la tercera entre 20 y 25, la última zona entre 25 y 80 kilómetros. Los resultados indican que el nivel de estrés está determinado por la interacción entre las estrategias de afrontamiento de las zonas uno y dos. A la luz de estos hallazgos, la especificidad del evento y sus estrategias de prevención son fundamentales para comprender la formación de actitudes puntuales que incidirán en decisiones y comportamientos específicos. Al respecto, Ajzen y Fishbein (1974) anunciaron en su *Teoría de la Acción Razonada*, que las actitudes generales podrían influir en conductas específicas. Más tarde, Ajzen (2001) advertiría que las creencias, percepciones y actitudes específicas tendrían un nivel predictivo mayor sobre el comportamiento delimitado. En este sentido, la especificidad de un evento influye en la formación de percepciones, creencias y actitudes enfocadas a las estrategias de prevención y la disminución del estrés generado por la amenaza de la contingencia ambiental (López, 2009).

A partir de los estudios esgrimidos, el riesgo se define como *una contingencia perceptual, valorativa, actitudinal, motivacional, intencional y conductual*. Dicha situación es vivida en carne propia o a través de canales de comunicación que maximizan o minimizan la magnitud e impacto del evento en la estabilidad global, regional, local, grupal y personal.

### 3. Estudios psicométricos relativos a la seguridad

En principio, la seguridad pública incluye tres componentes principales: asalto con arma, violación y narcotráfico (Aragonés, Moyano y Talayero, 2008). Asimismo, se le suman: secuestro, extorsión (pago de “derecho de piso”) y los homicidios. Tienen, estos componentes, desde luego, un impacto en la calidad de vida, si para ello se difunden a través de la prensa, lo cual incide directa y significativamente sobre la percepción de riesgo (Leiserowitz, 2006). En este sentido, las decisiones de cambio se ven modificadas por las preferencias y los encuadres de información (Kaheman & Tversky, 1979). Si los receptores perciben que la información mediatizada mejorará su decisión y comportamiento, entonces es probable que adopten mayores riesgos. Un incremento en la percepción de control de la información también corresponde con un aumento en el riesgo percibido (Venkatesh, Morris, Davis & Davis, 2003). En el caso de los valores ambientales, Nordenstedt e Ivanisevic (2010) llevaron a cabo un estudio

en el que la alta intensidad percibida de los eventos terroristas se asoció con los valores de apertura al cambio y autotranscendencia. Este hallazgo es relevante a la luz de la seguridad pública dado que los medios de comunicación, al magnificar la seguridad pública la relacionan con el terrorismo.

En consecuencia, la seguridad pública se puede también definir como *una situación normativa, perceptual, valorativa, actitudinal, intencional y conductual*. Dicha situación es vivida en carne propia o bien a través de canales de comunicación que maximizan o bien minimizan la situación y su influencia en la vida social, grupal o personal. En tal sentido, la mediatización de la seguridad pública sería la contextualización, encuadramiento, dirección e intensidad de un evento considerado como mensurable, predecible, controlable y evitable.

#### 4. Estudios psicométricos de la mediatización

Sin mayores complicaciones, se puede establecer que los estudios de la mediatización se han configurado básicamente tres tradiciones: los efectos, la recepción y la socialización de los medios masivos de comunicación (Ibarra, 2001; Pineda, 2007; Fernández, 2010). Ahora bien, la diversidad de teorías, métodos y técnicas de investigación permiten la construcción de modelos integrales en los que se complementan conceptos tales como: *los contextos (settings), encuadres (framings), intensidades y direcciones (primings) de los mensajes* (McCombs, 1997). Es decir, los medios de comunicación influyen sobre la opinión pública a través de la mediatización (Serrano, 1986: 16). Los medios tienden a difundir más imágenes que conceptos (Sartori, 1997). Se trata de procesos periféricos de recepción, aceptación, decisión y consumo afectivos más que procesos centrales racionales (Petty y Cacioppo, 1986a; 1986b). Una representación racional del entorno y de sí mismo sería el antecedente de la persuasión (Cacioppo, Petty, Feng y Rodríguez, 1986; Cacioppo y Petty, 1989; Briñol, Gallardo, Horcajo, De la Corte, Valle y Díaz, 2004). Si el impacto de la información sobre los estilos de vida es indirecto, donde la mediatización regula el impacto de los hechos sobre la identidad (Figueras, 2008).

Al tergiversar los eventos, manipular las situaciones o fragmentar los hechos, los medios de comunicación moderan el impacto de los hechos sobre las decisiones públicas y privadas (Alcoceba, 2004). Se trata de la mediación social que emerge ante las asimetrías de intereses como factor de cambio intercultural (Sobrados y Muños, 2009).

De manera particular, en América Latina, la mediatización se estudia desde tres orientaciones; la europea histórica filosófica, la norteamericana positivista sistémica y la europea semiótica estructuralista. León (2001) plantea tres dimensiones derivadas de éstas orientaciones.

- Producción y distribución del mensaje.
- Análisis del contenido de la información.
- Recepción y apropiación comunicativa.
  - Uso social mediático
  - Industrialización cultural
  - Recepción activa
  - Identidades complejas
  - Sistemas multimediacionales

A partir de los estudios referidos, la mediatización puede ser definida como *la industrialización, producción, difusión, recepción e identidad en torno a mensajes relativos a la seguridad pública, para la formación de una determinada opinión pública, la cual minimiza o maximiza la magnitud e impacto de los eventos sobre la cotidianidad social, la dinámica grupal y la salud personal.*

##### 5. Las teorías del delito

La *Teoría del Autocontrol* (SCT, por sus siglas en inglés) ha dominado la escena de los estudios criminológicos. En este sentido, el bajo autocontrol se refiere a *un conjunto de rasgos de insensibilidad, impulsividad e irresponsabilidad persistentes en la vida personal que hacen más proclive a un individuo al delito* (Wiskrôm y Treiber, 2007: 239). Este principio no sólo explica el comportamiento criminal sino también el comportamiento de la víctima. Esto es, la comisión de un delito está vinculada con bajos autocontroles, tanto en el criminal como en su víctima. En consecuencia, el delincuente no puede sustraerse a la oportunidad y los motivos que lo hacen cometer un acto inmoral, injusto e ilícito. Por su parte, la víctima también puede mostrar un bajo autocontrol, sobre todo al sistemáticamente buscar experiencias de riesgo y aventura, que le hacen vulnerable a los delincuentes por su proceder imprudente o no preventivo del delito (Braithwaite y Drahos, 2002).

Muftic (2004: 45-53) advierte que el concepto de robo es un *acto forzado orientado al fraude para el logro de un interés personal*. Sin embargo, Geis (2000: 38) sostiene que el concepto de “fraude” en la *Teoría del Autocontrol*, es erróneo ya que los actos humanos que no son honestos no pueden ser considerados “fraudes”.

Los límites de la *Teoría del Autocontrol* hicieron necesaria la emergencia de la *Teoría del Menoscabo Reintegrativo* (RST por sus siglas en inglés). La *Teoría del Menoscabo Reintegrativo* sostiene que las personas desapruaban las intenciones o los actos que afectan moral y permanentemente a las personas (Hay, 2001: 133-35). El menoscabo reintegrativo, consiste en una relación emotiva entre



la persona afectada y el individuo que ejecuta el latrocinio (Barnard, 1999). Esto propicia una tendencia a evitar el contacto con el delincuente más que el acto del latrocinio (Lulugeta, 2009). El latrocinio es llevado a cabo en un contexto de desaprobación social (Shwartz, 2009). El menoscabo del latrocinio está vinculado con el fraude definido como *malversación, falsificación o soborno llevados a cabo o no para beneficiar a una sola persona, grupo o institución en detrimento de otra persona, grupo o institución* (Brysk, 2009). El estigma es considerado el principal eje de investigación en la *Teoría del Menoscabo Reintegrativo* (Spahr & Alison, 2004: 95).

Por su parte, la denominada: *Teoría del Menoscabo Reintegrativo*, ha establecido áreas de análisis en torno a la comisión de delitos. En ese sentido, Davies (2004), plantea diez contextos del delito, todos ellos establecidos como terrenos de insuficiencia social, desesperación ilimitada, discriminación excluyente, decaimiento destructivo, miedo público, acción espontánea, indiferencia colectiva, autodestrucción, aprobación subversiva, asociación pandillera.

En el caso de la *Teoría del Autocontrol*, esta parece describir a individuos que al no poder controlar sus emociones y deseos, asumen conductas de riesgo que los llevan, incluso a delinquir o a presentarse como potenciales víctimas.

## 6. Estudios psicológicos del autocontrol en torno al delito

La perspectiva teórica del *Autocontrol* ha venido sustentado empíricamente sus fundamentos. En efecto, los estudios del autocontrol han demostrado que un bajo autocontrol está asociado con el sexo, la edad, la raza, el autoconcepto, la autoestima, el comportamiento de riesgo, la imprudencia y el crimen.

Por su parte, Vazsonyl, Pickering, Junger y Hessing (2001: 110) establecieron, mediante modelos estructurales, las diferencias significativas por sexos, edades y países con respecto al autocontrol en torno a vandalismo, abuso de alcohol, uso de drogas, bajo rendimiento escolar y desviación general. En comparaciones generales, la impulsividad fue un factor de diferenciación entre los países.

En cambio, Stylianou (2002: 548) demostró palmariamente los efectos causales, directos, negativos y positivos de cinco conductas desviantes sobre el autocontrol. Respecto al tabaquismo, la religiosidad y el sexo masculino repercutieron negativamente sobre el autocontrol, la estabilidad fue un determinante positivo.

Es de llamar la atención como Jones y Quisenberry (2004: 414) concibieron el efecto directo, negativo y significativo de la edad y el autocontrol sobre el comportamiento de riesgo en el número de patrones de delitos sexuales. La edad predijo las experiencias de peligro y aventura. En cambio la raza incidió en los

riesgos de manejo tales como: seguir un auto y manejar sin el cinturón de seguridad y en el tener relaciones sexuales con un desconocido. El sexo determinó el manejo sin el cinturón de seguridad, conducir en estado de ebriedad, tener relaciones sexuales sin el uso del condón, deshonestidad académica y las intenciones de buscar aventuras peligrosas.

Mediante un particular estudio, Marcus y Schuler (2004: 655-6) demostraron la predicción de dos pares de situaciones a partir del *Comportamiento Contraproducente General* (GCB por sus siglas en inglés) definido como *el comportamiento con consecuencias negativas a largo plazo*. El GCB incluye cuatro dimensiones: disparadores, oportunidades, autocontroles y propensiones. El GCB determinó directamente las variables situacionales y motivacionales e indirectamente, incidió en el autocontrol.

Asimismo, Arneklev, Elis y Medlicott (2006: 47-8) establecieron los efectos del bajo autocontrol sobre el comportamiento imprudente y criminal. Así como los efectos del *Índice del Comportamiento Imprudente* sobre el crimen, ello a partir de tres modelos de regresión, el bajo autocontrol y la edad determinaron positiva y significativamente al comportamiento imprudente. En el segundo modelo, el bajo autocontrol y la edad determinaron el Índice del Comportamiento Criminal. Finalmente, en el tercer modelo, sólo la edad influyó en el Índice del Comportamiento Criminal. En otros modelos de regresión, las consecuencias del bajo autocontrol incidieron negativamente, sobre el estatus marital, la atención religiosa y los logros educativos en el primer modelo. En un segundo modelo, la satisfacción de vida y la atención religiosa fueron determinadas negativamente por las consecuencias sociales de un bajo autocontrol. Finalmente, en un tercer modelo, el estatus marital y los logros académicos fueron determinados negativamente por las consecuencias del bajo autocontrol. En los tres modelos, los autores controlaron el género, la edad y la raza.

En tanto, Brownfield y Thompson (2008: 50) establecieron la relación causal entre el autoconcepto y autocontrol. En la medida en que el autoconcepto aumentaba, el autocontrol disminuía. Los hallazgos corroboran los presupuestos de la *Teoría del Autocontrol*, en la que un bajo control personal es predictor de las intenciones y comportamientos de riesgo en hombres más que en mujeres.

Por último, en cuanto a la Teoría del Autocontrol, Gibson, Sullivan, Jones y Piquero (2010: 45-6) se empeñaron en demostrar la relación directa, positiva y significativa entre el autocontrol y el entorno de inseguridad en las vecindades. A partir de cuatro modelos estructurales, establecieron los efectos directos y negativos del entorno de inseguridad sobre el autocontrol. Un incremento en los niveles de inseguridad repercutía en un bajo autocontrol.

En síntesis, la *Teoría del Autocontrol* se ha encargado de asociar los rasgos instintivos y emocionales con las características: sociodemográficas, socioeducativas y socioeconómicas; las cuales fueron determinantes en la comisión de un acto considerado como inmoral, injusto e ilícito por las normas sociales, incluso del grupo al que pertenecen quienes presentan un bajo autocontrol. En torno a las relaciones asimétricas de distribución y oportunidad de competencia por los recursos o propiedades, la *Teoría del Autocontrol* parece descargar la responsabilidad en los rasgos biológicos y plantea que estas características biofísicas harían diferentes a los individuos frente a las oportunidades y los motivos de cometer un acto fraudulento, criminal o delictivo. Esta teoría se inclina por delimitar la problemática de la violencia e inseguridad en las personalidades de los individuos. Situación que resulta evidente en diversos actos criminales producidos en E.U.

### 7. Los estudios psicológicos del menoscabo en torno al delito

Lugar especial merece la *Teoría del Menoscabo Reintegrativo*, ello al considerar que existe una interdependencia entre la discriminación y los actos delictivos; en ese sentido, plantea que en la medida en que un grupo es excluido, desarrolla formas de interacción interna las cuales facilitan la comisión de un determinado delito y la consecuente discriminación por parte del grupo agraviado (Owens, 2001: 1051).

Por su lado, Hay (2001: 142) concibió el autoconcepto entre los padres y los hijos a partir del comportamiento antisocial del niño, acceso a los padres, percepción parental e interdependencia entre padres e hijos. Estableció el efecto directo, negativo y significativo entre el comportamiento antisocial en la niñez, la accesibilidad de los padres, la percepción de accesibilidad parental y la percepción entre padres e hijos sobre el latrocinio.

No es casual que tanto Adams, Munro, Munro, Doherty, como Edwards (2005: 63), llegaran a establecer un novedoso modelo estructural en el cual la delincuencia es determinada por la evitación de normas e información. En dicho modelo, se establecieron tres indicadores para el comportamiento delincuente: abuso de alcohol y drogas, violencia y robo en propiedad ajena.

En sus investigaciones, Hafner, (2008: 702, 704-5) demostró, mediante tres modelos de regresión, el efecto directo del menoscabo reintegrativo sobre la democracia y la guerra civil en sus dimensiones política y terrorista. En un segundo modelo el menoscabo reintegrativo determinó la represión en sus dimensiones políticas y terroristas como factores de amenaza y democracia, y respecto al tercer modelo, el menoscabo incidió directa, negativa y significativamente sobre la represión en sus dimensiones política y terrorista.

De esta suerte, el estado del arte y las políticas públicas que atienden las tendencias delictivas en México parecen ir por senderos diferentes. Mientras los estudios psicológicos del autocontrol y el menoscabo aluden a variables determinantes de actitudes y comportamientos cuando menos imprudentes, la tendencia delictiva en México parece exigir un análisis pormenorizado del tráfico de armas, automóviles y autopartes que orientarían el estudio del menoscabo hacia la delincuencia. Otro límite de la *Teoría del Autocontrol* y la *Teoría del Menoscabo*, es su concepción del individuo emotivo como víctima potencial del delito en cuyo proceso se ubicaría en una posición intermedia: el menoscabo reintegrativo.

En el caso de México, el bajo autocontrol podría ser una constante, más que una variable predictiva del delito, en tanto, el menoscabo hacia la delincuencia sugiere una intención más que un comportamiento sistemático discriminatorio.

## SEGUNDA DIMENSIÓN: UNA EVALUACIÓN DE LA ESTRATEGIA PRESIDENCIAL CONTRA EL NARCOTRÁFICO

En los siguientes párrafos se aborda un acercamiento a la dimensión estratégica, en su vertiente política, sistémica e institucional, a partir de actores clave en la toma de decisiones como núcleo catalizador de los niveles de perpetración y escalamiento de la violencia en el Estado mexicano, oficio de Estado que reclama capacidad de conducción gubernamental e inteligencia política, libertades ciudadanas y riesgos para la democratización y la vida en democracia (Jullien: 2006), (Garland: 2001) y (Wacquant: 2001). A continuación se revisa la siguiente premisa crítica:

*La cuestión de la violencia de Estado contra el crimen organizado y el narcotráfico no sólo es un tema de seguridad pública y seguridad nacional, sino también de escenarios de actuación y estrategias nacionales que en principio, están entrelazadas y cobran dependencia con el consumo de drogas y la dimensión transnacional del narcotráfico, y por el otro, con las capacidades institucionales internas y la estrategia presidencial/gubernamental de lucha contra el fenómeno narco/criminal y su violencia inherente.*

Un estudio preliminar del caso mexicano en el periodo presidencial de Felipe Calderón, exhibe al menos dos lecturas eje: 1) se trata de una estrategia de guerra y legitimación política presidencialista que ha derivado en la debilitación de las instituciones mexicanas de seguridad, 2) dadas las resultantes manifiestas en la agudización de la violencia y el poder político y económico tutelados por el crimen organizado (entendido como impunidad y fusión del sistema

político y judicial con los intereses y organizaciones criminales) y el narcotráfico (en tanto organizaciones que lucran con actividades asociadas al tráfico de drogas en sus diversos ciclos y manifestaciones criminales), la fuerza del Estado mexicano y la credibilidad presidencial, han entrado en un proceso de mayor deterioro, poniéndose en tela de juicio que las pruebas de fuerza contra la violencia asociada al crimen organizado y el narcotráfico, ha sido pruebas de prudencia política benéficas para la nación mexicana. En ese sentido resulta esclarecedor escudriñar algunas de las siguientes aristas:

### *1. Pragmatismo presidencialista antinarco*

Los intereses de corto plazo marcan el ritmo del reloj de las decisiones.

Se trata de una amalgama de acciones tácticas, militares y policiales –el involucramiento abierto/encubierto de las fuerzas armadas del país– que ha derivado en un proceso de desacreditación mayor del régimen político mexicano: gobiernos estatales y municipales han sido exhibidos como instancias no sólo vulnerables sino permeables a la tutela económica, política y criminal del narcotráfico mexicano en su égida transnacional –dada su capacidad de permear mercados por lo menos en Estados Unidos de América y América Latina–: no hay meta ni victoria decisiva de Estado bajo esta ruta presidencialista.

En el fondo, se trata de un núcleo de acciones que han apostado al negocio mediático e histriónico del despliegue del poder del Presidente, no al fortalecimiento de la institución presidencial, del federalismo republicano y de la construcción de procesos de preservación de la paz de las comunidades y la estabilidad social de mediano y largo plazo.

El guión ha sido administrar el país desde un guión pragmático electoral, con alcances de corto plazo y con un caudal de cursos de acción que enfrenta un cada vez mayor nadir en el apoyo tanto de la opinión pública, como en el respaldo de las élites empresariales y políticas.

### *2. La incompreensión del enemigo. El presidente presume la edificación de nuevas reglas del mercado de la violencia y la narcocriminalidad*

No obstante la confirmación de extradición, aprehensión o muerte de algunos de sus principales barones y lugartenientes, el narcotráfico mexicano ha resistido el carácter presidencialista militarista, policial, selectivo de la ofensiva del gobierno federal contra sus bases económicas y políticas arraigadas ya en las instituciones y la dinámica social del Estado mexicano.

Se menciona de una política de seguridad nacional que ha funcionado más como un sistema de hostigamiento que como una cirugía sistémica mayor que

permita la reconstrucción de las instituciones del Estado mexicano: el status, la capacidad financiera, logística y de imantación de redes regionales e internacionales de respaldo social, policial y gubernamental a escala global por parte del crimen organizado y el narcotráfico de tutela mexicana. Sugiere la necesidad no sólo de una lucha frontal, efectista, de matriz esencialmente castrense, sino de una nueva articulación entre gobiernos nacionales y locales, de formación de cuadros de inteligencia estratégica en las instituciones de seguridad y de un sistema de prevención de la violencia y adicción a escala internacional.

Los cárteles mexicanos azuzan la virulencia de la violencia como respuesta a una guerra que asumen y legitiman en las calles, puertos y espacios públicos del país, como una lucha contra el Presidente mexicano. Sus códigos de actuación en apariencia irracionales, perversos e inescrupulosos combinan el desafío a muerte con la copia fiel de métodos propios de actuación de las mafias italianas de las últimas tres décadas: han evitado al máximo que sus objetivos centren su atención en atentados contra gobernadores y la presidencia de la República; amalgaman y diversifican sus giros criminales temporalmente; afianzan sus redes de mercado interno de consumo de drogas y de extorsión en localidades donde han hecho suyo el silenciamiento de los medios, policías, empresarios y gobiernos; desahucian regiones económicas enteras de plazas bajo dominio de cárteles rivales. Se trata de una guerra oficial que no comprende la mentalidad empresarial, la prestancia al riesgo de muerte, la contrainteligencia política y militar, así como la capacidad propagandística de los cárteles mexicanos<sup>1</sup>. Asimismo, están logrando acreditar el proceso de desfiguración del prestigio y credibilidad social del ejército y la marina mexicanos, orillándolos a una actuación arbitraria, extralegal, corrupta y criminal, propia del espejo en el que se miran los líderes de los cárteles mexicanos de la droga.

El propio Ejército mexicano ha reconocido que las metas y objetivos centrales de esta política presidencialista no estrategia, no actuación de Estado, no liderazgo de la institución presidencial donde se involucran a las instituciones bajo un guión de inteligencia política de mediano y largo plazo para contener y desarraigar el problema del crimen organizado y el narcotráfico cuya tutela mexicana desde hace más de una década inició un proceso de presencia y dominación de mercados en territorio estadounidense y mundial, no se han alcanzado y que es necesario que el país realice nuevos sacrificios, nuevos embates y nuevos compromisos para erosionar la ecuación: impunidad, corrupción, violencia y criminalidad que atenaza regiones, economías e instituciones de la nuestra nación.

---

<sup>1</sup> Véase Gambetta, Diego, *Codes of the Underworld: How Criminals Communicate*. Princeton, USA, Oxford University Press, 2009, en particular los Capítulos II y VIII.

Se trata de una lógica estratégica occidental a la que se adosa esta visión militar y presidencialista con la que se ha buscado erigir en la opinión pública y en las élites empresariales la sensación de que no hay otro método, otra estratégica, otra visión de gobierno válida que la frontal: la violencia de organizaciones asociadas al tráfico de drogas se ha de enfrentar con la violencia desmedida del Estado.

### *3. Sistema político y permeabilidad de la economía mexicana al narcotráfico.*

**La conformación de policías únicas estatales.** Se ha ido fortaleciendo la iniciativa de creación de desaparición de las policías municipales y de creación de una Policía Única en cada entidad federativa, lo que demuestra la dificultad de construir en México un proyecto intergubernamental que obedezca a una metodología republicana y federalista: en el seno del Senado de la República y en las propios organismos nacionales que agrupan la representación de los gobiernos municipales, se arguyó que la iniciativa de supresión de las corporaciones policiales locales no sólo no fue objeto de consulta sino que incluso violentaba el pacto constitucional federal y sólo buscaba expandir la órbita de facultades y poderes de los Ejecutivos estatales. En efecto, la modificación del artículo 115 constitucional para reconfigurar el esquema de mandos y esquemas actuales en el campo de la seguridad pública, implicaría una reestructuración de las más de 2,500 corporaciones de policías hacia 32 corporaciones locales en el país, con un estado de fuerza, un proceso de capacitación más profesional y un seguimiento a sus miembros bajo un solo mando.

El problema sustancial es que la deliberación sobre una policía única que busque conceder una potestad, una mayor esfera de competencias y recursos presupuestales más amplios, ha de implicar un sistema de real corresponsabilidad, rendición de cuentas y de resultados en los gobiernos estatales, lo cual supone la necesidad de un nuevo pacto republicano contra la violencia, la corrupción y la impunidad, en donde gobernadores y presidentes municipales se distancien de la ley del mínimo esfuerzo de Estado en la que están involucrados y transiten a un crisol sistémico de mayores incentivos, corresponsabilidades y sanciones institucionales, policiales y de seguridad, para que ofrezcan mejores respuestas y soluciones a los ciudadanos en sus ámbitos directos y entidades de actuación en las dos dimensiones formales de la criminalidad: la violencia del fuero común y la del fuero federal.

La lógica anti/oriental de la actuación presidencialista de Felipe Calderón endosa el riesgo político a las instituciones militares, los gobiernos estatales y locales, los empresarios y ciudadanos de a pie. No se trata sólo de una estrategia sin fondo, sino de una que cosecha la ausencia de un genuino compromiso ético político a escala de la República en gobiernos, empresarios e instituciones.

**El proceso de silenciamiento del sistema de seguridad a escala nacional.** Lo cierto es que hasta el 2013, la guerra contra el poder del narcotráfico en México no trata de una iniciativa unilateral del gobierno, el ejército y la marina en su versión federal, pero sí de una lucha intestina en la que está ausente el respaldo, la responsabilidad y la rendición de cuentas de gobernadores estatales y municipales. En su sesgo, se utiliza esta política belicista para exhibir sus debilidades, omisiones y fusiones con los intereses criminales, lo cual no supone, por cierto, una virtud de la guerra presidencialista de inspiración federal/estadounidense.

*El exceso de efecto genera un contra efecto*, reza el adagio oriental que sin duda documenta hoy el vacío de liderazgo y de dirección de Estado ante un problema fundamental: el capital político y financiero transnacional del crimen organizado y el narcotráfico no puede tener una respuesta efectiva en el árbol de acciones que se despliegan en México hasta el primer trimestre del 2013.

Con la presidencia de Peña Nieto, el efecto mayor alcanzado ha sido un creciente silenciamiento sobre la violencia de la vida pública: el desencanto social no sólo de políticos, legisladores, medios de comunicación y gobernantes sobre la precariedad de resultados con beneficios de país que adosan las decisiones políticas y de gobierno, las campañas políticas, la conformación de instituciones legislativas, los negocios locales y federales bajo tutela del narcotráfico: se trata de un régimen político que hace suya la inflexibilidad a modo de renuncia a asumir la Presidencia de la República en su esencia articuladora, conciliadora, de direccionamiento de instituciones con métodos promisorios a mediano y largo plazo, en los términos que exige una república moderna.

## CONCLUSIONES

**I. De la seguridad pública a la seguridad humana.** La sinergia entre elecciones, movilizaciones y cobertura informativa es entendida como una estructura sociopolítica. Si los votos ciudadanos eligen a una figura presidencial o ministerial, directa o indirectamente, el voto popular parece activar los mecanismos por los cuales, las clases políticas ofrecen a sus adherentes la posibilidad de sincronizar una agenda pública. Sin embargo, los medios de comunicación parecen orientar e incluso, moderar esa relación, puesto que son el instrumento informativo de decisión electoral por parte de la población no informada o instruida en universidades.

**II. Prospectiva política de la lucha contra la delincuencia organizada y el narcotráfico.** La guerra contra el narcotráfico como una campaña permanente de legitimación del régimen, de maximización de la violencia como costo mexicano inevitable; por esto, es necesario evaluar la confusión de medios,



finés y acciones tácticas, que parecen hacer inviables leyes, reformas e instituciones que se han creado en las últimas dos décadas contra la delincuencia organizada y de manera especial contra el narcotráfico a escala latinoamericana.

Así, las grietas institucionales, la expansión del descontrol, el desperdicio ominoso de recursos, la necesidad de renovación de esfuerzos y niveles de corresponsabilidad al interior de la clase política y gobernante, así como la zozobra social que se esparce con mayor rapidez y gravedad en los cuerpos policiales, legislativos, empresariales y mediáticos; granjean fortuna inmediata sólo a este gobierno, pero hace insostenible esta trayectoria para el próximo titular de la presidencia, inviable la capacidad presupuestal del Estado para responder con eficacia a los desafíos a la seguridad nacional del país y, de lamentarse, el deterioro de la vida pública que ve como en sus manos, ante las agendas de gobiernos y ausencia de diagnósticos realistas en los propios candidatos presidenciales actuales, se diluyen sus expectativas de que esto pueda cambiar sustancialmente.

En efecto, el lienzo táctico antinarco calderonista, tiene por riesgo la inmovilidad. Mientras en la estrategia oriental se aduce la importancia de la flexibilidad estratégica, el estancamiento y la incapacidad de reacción sistémica sugieren la necesaria actualización realista de los diagnósticos y capacidades de articulación, confianza y corresponsabilidad de gobiernos al interior de las élites mexicanas, una nueva operación política federalista y una matriz estratégica asimétrica según los niveles de arraigamiento socioeconómico del crimen organizado, viable y consensada entre los actores políticos y empresariales clave, ya imprescindible en el seno de la experiencia antimafia y preventiva de la violencia, de dimensión europea, estadounidense, latinoamericana y asiática.

Este giro estratégico de Occidente a Oriente, de lo militar/policial/mediático/espectacular y de corto plazo a lo silencioso/estratégico/ que supone una inteligencia política y estratégica de transformación de nuestras instituciones a mediano plazo, podrá funcionar menos a los intereses político electorales del presidente en turno y más, por supuesto, en beneficio del Estado mexicano.

Así, es dable corroborar la guerra presidencialista contra el narco como una campaña permanente de legitimación del régimen, de maximización de la violencia como costo mexicano inevitable; por esto, es necesario evaluar la confusión de medios, fines y acciones tácticas, que parecen hacer inviables leyes, reformas e instituciones que se han creado en las últimas dos décadas contra el crimen organizado y el narcotráfico a escala latinoamericana.

Por esto la importancia de transitar de una estrategia con una visión occidentalista a una de eficacia y matriz oriental, de lo militar/policial/mediático/espectacular y de corto plazo a lo silencioso/estratégico/preventivo, lo que supo-

ne una inteligencia política y estratégica de transformación de nuestras instituciones a mediano plazo: sólo así la institución presidencial podrá ofrecer expectativas y resultados duraderos renovando la funcionalidad del sistema político y desplegando iniciativas realistas y acuerdos viables a la altura de los desafíos actuales del Estado y la sociedad mexicanas.

## REFERENCIAS

- Adams, G., Munro, B., Munro, G., Doherty, M. & Edwards, J. (2005). Identity processing styles and Canadian adolescents' self-reported delinquency. *Identity: an International Journal of Theory and Research*. 5, 57-65.
- Ahmadi, Y. & Shahmohamadi, A. (2011). The study of social and cultural factors effective on lawbreaking. *European Journal of Social Science*. 20, 379-381.
- Anderson, J. & Gerbing, D. (1988). Structural equation modeling in practice: a review and recommended two step approach. *Psychological Bulletin*. 103, 411-423.
- Arneklev, B., Elis, L. & Medlicott, S. (2006). Testing the General Theory of Crime: comparing the effects of imprudent behavior and an attitudinal indicator of low self-control. *Western Criminology Review*. 7, 41-65.
- Aslund, C., Leppert, J., Starring, B. & Nilsson, K. (2009). Subjective social status and shaming experiences in relation to adolescent depression. *Archives Pediatric Adolescent Medical*. 163, 55-60.
- Barnard, J. (1999). Reintegrative shaming in corporate sentencing. *Southern California Law Review*. 72, 959-1007.
- Bauman, Z. (1998). *La globalización: consecuencias humanas*. México: FCE.
- Bauman, Z. (2002). *La sociedad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2005). *Vida Líquida*. Barcelona: Paidós.
- Bauman, Z. (2008). *Vida de consumo*. Barcelona: Anthropos.
- Braithwaite, J. & Drahos, P. (2002). Zero tolerance, naming and shaming: is there a case for it with crimes of the powerful? *Australian & New Zealand Journal of Criminology*. 35, 269-288.
- Brownfield, D. & Thompson, K. (2008). Correlates of delinquent identity: testing interactionist, labeling, and control theory. *International Journal of Criminal Justice Sciences*. 3, 44-53.
- Brysk, A. (2009). Beyond framing and shaming. Human trafficking, human security and human rights. *Journal of Human Security*. 5, 8-21.
- Buffington, Robert (2001), *Criminales y ciudadanos en el México moderno*. México: Siglo XXI.
- Canetti, Elias (1987), *Masa y poder*. Barcelona: Muchnik.
- Carballido, L. (2009). Silencios en la historia: una reflexión en torno a la violencia. En M. Barbosa, y Yébenes, Z. (coord.). *Silencios, discursos y narrativas sobre la violencia*. (pp. 45-78). México. Anthropos-UAM.

- Cook, D. & Beckman, T. (2006). Current concepts in validity and reliability for psychometric instruments: Theory and application. *American Journal of Medicine*. 119, 166-176.
- David, R. Pedro (2005), *Criminología y Sociedad*. México: INACIPE.
- Davies, W. (2004). A psycho-geography areas: variations in the affective domains. *DELA*. 21, 341-350.
- Davis, Diane E (2003). *Irregular armed forces and their role in politics and state formation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- De Carlo, L. (1997). On the meanings and use of kurtosis. *Psychological Methods*. 2,
- Durkheim, Emilio (1984), *Lecciones de sociología*. Buenos Aires: Schapire.
- Esbensen, F, Winfree, L., He, N. & Taylor, T. (2001). Youths gangs and definitional issues: when is a gang a gang and why does it matter? *Crime & Delinquency*. 47, 105-130.
- Foucault, Michael (1993), *La vida de los hombres infames*. Buenos Aires: Altamira.
- Galindo, J. (2009). Apuntes para una sociología de la violencia, en: M. Barbosa, y Yébenes, Z. (coord.). *Silencios, discursos y narrativas sobre la violencia*. México. Anthropos-UAM.
- Galtung, Johan (1984), *Cuatro caminos hacia la paz y la seguridad*. Madrid, Tecnos.
- García, V. y D'adamo, O. (2006). Comunicación política y campañas electorales. Análisis de una herramienta comunicacional: el spot televisivo. *Polis*. 2, 81-111.
- Garland, David (2001), *Crimen y castigo en la modernidad tardía*. Bogotá: El siglo del hombre.
- Geis, G. (2000). On the absence of self-control as the basis for a general theory of crime. *Theoretical Criminology*. 4, 35-53.
- Gibson, C., Sullivan, C., Jones, S. & Piquero, A. (2010). Does it take a village? Assessing neighborhood influences of children's self-control. *Journal of Research in Crime and Delinquency*. 47, 31-62.
- González Ruíz, Samuel, et. al. (1994) *Seguridad pública en México*. México. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Gómez, F (1996). *7 potencias: Maquinarias del poder político y cincuenta años de historia (1945-1996)*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias.
- Hafner, E. (2008). Sticks and stones: naming and shaming the human rights enforcement problem. *International Organization*. 62, 689-716.
- Hamai, K. & Ellis, T. (2006). Crime and criminal justice in modern Japan: from reintegrative shaming to popular punitivism. *International Journal of the Sociology of Law*. 36, 157-178.
- Hay, C. (2001). An exploratory test of Braithwaite's reintegrative shaming theory. *Journal of Research Crime en Delinquency*. 38, 132-153.
- Higgins, G. (2007). Digital piracy, Self-Control Theory, an rational choice: an examination of the role of value. *International Journal of Cyber Criminology*. 1.
- Holbert, R. (2005). A typology for the study of entertainment television and politics. *American Behavioral Scientist*. 49 (3), 456-453.

- Imbroscio, D. (2006). Shaming the inside game. A critique of the liberal expansionist approach to addressing urban problems. *Urban Affairs Review*. 42, 224-248.
- Instituto Ciudadano de Estudios sobre la Inseguridad (2010). Análisis de la séptima encuesta nacional sobre inseguridad ENSI 7 / 2010. México: ICESI.
- Jarquín, E. y Allamaná, A. (2005). *El papel del Estado y la política en el desarrollo de América Latina (1950-2000)*. En M. Payne, D. Novato y M. Mateo (coord.). La política importa. Democracia y desarrollo en América Latina. (pp. 1-18). Washintong: BID.
- Jones, S. & Quisenberry, N. (2004). The general theory of crime: how general is it? *Deviant Behavior*. 25, 401-426.
- Jullien, Francois (2006). *Tratado de la eficacia*. España: Siruela.
- Kelemen, R. (2006). Shaming the shameless? The constitutionalization of the European Union. *Journal of European Public Policy*. 13, 1302-1307.
- Luhmann, N. (1986). *Complejidad y Democracia*, en: M. Cupolo (coord.). "Sistemas políticos: términos conceptuales". (pp. 199-218) México: UAM Azcapotzalco .
- Luhmann, N. (1992). *Sociología del riesgo*. México: Universidad de Guadalajara.
- Marcus, B. & Schuler, H. (2004). Antecedents of counterproductive behavior at work: a general perspective. *Journal of Applied Psychology*. 89, 667-680.
- McCombs, M. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. En Jennings, B. y D. Zillmann (coord.) *Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías*. (pp. 12-31). Barcelona: Paidós.
- Mota, G. (2002). Psicología Política y colectiva mexicana: estado del arte. *Enseñanza e Investigación en Psicología*. 7, 323-340.
- Muftic, L. (2009). A macro –micro theoretical integration: an unexplored theoretical frontier. *Journal of Theoretical and Philosophical Criminology*. 1, 33-71.
- Mulugeta, A. (2009). Of shaming and bargaining: African states and the Universal Periodic Review of the United Nations Human Rights Council. *Human Rights Law Review*. 13, 135.
- Oliva, C. (2009). La vida justa. Notas sobre el capitalismo, estética y violencia. En M. Barbosa, y Yébenes, Z. (coord.). *Silencios, discursos y narrativas sobre la violencia*. (pp. 111-126). México. Anthropos–UAM.
- Owens, J. (2001). Have we no shame? Thoughts on shaming, "White Collar" criminals, an the federal sentencing guidelines. *American University Law Review*. 49, 1047-1059
- Payne, M. y Allamá, A. (2005). Sistemas de elección presidencial y gobernabilidad democrática. En M. Payne, Zovatto, D. y Mateo, M. (coord.). *La política importa. Democracia y desarrollo en América Latina*. (pp. 19-40). Washintong: BID.
- Rawls, J. (1971). *A theory of justice*. Cambridge: Harvard University Press.
- Redondo Illescas, S. (2006) *Principios de criminología*. Valencia. Tirant lo Blanch.
- Requejo, F. (2000). *El liberalismo político en estados plurinacionales: Rawls, Habermans y la legitimidad del federalismo plural. El caso español*. En J. Prudhomme (coord.). *Demócratas, liberales y republicanos* (pp. 43-72). México: Colmex .
- Salazar, L. (2004). *Para pensar la política*. México: UAM.

- Samson, R. & Laub, J. (2003). A general age –graded theory of crime: lessons learned and the future of life –course criminology. In Farrington, D. (ed.). *Integrated developmental & life course theories of offending* (pp. 165-181). New Brunswick, USA: Transaction Publishers.
- Satorra, A. & Bentler, P. (2001). A scaled difference chi –square test statistic for moment structure analysis. *Psychometrika*. 66, 507-514.
- Saviano, Roberto (2007), *Gomorra: un viaje al imperio económico y al sueño de poder de la Camorra*. México: Random House Mondadori.
- Schneider, J. H. (1984). *Problem oriented programming languages*. Chichester: J. Wiley
- Serrano, M. (1986). *La producción social de la comunicación*. Madrid: Alianza.
- Shermelleh, K. & Moosbrugger, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: test of significance and descriptive Goodness-of-Fit measures. *Methods of Psychological Research*. 8, 23-74.
- Shwartz, P. (2009). From Victorian secrets to cyberspace shaming. *University of Chicago Law Review*. 76, 1407-1448.
- Sofsky, Wolfgang (2006), *Tratado sobre la violencia*. Madrid: Abada.
- Spahr, L. & Alison, L. (2004). US savings and loan fraud: implications for general and criminal culture theories of crime. *Crime Law & Social Change*. 41, 95-110
- Speckman, Elisa (2009). *Los miedos en la historia*. México: El Colegio de México.
- Stylianou, S. (2002). The relationships between elements and manifestation of low self –control in a general theory of crime: two comments and a test. *Deviant Behavior: an Interdisciplinary Journal*. 23, 53.
- Vega Zayas, Jesica Maria (2010) *La seguridad pública en la era moderna y contemporánea*. México. Universidad Autónoma Metropolitana. Azcapotzalco.
- Vazsonyl, A., Pickering, L., Junger, M. y Hessing, D. (2001). An empirical test of a general theory of crime: a four–nation comparative study of self –control and the prediction of deviance. *Journal of Research in Crime and Delinquency*. 38, 91-131.
- Wisktröm, P. & Treiber, K. (2007). The role of self control in crime causation. *European Journal of Criminology*. 4, 237-264.
- Weber, Max (1994), *El político y el científico*. Madrid, Alianza, 240p.
- Wacquant, Loic (2001), *Parias urbanos: marginalidad en la ciudad a fin de milenio*. Buenos Aires: Manantial.
- Wolton, D. (2005). *Salvemos la comunicación. Aldea global y cultura. Una defensa de los valores democráticos y la cohabitación mundial*. Barcelona: Gedisa.
- Zolo, D. (1986). *Complejidad, poder y democracia*. En M, Cupolo (coord.). *Sistemas políticos: términos conceptuales*. (pp. 161-198) México: UAM Azcapotzalco.

**PEDRO ISNARDO DE LA CRUZ** es Doctor en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México. Es académico titular de asignatura desde hace 17 años de la UNAM y profesor definitivo de Sistema Político Mexicano, Teoría del Estado y Teoría Social III. Ha sido asesor en comisiones

de Defensa Nacional y Salud del H. Senado de la República, del Secretario Técnico de la Conferencia Nacional de Gobernadores. Actualmente, es Coordinador de Investigación de la Escuela Nacional de Trabajo Social de la UNAM. En 2002 publicó en coautoría “y después del 11 de septiembre qué: lecciones sobre el sistema de seguridad estadounidense”, editado por Miguel Angel Porrúa (México).

**JAVIER CARREÓN GUILLÉN** es doctor en administración (organizaciones) por la Universidad Nacional Autónoma de México. Es Profesor de Carrera Titular "A" de tiempo completo, en la Escuela Nacional de Trabajo Social y académico en la Coordinación del Doctorado de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México. Una de sus últimas publicaciones, en la que actuó como coordinador y coautor es la *Psicología de la Globalización Neoliberal: análisis de la exclusión social, la brecha digital y el desarrollo sustentable*. Asimismo, es miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Nivel I.

# LA PERCEPCIÓN DE LA CORRUPCIÓN, FACTOR MEDIATIZANTE DE LA DEMOCRACIA<sup>1</sup>

## PERCEPTION OF CORRUPTION, MEDIATIZING FACTOR OF DEMOCRACY

**Antonio Laguna Platero**

Profesor Titular Periodismo  
Universidad de Castilla la Mancha, España  
Antonio.Laguna@uclm.es

Recibido: 04/04/2013

Aceptado: 31/05/2013

### Resumen

La percepción de la corrupción constituye uno de los elementos centrales de la opinión pública española. Para unos, es una construcción exagerada provocada por unos medios de comunicación que han hecho de los escándalos de la corrupción una mercancía de gran demanda. Para otros, es el fiel reflejo del deterioro de un sistema político imperfecto, sin controles ni castigos, sometido a la creciente mercantilización de servicios y derechos por el empuje sin descanso del neoliberalismo. El objeto de este trabajo es demostrar el funcionamiento de las fuentes que nutren la percepción de la corrupción en la coyuntura 2012-13, justo cuando alcanzó su registro más alto, así como evaluar sus posibles efectos sistémicos.

**Palabras clave:** Percepción, corrupción, medios de comunicación, política, democracia.

### Abstract

The perception of corruption is one of the central elements of Spanish public opinion. For some, it is an exaggerated construction provoked by some media that have turned corruption scandals into high-demand merchandise. For others, it is a true reflection of the deterioration of a flawed political system,

---

<sup>1</sup> Este artículo forma parte del Seminario Permanente sobre “Corrupción, crisis y hastío cívico. El rescate de la Democracia”, en el que participan la Universitat de València, la de Alacant, la de Castilla la Mancha y la Jaume I de Castelló.

without controls or penalties, undergoing the growing commercialization of services and rights imposed by the non-stop pressure of neoliberalism. The purpose of this paper is to demonstrate the functioning of the sources that feed the perception of corruption at the juncture 2012-13, just when it reached its highest levels, and to evaluate its potential systemic effects.

**Keywords:** Perception, corruption, media, policy, democracy.

## 1. PUNTOS DE PARTIDA: SOBRE LA PERCEPCIÓN

La percepción, como proceso cognoscitivo a través del cual las personas son capaces de comprender su entorno y actuar en consecuencia ante los impulsos que reciben, constituye desde antiguo objeto de estudio preferente de la Psicología cognitiva en variados y complejos campos, desde el aprendizaje hasta el comportamiento. Nuestro punto de interés se centra más en el ámbito de la comunicación, contemplando la percepción como proceso de recepción e interpretación de mensajes, esto es, como el proceso por el cual los ciudadanos evalúan la información que sobre un determinado tema reciben. Desde este otro punto de vista, los investigadores del marketing, tanto comercial como político, han dedicado tiempo y trabajo a este concepto con el fin de adecuar la estrategia y construir los mensajes.

En el ámbito de la política, que es donde centramos este estudio, la percepción constituye un objetivo básico de actuación de los diferentes actores en liza. El caso que más hemos estudiado, el de la Comunitat Valenciana, nos confirma la importancia de actuar sobre los procesos de percepción social, no sólo controlando el medio que informa, sino reformulando los encuadres cognitivos de atribución de sentido a esos mensajes. Es el diagnóstico que realizábamos en 2008 cuando nos preguntábamos acerca de las claves que explicarían la hegemonía política del PP en esa Comunitat<sup>2</sup>. La respuesta, tal y como verificamos, tenía múltiples ramas pero un solo tronco. Se debía a la conversión de las instituciones públicas en instituciones al servicio del partido; en la conversión del interés público en interés privado; en la construcción de lo que Gramsci calificó en su día como la hegemonía, esto es, el sistema de dominación cultural basado en el control de todos medios básicos que conforman la cultura política de los ciudadanos, desde los educativos e intelectuales, pasando por los medios de comunicación y otros instrumentos conformadores de opiniones, hasta los simbólicos ligados a las emociones, las creencias y las identidades. El éxito del PP, concluíamos, estaba tanto en su capacidad de monopolizar lo

---

<sup>2</sup> Piqueras, J.A., Martínez, F.A., Laguna, A. y Alaminos, A. (2010): *El Secuestro de la Democracia. Corrupción y dominación política en la España actual*. Madrid: Akal.



público en su beneficio particular de una manera tan antidemocrática como posiblemente ilegal, como en convertir el “capital simbólico” de todos, –según la acepción de Bourdieu– en un sistema de legitimación social de unos pocos.

La percepción, en tanto depende de contextos y experiencias, está sujeta a constantes variables. La primera, intrínsecamente individual y subjetiva, ligada a la formación y experiencia de la persona, nos hablaría de sus capacidades y habilidades para recibir, evaluar, seleccionar, filtrar y responder a los estímulos y mensajes que percibe a través de los sentidos, lo que nos llevaría a considerar desde su formación y habilidades intelectuales hasta sus hábitos informativos. En segundo lugar, otra variable básica a nuestros efectos tiene que ver con los medios de comunicación, especialmente con la televisión que a fecha de hoy sigue siendo el principal soporte de información para la población. La información filtrada por los medios, con sus sesgos e intereses, constituye el más poderoso afluyente de mensajes que hoy por hoy reciben los ciudadanos acerca de lo que sucede en el mundo que habitan. Finalmente está la variable del contexto en el que se enmarcan esos mensajes y, por lo mismo, se les otorga sentido, lo que nos llevaría a tener en cuenta claves como la cultura política, el sistema de valores socialmente imperantes, así como los cambios que se producen. La crisis económica, por ejemplo, se convierte en un factor determinante de los cambios que experimenta la forma en que los valencianos en particular, y los españoles en general, perciben y evalúan la política y a sus políticos. De todo lo cual se deduce que la percepción de la corrupción, factor determinante del sistema político actual, es el resultado de un proceso en el que confluyen de forma individual y desigual la persona, los medios y la realidad, tres claves que jalonan este trabajo.

## 2. CORRUPCIÓN, PERCEPCIÓN Y MEDIACIÓN

“El hecho de que haya corrupción no quiere decir que haya un país corrupto debajo. Me parece que hay una cierta percepción social hipertrófica y exagerada del nivel de corrupción que hay”<sup>3</sup>.

La palabra “percepción” se ha convertido en la clave que preside toda medición de la vida política, social o cultural de nuestro tiempo. Desde los barómetros del CIS hasta las encuestas que realizan organizaciones como *Transparency Internacional*, la percepción social aparece como uno de los indicadores básicos para conocer el grado de valoración de un sistema político. Un buen ejemplo de esta creciente preocupación por conocer la visión de los ciudadanos

---

<sup>3</sup> Declaraciones de José Ignacio Wert, Ministro de Educación y Cultura y sociólogo, en *El Mundo*, 19/03/2013.

fue el libro de los profesores Gómez, Palacios, Pérez y Vargas-Machuca, aparecido en 2010. En una amplia investigación basada en 3000 encuestas realizadas en 2007, los autores constataban ya entonces un problema que no ha hecho sino crecer: la pérdida de credibilidad del sistema provocada, entre otros factores, por la percepción acerca del grado de corrupción. Entre los resultados del trabajo, destacamos que el 43% afirmaba que la clase política era más corrupta que el resto de la ciudadanía, entre otras razones porque el 70% consideraba que los políticos se preocupan más de sus intereses que de los ciudadanos; y que de los 10 indicadores utilizados para comprobar cómo perciben y, en consecuencia cómo evalúan, el sistema de partidos políticos, tan sólo en sólo 3 de ellos se alcanzaba el aprobado.

Cinco años después de esta auditoria, la percepción sobre la corrupción en España no ha hecho sino crecer, al menos así lo considera un 63% de los encuestados por *Metroscopia* para el diario *El País*, de 12 de enero de 2013. Además, un 54% asegura que es superior a la de otros países y hasta un 95% desconfía de las intenciones de los partidos y de la eficacia de la Justicia para combatirla. Si contrastamos estos datos con diferentes barómetros publicados por el CIS, los ciudadanos que consideraban a la corrupción como el principal problema pasaron del 9.5% en noviembre de 2012 al 17.7% de enero de 2013, la cifra más alta alcanzada por este tema en la historia de la democracia en este país. Pero justo a partir de ese instante se produjo el estallido del caso Bárcenas, que aunque no era más que una nueva dimensión del anterior caso Gürtel, se convertía en la gota que colmaba el vaso, según palabras del politólogo Fernando Vallespín. Y, en efecto, un mes después, la nueva medición del CIS confirmaba que la percepción había pasado a un 40%, segundo problema del país tras el paro.

Otro barómetro, en este caso el del Real Instituto Elcano realizado en el mes de febrero de 2013 acerca de qué problema de España dañaba más su imagen exterior, arrojaba un resultado contundente: el 52% de los españoles consideraba a la corrupción como el que más daño provocaba, seguido del paro y la pobreza (19,1%), los problemas del sistema financiero (5,9%) y las huelgas y protestas ciudadanas (4,1%). Además, los encuestados señalaban a España como el país más corrupto de una lista, por delante de otros europeos como Italia o Grecia y de terceros como Marruecos o China, cuando el Informe de Transparencia Internacional para 2012 situaba a España en lugar 30 de la lista, con una nota de 6.5 puntos sobre 10, muy por encima de los países anteriormente citados. Es decir, la percepción magnifica la dimensión del problema al tiempo que concentra toda la atribución del mismo al ámbito de la política.

La corrupción, definida por la ONU como “un abuso de poder para obtener ganancias privadas”, no es un delito tipificado como tal en nuestro Código Penal, lo que hace muy compleja toda medición. No existe un censo oficial de casos de corrupción, sino de delitos relacionados con el significado de la palabra corrupción, tales como cohecho, malversación, prevaricación o tráfico de influencias. Además, la mayoría de las diligencias que los jueces abren para investigar la posible comisión de este tipo de delitos no llega a la fase juicio oral (Villoria y Jiménez, 2012: 115). Pero aunque no haya sentencia, sí hay juicio público a partir del momento en que el caso salta a los medios y se convierte en noticia. La realidad de la justicia va por una vía y la de la percepción por otra y, con toda probabilidad, nunca llegan a coincidir o, como en el caso de Carlos Fabra, expresidente de la Diputación de Castellón, tardan casi 10 años en encontrarse. A partir de aquí son oportunas las palabras de J. I. Wert, en el sentido de que la realidad y la percepción pueden tener dimensiones diferentes. ¿Sucede así con la percepción de la corrupción y la propia realidad de esta lacra?

Tal y como advertimos, la medición del fenómeno de la corrupción no es tarea fácil. Si utilizamos fuentes oficiales, las fuerzas de seguridad del Estado –Policía Nacional y Guardia Civil– tenían abiertas 171 investigaciones por delitos relacionados con la corrupción que afectaban a 1.110 personas<sup>4</sup>. En el caso de la Comunidad Valenciana, uno de los principales focos de casos, se contabilizaban 249 personas imputadas. Sin embargo, más allá del número de casos abiertos o de personas afectadas, importa la trascendencia de muchos de ellos, tanto por la relevancia social y política de los protagonistas, como por la cantidad de instituciones a las que pertenecen. Es decir, importa su valor como modelos representativos y sus capacidades de multiplicar sus efectos. De hecho, en el *Informe Político* de la Comisión Europea, hecho público por *El País* el 8 de febrero de 2013, se afirmaba que “las reverberaciones de los casos de corrupción en España activan las alarmas en Bruselas”, en clara alusión a una posible implicación del presidente del gobierno por el caso Bárcenas.

Es evidente que las mediciones de la percepción acerca de la corrupción en España se hacen a través de técnicas cuantitativas demoscópicas que no contemplan en sus resultados los efectos de los medios. Se mide la preocupación por cualquier tema de la esfera pública sin discernir en el cómputo lo que es parte del debate inducido y lo que es propio de la realidad observada. Una posible distinción que, sin duda, nos lleva a un terreno complejo. Desde hace

---

<sup>4</sup> En declaraciones del Ministro del Interior, Jorge Fernández, *El Economista.es*, 12/03/2013.

más de un siglo, diferentes líneas de investigación, según su contexto y metodología, han incidido más o menos en los posibles grados de influencia que los medios pueden llegar a ejercer en la opinión pública. Desde el constructivismo que establece la idea de proceso de interacción y comunicación entre los individuos para poder explicar la realidad de la vida cotidiana (Berger y Luckman 1991:39) y que ha dado lugar, en el ámbito del periodismo, a teorías como la del *Newsmaking* (Pena, 2009: 138), pasando por trabajos tan innovadores como los de la socióloga alemana, E. Noelle-Newmann, planteando que “la realidad que conozca el individuo dependerá de las presencias y ausencias que decidan los medios” (Diezhandino, 2007: 24), son diversas ya las teorías que han defendido la concepción de que los medios de comunicación son claves en los procesos de percepción y configuración social de las opiniones.

En este sentido, desde la premisa de que los medios de comunicación son fuentes básicas para la construcción del conocimiento social, podemos plantear como hipótesis de partida que la percepción que los ciudadanos tengan de la corrupción en España estará estrechamente ligada al papel informativo que desempeñen los medios de comunicación. De las noticias que den, de cómo las presenten o de cuántas veces las reiteren, entre otros procesos, se derivarán los efectos cognitivos que afectarán a la percepción social de los ciudadanos. Por ejemplo, los profesores Marín, Molinero e Ysàs, cuando reconstruyen la historia política de los años noventa, no dudan en afirmar que el importante incremento de la percepción que en materia de corrupción señaló la encuesta de la empresa Demoscopia realizada en abril de 1992, con un 85% de la población que considerada que en la vida pública española había “bastante o mucha corrupción”, es inseparable de la campaña de comunicación capitaneada por Pedro J. Ramírez, director de *El Mundo*, y Luis M. Ansón, director entonces de *Abc*. Este último, años después, vendrá a reconocer que “hubo una operación de acoso y derribo contra Felipe González, al que no era posible vencer en las urnas, en la que participaron relevantes periodistas junto a dirigentes del Partido Popular” (Marín, Molinero, Ysàs, 2001: 448). En esta misma línea, autores como Villoria y Jiménez (2012) plantean que los datos objetivos apenas influyen sobre la percepción de los temas de corrupción, mientras que es la repercusión mediática de los mismos, las llamadas “penas de los telediarios” tal y como han acuñado algunos políticos, la que incrementaría la percepción y sus efectos entre los españoles.

Desde esta concepción acerca de los efectos, surge también la interpretación que vincula la calidad de los medios de comunicación con la de las instituciones democráticas. En efecto, si la forja de la cultura cívica depende de la información de unos medios que son interlocutores entre la administración y

la sociedad; incluso si el funcionamiento correcto del sistema depende de las tareas de vigilancia y fiscalización que efectúe ese “cuarto poder” tal y como Burke llamó a la prensa; si admitimos estas premisas, colegiremos con Habermas y otros muchos que “los medios son la piedra angular en las sociedades democráticas (Blesa, 2006: 91). En el caso de la corrupción, tal y como destaca Rose-Ackerman (2001: 228), la independencia de los medios resulta fundamental para poder ejercer la denuncia. Los ejemplos que cita son harto elocuentes: frente a la prensa intervenida o controlada de México, la italiana de los inicios de los años noventa gracias a la cual pudo desarrollarse el proceso conocido como “Tangentópolis” que se saldó con 1233 condenas y un vuelco total del sistema político.

De este modo, los contenidos informativos de los medios no sólo fijan la agenda de la opinión pública, contribuyendo a presentar determinados problemas como más importantes que otros que cuentan con una menor presencia en los medios, “sino que también dictan implícitamente al público una forma de pensar sobre ciertos asuntos” (Igartua, Humanes, 2004: 245). En palabras de Shaw:

“... como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, resalta o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los *medios de comunicación* incluyen o excluyen de su propio contenido. El público, además, tiende a conceder a las cosas una importancia que refleja el énfasis atribuido por los medios de comunicación a los acontecimientos, a los problemas, a las personas...” (en D’Adamo, Garcia Beaudoux, Freidenberg, 2000: 48).

Todo ello, tal y como se desprende de la cita anterior, confirma que experiencia y recepción mediática son inseparables en la conformación de las opiniones. La conclusión, desde estos planteamientos, sitúa a los medios como grandes protagonistas, tanto en la denuncia como en la construcción de las opiniones que los ciudadanos tengan acerca de comportamientos corruptos. Sin embargo, volvemos a reiterar que el proceso es más complejo.

Percibir, de acuerdo con la Psicología, no es solamente recibir un estímulo o un mensaje desde un emisor. Comporta, a su vez, una segunda fase de interpretación del mensaje recibido de acuerdo con parámetros tan básicos como la experiencia, el contexto, los valores y la cultura del individuo. Significa, por tanto, reconocer que los efectos de los medios están condicionados por la cultura de la persona, por la experiencia que tenga en relación con esos temas, por las opiniones que reciba de sus iguales y ambientes de influencia, en definitiva,

por el contexto en que se produce la recepción. Si lo aplicamos al tema que nos ocupa, sería tanto como reconocer que la información sobre corrupción ha variado sus efectos sobre la población en la misma medida que ha variado la situación económica con la crisis. De tal manera que el incremento de percepción sobre la corrupción que venimos señalando, no sólo sería atribuible al mayor número de casos judiciales retransmitidos o recreados por los medios, sino también de forma muy especial al cambio de contexto en el que se evalúa esa información.

Información sobre corrupción hubo antes de las elecciones autonómicas de 2007 y Camps ganó por mayoría absoluta. También antes de las elecciones catalanas de 2012 circularon abundantes noticias de supuestos escándalos que implicaban a líderes de CiU y, sin embargo, esta coalición fue la más votada y la participación electoral rozó la barrera del 70%. La imposibilidad de establecer una relación de causa-efecto estriba en la serie de factores que marcan la diferencia entre percibir e interpretar. Los medios alimentan la percepción, pero otros factores como la cultura política de las personas, su situación material concreta o su grado de dependencia de terceros, provoca que la interpretación no sea mecánica. De aquí el cambio tan importante que se experimenta en estos últimos años. La repercusión de la corrupción ha crecido informativamente hablando, pero la interpretación que los ciudadanos hacen en estos momentos de aguda crisis económica provoca que se hayan multiplicado los efectos de desafección y cinismo. Este es el encuadre nuevo que irrumpe en las interpretaciones de las noticias: corrupción es igual a política.

Esta segunda hipótesis también tiene su correlato teórico específico. Destacaríamos algunos de los aspectos básicos de la *Teoría de las Diferencias Individuales* de Carl Hovland, en el sentido de que el público actúa ante los mensajes de los medios de acuerdo con el interés que le despierta el tema, esto es, la motivación y también en función del grado de adecuación que el mensaje tiene respecto de sus propias actitudes y valores, evitando la disonancia cognitiva, la contradicción ideológica o el conflicto moral con sus valores. De aquí que se plantee que la percepción de los mensajes de los medios es siempre selectiva y, de la misma forma, la memoria de lo recibido también (Monzón, 2006: 192-193). Para entender cómo y por qué se interpreta un mensaje de forma distinta, también resulta fundamental la *Teoría de los Marcos Cognitivos* que más recientemente ha desarrollado el neurolingüista G. Lakoff. Su tesis, basada en la idea de que “La gente piensa mediante marcos”, plantea que “La verdad, para ser aceptada, tiene que encajar en los marcos de la gente. Si los hechos no encajan en un determinado marco, el marco se mantiene y los hechos rebotan” (Lakoff, 2007: 39).

En consecuencia, la interpretación de la corrupción que efectúan los ciudadanos estaría determinada por la evolución de esos marcos que actúan a modo de plano para guiar a las personas en la estructuración de su pensamiento. De aquí la importancia que la percepción tiene en la batalla de la comunicación política. También de la publicidad, lógicamente por razones diferentes. Tanto en la fase de percepción del mensaje, como en la posterior de decodificación o interpretación, las distintas fuerzas políticas libran una batalla de gran intensidad. En la primera, el objetivo es el control de los medios para asegurarse que el mensaje que transmiten es acorde a los intereses del partido y se reitera con suficiente insistencia. En la segunda, en la interpretativa, la batalla se libra en el plano conceptual con el fin de que el receptor interprete la noticia con un punto de vista u otro. De lo que no cabe duda es que tan importante para una comunicación política eficaz es conseguir que los ciudadanos se expongan a un mensaje, como que lo interpreten de acuerdo con los parámetros fijados de antemano en la estrategia.

En definitiva, si la percepción es recibir e interpretar un mensaje, después de todo lo apuntado resulta obvio que este proceso cognitivo estará condicionado por tres factores como mínimo: en primer lugar, por la inclusión en la agenda mediática de los temas de corrupción y por el tratamiento informativo que reciban, en suma, por la oferta informativa; en segundo lugar, por el grado de interés que despierten estos temas entre los receptores, refrendado por el seguimiento y exposición de las personas a estos mensajes, en suma, por las audiencias; y, finalmente, por la interpretación que los individuos hagan de estos mensajes a partir del contexto, de sus valores, cultura y experiencia, en suma, por la percepción. Veamos por separado y de forma más minuciosa la relación entre medios y corrupción para acabar evaluando los determinantes sociales de la percepción.

### 3. OFERTA Y DEMANDA DE NOTICIAS SOBRE CORRUPCIÓN

José María Espinàs, en *El Periódico* de 14 de febrero de 2013, redactaba un artículo bajo el expresivo título de “La corrupción que nos inunda”, en el que llamaba la atención sobre la generalización a todos los ámbitos de la vida pública de actuaciones ilícitas y acababa proponiendo que los periódicos, a partir de ese momento, incorporasen una sección monográfica bajo el título escueto de “Corrupción”, algo que no sería novedad, pues prácticamente es lo que sucedió en casi toda la prensa española en septiembre de 1923, tras el golpe de Estado liderado por Primo de Rivera.

La presencia de noticias sobre corrupción ha sido una constante a lo largo de la historia de los medios por varios motivos, pero especialmente porque la corrupción y la ausencia de ética de los políticos es un objeto de interés público

prioritario. Incluso se ha llegado a apuntar que la información sobre corrupción constituye un buen indicador del grado de calidad de la democracia y de la libertad, en contraste con lo que sucede en situaciones de dictadura (Castell, 2003: 368). De igual forma, también se ha destacado el desfase temporal que se produce entre la comisión de los posibles delitos de corrupción y el afloramiento de estos a través de los medios, lo que implicaría una mayor percepción de escándalos justo cuando estos han dejado de producirse (Villoria y Jiménez, 2012: 116).

Los análisis de contenido que hemos efectuado y las mediciones de noticias en distintos medios, no hacen sin ratificar el protagonismo de esta temática en la actividad periodística. El grupo de investigación, *Agenda y Voto*, dirigido por el profesor Fermín Bouza, analizaba el número de noticias en portada, y porcentaje sobre el total de la edición, desde septiembre 2008 a junio de 2010, con el resultado de que más del 50% de los temas tenían que ver con la crisis, escándalos de corrupción y disputas partidistas. De forma más concreta, en una investigación que efectuábamos sobre los informativos de distintos medios audiovisuales entre 2007 y 2010, comprobamos la evolución del número de noticias sobre corrupción emitidas:

**Cuadro 1: Noticias sobre corrupción en los informativos de: TVE1, La2, TELE 5, ANTENA 3, CNN+, 24 Horas, CUATRO, LA SEXTA, CANAL SUR, TV3, CANAL 9, ETB 1, TVG, TELEMADRID, Veo TV, Cadena COPE, Cadena Ser, Onda Cero, RNE-1, Íntereconomía y Punto Radio**

	2010	2009	2008	2007
Enero	189	87	169	223
Febrero	316	2.176	58	281
Marzo	854	1093	80	181
Abril	1175	395	124	206
Mayo	421	599	549	582
Junio	230	397	569	243
Julio	498	359	198	179
Agosto	120	555	149	55
Septiembre	517	357	157	167
Octubre	571	1896	237	124
Noviembre	204	1311	101	506
Diciembre	263	576	138	252
<b>TOTAL</b>	<b>5.358</b>	<b>9.801</b>	<b>2.529</b>	<b>2999</b>

Fuente: elaboración propia a partir de las bases de datos de Kantar Media y Lucarno Medios



A tenor de las cifras de este último cuadro, descubrimos de forma inmediata que el año 2009 fue excepcional, con casi el triple de impactos informativos que el resto de años precedentes. La razón no es otra que el estallido en el mes de febrero del caso Gürtel, con la detención de varias personas relacionadas con el PP. De hecho, el diario *El País* de 7 de febrero de 2009 titulaba en primera a toda página: “La corrupción acorrala al PP”.

Entre las explicaciones de este incremento y desde un punto de vista estrictamente periodístico, es evidente que la imputación de un posible delito a un representante público reúne importantes valores noticia como los de relevancia, impacto e interés general. (Wolf, 1987: 228). Por todo, es lógico que cualquier medio de comunicación incluya un acontecimiento de esta naturaleza en su agenda de temas. Incluso que lo magnifique y explote elevándolo a la categoría de “escándalo”, ya que entonces el relato informativo se convierte en un espectáculo de sensaciones entre buenos y malos, con famosos que se han aprovechado de su elevada posición para cometer delitos e inmoralidades (Canel, 2005: 166).

Las noticias sobre corrupción, en coherencia con esta dimensión pública de los personajes e instituciones afectados, no han hecho sino crecer. Crecen por el interés periodístico del tema, por el valor de la relevancia que tienen los protagonistas. Pero también lo hacen por el interés social que despierta entre una población sometida a los rigores de la austeridad y los recortes, cuando no de la pobreza, que encuentra e identifica de esta manera los teóricos culpables de lo que les pasa.

En una medición de contenidos, a través de las hemerotecas digitales de dos diarios especialmente representativos, el valenciano *Levante-EMV* y el de ámbito nacional, *El País*, y en el periodo de tiempo de 181 días que van del 1 de septiembre de 2012 al 28 de febrero de 2013 en el que la percepción alcanza su récord histórico, nos encontramos con que la palabra corrupción apareció 5<sup>75</sup> veces por día en el diario valenciano, para un total de 1004 en conjunto, mientras que en *El País* la media fue muy superior, de 472.5 al día, para un total de 85.521. En la tabla podemos comprobar de forma más detallada la evolución que presenta la frecuencia de apariciones en el conjunto de las ediciones de ambos diarios (ver Cuadro 2).

El salto, como se observa, es especialmente notorio entre enero y febrero, donde se alcanzan cifras que duplican los resultados anteriores. Es más, si refinamos la medición utilizando ya la identificación de los casos más notorios, no sólo podemos observar su frecuencia de aparición, sino también la escala de importancia que le ha atribuido el medio en función de su línea editorial o interés empresarial (ver Cuadro 3).

**Cuadro 2: Medición apariciones palabra “corrupción”**

PALABRA CORRUPCION	<i>EL PAIS</i>	<i>LEVANTE-EMV</i>
Septiembre 2012	6.670	96
Octubre	6639	120
Noviembre	9810	106
Diciembre	9944	130
Enero	19156	179
Febrero	33312	373
TOTAL	85.521	1004

Fuente: elaboración propia a partir de los motores de búsqueda de las hemerotecas digitales de ambos diarios

**Cuadro 3: Medición de casos de corrupción por medios**

CASO	APARICIONES DEL CASO EN <i>LEVANTE-EMV</i>	MEDIA DIARIA	APARICIONES DEL CASO EN <i>EL PAÍS</i>	MEDIA DIARIA
Bankia	488	2.7	1.797	9.9
Gürtel	452	2.5	11.438	63.1
Noos	424	2.3	11.995	66.2
Cooperación	389	2.1	707	3.9
Bárceas	290	1.6	10.933	60.4
Emarsa	281	1.5	396	2.1
Campeón	259	1.4	1.801	9.9
Brugal	128	0.7	941	5.2
Palma Arena	98	0.5	1.111	6.1
Over Marketing	78	0.4	299	1.6
Caso Fabra	37	0.2	116	0.6

Fuente: elaboración propia a partir de los motores de búsqueda de las hemerotecas digitales de ambos diarios

De todo lo cual se desprende una estrecha coincidencia entre el incremento del número de noticias sobre casos de corrupción con la multiplicación de la percepción social que se produce en los dos primeros meses de 2013. Una coincidencia que nos lleva a la cuestión clave: hasta qué punto la percepción depende

de la realidad objetiva, de lo que realmente ocurre, o de la subjetiva que ofrecen los medios; esto es, hasta qué punto la percepción es real o inducida. Las palabras del sociólogo J. I. Wert que destacábamos anteriormente no ofrecerían duda: la percepción está inflada por la acción de los medios. De aquí que otro ministro, en este caso el de Justicia, esté impulsando una reforma del Código Penal que prevé multas a los periodistas que informen sobre casos de corrupción cuando el Juez y el Fiscal ordenen el secreto de las actuaciones.

También permitiría entender los procesos de selección, filtrado y jerarquía de noticias que sobre los casos de corrupción establecen los medios en función de sus intereses ideológicos y empresariales. Es decir, mientras el sensacionalismo parece ser el objetivo prioritario de una cadena privada como *Tele 5* o *La Sexta*, la limitación expositiva junto con un sesgo interpretativo de signo partidista parece dominar en algunas televisiones autonómicas cuyos gobiernos coinciden con la militancia política de los protagonistas de las informaciones, caso de la televisión autonómica valenciana o madrileña. Y para comprobarlo, nada mejor que el sumario, exponente del resalte y encuadre que cada medio hace de las noticias. Si analizamos la presencia del llamado Caso Gürtel en los sumarios de 2009, comprobamos la desigualdad entre las distintas cadenas televisivas.

**Cuadro 4: Contraste de noticias por medios y lugar de aparición**

Sumarios 2009	Gürtel	Corrupción en general	Total noticias Sumario	Noticias Cacería Bermejo
TVE1	92	51	1216	73
Tele 5	28	35	1327	48
Antena 3	47	26	1214	54
Cuatro	55	27	796	12
Sexta	43	22	712	13
Tele Madrid	0	0	1653	82
Canal 9	0	0	1136	47

Fuente: elaboración propia a partir de las bases de datos de Kantar Media y Lucarno Medios.

A partir de estas cifras deducimos el planteamiento tan diferente que al caso Gürtel le han dado las diferentes cadenas. Así, mientras las televisiones autonómicas madrileña y valenciana destacaban el comunicado del PP que hablaba de “cacería política”, tanto por la filtración del sumario como por la posterior

información de la coincidencia en una cacería del ministro de Justicia, Mariano Fernández Bermejo, y el Juez Instructor, Baltasar Garzón, el resto de televisiones oscilaban entre la relación de la trama con el PP hasta la estricta reseña de los interrogatorios y autos efectuados por el juez. Para hacernos una idea más precisa, reproducimos la síntesis las entradillas realizadas en uno de los días centrales del caso, el del 11 de febrero de 2009, por dos televisiones públicas:

TVE: “El juez Garzón ha dictado prisión incondicional sin fianza para Francisco Correa y los otros dos cabecillas de la supuesta trama de corrupción. Hoy el magistrado tomará declaración al último de los detenidos en la operación Gürtel, Alvaro Pérez Alonso, responsable de Orange Market de Valencia”

Tele Madrid: “La dirección nacional del PP de Madrid denuncia lo que califica de cacería política contra los populares. Tras la reunión presidida por Esperanza Aguirre, el secretario de comunicación Juan José Güemes, ha criticado que a pesar del secreto de sumario en la operación Gürtel haya habido filtraciones a un medio de comunicación y en su opinión Bermejo y Garzón deberían de dimitir”

El sesgo de las cadenas autonómicas resulta evidente. Se trata de diluir las responsabilidades en un claro intento de fijar la lectura de la corrupción como un mal de todos, casi inherente a la tradición. De tal manera que los ciudadanos simpatizantes del partido conservador gocen de una explicación en clave victimista, mientras los indecisos pueden llegar a la conclusión de que “todos son iguales”.

La corrupción, además de informativamente, interesa por el grado de atracción que suscita. Programas de info-entretenimiento como “El Intermedio” han alcanzado su récord histórico de audiencia, con más del 13% de cuota de pantalla (en torno a los 3 millones de televidentes), en febrero de 2013 tras el estallido del caso Bárcenas. La corrupción, desde este punto de vista, vende. Hasta tal punto que José Manuel Lara, presidente del Grupo Planeta, no parece tener ningún problema en que en sus propios medios se diga una cosa y la contraria, por ejemplo, sobre el caso Gürtel, en función de si lees *La Razón* o ves *La Sexta Tv*. Los diarios *El País* y *El Mundo* conseguían detener la caída de sus ventas gracias a las revelaciones del caso Bárcenas. Revistas satíricas antiguas, como *El Jueves*, o más recientes, como *Mongolia*, aumentaban sus tiradas en la misma medida que ironizan sobre el Rey y su yerno, al tiempo que la histórica *Interviú* compagina el desnudo de su portada con la pregunta de si Rajoy irá a la cárcel.

El dinero manda y el espectáculo crece estimulando el planteamiento sensacionalista de la información, aunque sea con temas tan delicados como el de la corrupción. De tal forma que la simplificación o la magnificación se convierten

en las formas habituales de presentar el acontecimiento. Sobre todo en TV, medio elegido por 9 de cada 10 ciudadanos para informarse. La competencia es de tal grado que el tema trasciende el espacio del telediario para ocupar tertulias, reportajes y programas de entrevistas. El resultado es que la corrupción pasa a formar parte del espectáculo mediático y que su tratamiento se equipara al utilizado para los temas rosas o del corazón, esto es, más que informar lo que importa es afectar y seducir. El resultado, en definitiva, es que se produce un encuadre de la información que prima la simplificación y la emotividad sobre la argumentación o el análisis. No extraña, por tanto, que un sentimiento o un estado de ánimo pueda llegar a ser alimento suficiente para el crecimiento de una opción electoral, como el Movimiento 5 Estrellas en Italia. En cualquier caso, la última palabra la tiene el ciudadano, en su capacidad intelectual para interpretar la información recibida.

#### 4. LAS INTERPRETACIONES DE LOS CIUDADANOS. LOS DETERMINANTES DE LA PERCEPCIÓN

La interpretación de los mensajes que le llegan al individuo es un proceso complejo en el que intervienen tanto factores de orden cognitivo como ambientales. Entre los primeros, uno de los filtros más potentes tiene que ver con la cultura recibida por la persona a través de sus diferentes vías de socialización, desde la familia a la escuela, desde los iguales hasta los mismos medios de comunicación. Es la cultura política, entendida como “patrón de significados” (Thompson 1993: 145), y donde el peso de la tradición recibida juega un papel básico en la conformación de los marcos cognitivos. Gracias al conocimiento transmitido por distintas vías, a la experiencia y a la formación intelectual, las personas consiguen procesar los mensajes, evaluar sus contenidos y adoptar las respuestas adecuadas. Sucede de forma especial con el tema de la corrupción, ampliamente asentada en el imaginario colectivo.

En España, desde antiguo, la corrupción ha sido una constante al vincularse de forma tan estrecha las expectativas de enriquecimiento con el control político. Antonio Elorza llamaba la atención acerca de que tan sólo en España, la más prestigiosa fundación cultural llevase el nombre de un gran corruptor, Juan March<sup>5</sup>. El profesor José Antonio Piqueras, a través de diversas obras, ha evidenciado cómo una buena parte de las grandes fortunas que se pasean por las portadas del papel cuché deben su origen a agio, abuso de poder, explotación cuando no trata de seres humanos, fraudes y todo tipo de acciones delictivas que, más allá del fuero que rija o de la exculpación que lograran, siempre fueron incompatibles con los principios elementales de la justicia.

---

<sup>5</sup> Elorza, A.: “Tangentópolis”, *El País*, 14/04/2010.

La memoria histórica, en consecuencia, está plagada de ejemplos donde política, mercado y corrupción han convivido de forma estrecha. Hasta tal punto que, como si de una herencia se tratara, la asociación entre poder y corrupción forma parte del imaginario colectivo de los españoles. Incluso alimenta una deriva cínica que no deja de crecer en tiempos de crisis, la que concibe la idea de que en política, más allá del color, se está para ganar dinero y enriquecerse; que los políticos no se ocupan de los ciudadanos ni de sus problemas, sino de la gente poderosa y con dinero; que la política, en definitiva, es una vía para medrar profesional y socialmente.

Sin embargo, las condiciones para el fomento de la corrupción se han multiplicado en los últimos años por la coincidencia de una serie de factores que han constituido un caldo de cultivo muy propicio. Entre los más destacados, nos encontramos:

1. La hegemonía de un mercado global que antepone el pragmatismo del dinero a cualquier otro valor, por mucho que el marketing haya vendido la existencia de una “responsabilidad social de la empresa”. El “enriqueceos” (*enrichissez-vous*) manifestado por François Guizot en Francia de 1840, está más vigente que nunca. El resultado es una mercantilización de todos los aspectos de la vida, un predominio de lo individual y un deterioro elevado de la ética pública.
2. En segundo lugar, creemos que también guarda una relación directa con lo que Diego Bautista ha llamado la “Nueva Gestión Pública”, que irrumpe a partir de los años noventa del pasado siglo tras la caída del muro de Berlín y la supremacía del neoliberalismo. Se trata, en síntesis, de un proceso por el cual “se trasladan las ideas, los mecanismos así como el espíritu empresarial al ámbito público bajo el argumento de crear una administración más ágil y eficaz que combata el burocratismo y la lentitud en los servicios, que responda a las nuevas necesidades ciudadanas y que alcance los mejores resultados gracias al principio de eficiencia y bajo el argumento de modernizar la administración pública” (Diego Bautista, 2009: 16). Como consecuencia de esta liberalización de la administración pública, lo público y lo privado se confunden cada vez más. Los ayuntamientos, por ejemplo, se intentan gobernar como si fueran empresas privadas, confundiendo de esta manera el hecho de que, “Mientras que para la administración pública la sociedad es importante como fuente de legitimación, para el sector privado lo es como medio de obtención de beneficios”. (Diego Bautista, 2009: 25). Buena parte de las denuncias presentadas por posibles delitos de corrupción, tienen que ver con la privatización de los servicios públicos básicos como el agua y la basura (casos Emarsa y Brugal)

3. El progreso de una economía especulativa frente a la productiva, que ha tenido en el boom urbanístico español su máximo exponente, dando lugar a un notable incremento de la corrupción política en el ámbito municipal. Es lo que se ha conocido como “ladrillo y corrupción” (Jímenez, 2008: 278)
4. La inexistencia de controles o la ineficacia de los existentes a la hora de hacer transparente la gestión. La teoría normativa de la democracia, advierte Norberto Bobbio, persigue la transparencia del “ágora” pública en la que la publicidad es la regla y el secreto la excepción. También es acertada la conocida ecuación Robert Klitgaard en el sentido de que corrupción es igual a  $M+D-R$ , siendo M el monopolio en la toma decisiones, D la discrecionalidad y R la rendición de cuentas. Es decir, cuanto más secreta sea la toma de decisiones y menor el control político, más factible es el abuso (Jímenez, 2008: 264).
5. En relación con esta falta de controles, el debilitamiento empresarial de los medios de comunicación, tanto por la crisis económica como por la crisis del modelo de negocio que ha comportado Internet, se ha convertido en un agravante más. Sin periodismo de calidad no existe democracia de calidad, sostienen las organizaciones profesionales, pero sin un periodismo de investigación, de reportaje, no puede existir contrapoder alguno. La consecuencia es un aumento de las presiones empresariales sobre la línea editorial y la agenda del medio, un abuso del periodismo llamado de fuentes o de corta y pega, de las comparencias de dictados sin derecho a preguntas, etc. Un ejemplo especial surgía con las revelaciones de los sobresueldos entregados a altos cargos del PP, donde Rajoy aparecía como el máximo beneficiario. *El Confidencial* del 27 de febrero de 2013 publicó un artículo con el título de: “Los accionistas de PRISA piden a Cebrián que deje a Rajoy fuera del *affaire* Barcenas”, donde informaba que el ministro Luis de Guindos había solicitado al presidente de Telefónica, al de Banesto y al de la Caixa, futuros accionistas a partir de 2014 tras la operación rescate de junio de 2012, que no era admisible “un ataque de un medio que está resquebrajado”.

La suma de todos estos indicadores de los últimos años nos vuelve a recordar la fórmula citada de Klitgaard, en el sentido de que poder concentrado, más discrecionalidad y opacidad en la toma de decisiones, todo ello bajo un intenso crecimiento económico, son factores propicios para la corrupción. Es lo que ha sucedido en España en la última década. Pero en el caso de la Comunitat Valenciana se ha producido con un añadido no menos importante, con el refrendo que las urnas han otorgado desde 1999 al Partido Popular en forma de mayo-

rías absolutas. Esto es, en la geografía política valenciana se estaban dando las condiciones para comportamientos corruptos de una forma muy nítida, en muchas ocasiones con estallidos tan paradigmáticos como el caso Fabra, denunciados por la oposición y algún medio de comunicación. Pero los ciudadanos se mostraban impertérritos volviendo a confiar en las candidaturas del PP, como la presentada en mayo de 2011 bajo el liderazgo de un candidato bajo sospecha, Francisco Camps, que se vería obligado a dimitir pocos meses después al ser procesado.

La explicación, a tenor de todo lo dicho es clara: la percepción social dominante valoraba los teóricos logros del partido en el gobierno y no los métodos empleados. Ni la crítica, más o menos contundente, de los partidos de la oposición, ni las informaciones que en algunos momentos algún diario como *Levante-EMV* llegó a publicar, alteró esta forma de interpretar la gestión política del gobierno valenciano. Sin embargo, apenas dos años después de aquel triunfo por mayoría absoluta del PP valenciano en las autonómicas de 2011, un cambio se atisba en la valoración que los ciudadanos atribuyen a la corrupción y, consecuentemente, en la intención de voto.

La pregunta, a partir de aquí, es por qué esa forma de construir la hegemonía política, que hace de la corrupción su tronco básico de operaciones, empieza a debilitarse en la percepción de los ciudadanos. La explicación, sin duda, es una consecuencia más de la crisis económica. Con la crisis disminuye el gasto que podía ser susceptible de alimentar a clientes y amigos a través de la obra pública; con la crisis, se debilitan las opciones de utilizar las instituciones para fines partidistas, especialmente en el capítulo uno, esto es, la colocación de fieles; con la crisis, el control de medios, periodistas y otras fuentes de información a través de subvenciones, campañas institucionales y otras formas de compra se vuelven muy escasas; con la crisis, en definitiva, cambian las condiciones de percepción que los ciudadanos tienen sobre lo que acontece. Para empezar, el primer encuadre de la información que recibe tiene que ver con su contexto más cercano. La generalización de los efectos de la crisis a la gran mayoría de la sociedad multiplica los ejemplos próximos, cuando no en la propia familia, con los que contrastar los datos de la recesión y de las políticas que la acompañan. De esta primera evaluación surge una conclusión general que atribuye al gobernante la responsabilidad de lo que sucede, por ineficaz. Es lógico que sea así, puesto que las opciones políticas concurren a las elecciones en clave de solucionar y mejorar la suerte de los ciudadanos. Por tanto, si sólo se diera esta situación de falta de eficacia, el problema se resolvería en las siguientes elecciones.

El segundo encuadre, que es el que se intensifica a partir de 2012, tiene que ver con el protagonismo informativo de la corrupción que hemos señalado. A



partir del estallido mediático de casos, donde los responsables amasaban fortunas y desarrollaban un alto tren de vida, se identifica políticos con despilfarro y corrupción. Y se hace la comparativa simplificada que dibuja una realidad de buenos y malos, de pueblo frente a poder, que diría Ernesto Laclau. Aquí lo expresaba de esta manera un tertuliano en el debate de “La Columna” que programa *La Sexta Tv*: “mientras unos roban, otros pasan hambre”. Es decir, en esta fase se opera el mecanismo de identificar al culpable, condición psicológica necesaria para luchar por la solución. El problema es que, por la forma en que se construye el mensaje por los medios de comunicación, y por la estrategia propia del debate político, esta identificación se difumina y generaliza. Es decir, la simplificación que imponen los telediarios se complementa con el recurso del “y tú más” que de forma reiterada practica la derecha española en la convicción de que la condena general de la política significa la amnistía particular de sus políticas. El resultado es que, si en los años noventa se fraguó un encuadre que identificaba corrupción con un partido político (PSOE) y unos políticos (con Felipe González a la cabeza), ahora el encuadre se ha ampliado y la equivalencia es que “todos los políticos son iguales” o que la corrupción es consustancial a todos los partidos.

Es evidente que la práctica totalidad de partidos políticos con alguna experiencia de poder han tenido casos de corrupción. Pero también es conocido que el rasero social que examina los de un lado y los del otro no es el mismo. Mientras en el lado conservador se produce una mayor “comprensión” y, por lo mismo, un menor reclamo de castigo, en las opciones de izquierda sucede todo lo contrario. Es la historia, pero también los teóricos valores que definen el posicionamiento de estos partidos los que provocan que las interpretaciones de los ciudadanos sean desiguales. De esta forma, la percepción social de la corrupción deviene un factor mediatizante del sistema democrático español al minar la confianza en el sistema político, inducir el desánimo en las opciones de cambio que históricamente han abanderado los partidos de izquierda, multiplicar la desafección con respecto a los partidos y abonar el terreno para soluciones de corte populista o de dictadura de nuevo cuño. Si la Italia de la Tangentópolis dio lugar a la videodemocracia de Berlusconi, la España de los Gürtel, los Noos, los Eres, los Brugal.. ¿Será el preludio de una nueva pesadilla en forma de “cirujano de hierro” o con ropajes de “cómico informático”?

## BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Berger, P. L. y Luckmann, Th. (2001): *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires: Amorrortu editores (17ª edición).
- Blesa Aledo, P. (2006): “Medios de comunicación y Democracia: ¿El poder de los medios o medios al poder?”, en SPHERA PÚBLICA, nº 106, Murcia: UCAM.

- Canel, M.J. (2005) “El poder de los medios en los escándalos políticos: la fuerza simbólica de la noticia icono”, en *Anàlisi*, nº 32, Barcelona.
- Castell, M. (2003): *La Era de la Información: economía, sociedad, cultura y poder*. Vol II. “El poder de la identidad”. Madrid: Siglo XXI (4ª ed.)
- D’adamo, O.J., Garcia Beaudoux, F y Freidenberg, F (2000): “Efectos políticos de los medios de comunicación. Un análisis de la función de establecimiento de la agenda”, en *Psicología Política*, nº. 20.
- Diego Bautista, O. (2009): *Ética para corruptos. Una forma de prevenir la corrupción en los gobiernos y las administraciones públicas*, Madrid: Desclée De Brouwer.
- Diezhandino, M.P. (2007): *Periodismo y poder. Políticos, periodistas y ciudadanos voluntariamente desinformados*. Madrid: Pearson editores.
- Gómez Fortes, B, Palacios, I., Vargas-Machuca, R. y Pérez Yruela, M. (2010): *Calidad de la democracia en España. Una auditoría ciudadana*. Barcelona: Ariel.
- Jiménez Sánchez, F. (2008): “Boom urbanístico y corrupción política en España”, en *Mediterráneo Económico*, nº 14, Almería
- Igartua, J.J. y Humanes, M.L. (2004): *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Lakoff, G. (2007): *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid: Foro Complutense.
- Marín, J.M., Molinero, C. e Ysàs, P. (2001): *Historia política de España, 1939-2000*. Madrid: Istmo.
- Monzón, C. (2006): *Opinión pública y comunicación política*. Madrid: Técno.
- Pena de Oliveira, F. (2009): *Teoría del Periodismo*. Zamora-Sevilla: Comunicación Social.
- Rose-Ackerman, S. (2001): *La corrupción y los gobiernos*. Madrid: Siglo XXI.
- Thompson, J. B. (1993): *Ideología y cultura moderna*, México: UAM
- Villoria, M. y Jiménez, F. (2012): “La corrupción en España (2004-10): datos, percepción y efectos”, en *REIS*, nº 138 (abril-junio).
- Wolff, M. (1987): *La investigación en la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.

**ANTONIO LAGUNA PLATERO** es doctor en Historia Contemporánea por la Universitat de València, profesor titular de Periodismo en la Universidad de Castilla la Mancha y actualmente Decano de su Facultad de Periodismo de Cuenca. Sus líneas de investigación se han desarrollado, tanto en la Historia de la Comunicación como en la Comunicación Política. En este último campo ha publicado: *Las razones del éxito político. Por qué votan los ciudadanos* (Península, 2010); *El secuestro de la democracia. Corrupción y dominación política en la España contemporánea* (Akal, 2011) junto con Piqueras, Alaminos y Martínez o “La profesionalización comunicativa: partidos políticos o empresas de comunicación”, en *Ámbitos* (2013).

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ESCÁNDALOS DE CORRUPCIÓN EN ESPAÑA: ¿DENUNCIANTES, MAGNIFICADORES, CÓMPLICES?<sup>1</sup>

MEDIA AND CORRUPTION SCANDALS IN SPAIN:  
PLAINTIFFS, MAGNIFIERS, ACCOMPLICES?

Francesc-Andreu Martínez Gallego

Profesor Titular Periodismo  
Universidad de Valencia, España  
Francesc.Martinez@uv.es

Recibido: 19/04/2013

Aceptado: 31/05/2013

### Resumen

Partiendo de la idea según la cual el periodismo es, en regímenes de tradición liberal democrática, un freno a la arbitrariedad de los que gobiernan y de que los medios de comunicación, y en especial la prensa escrita, han acometido la tarea de vigilancia de los casos de corrupción acaecidos en la España democrática, se indaga sobre los mecanismos que dificultan el ejercicio de un periodismo de denuncia de la corrupción política y se proponen orientaciones para acercar la ética periodística a la ética cívica propia de la democracia.

**Palabras clave:** periodismo, corrupción, *watchdog*, escándalos, ética periodística, ética democrática.

### Abstract

Starting from the idea that journalism is, in liberal democratic regimes tradition, a brake on the arbitrariness of those who govern and that the media, particularly the print media, has undertaken the task of monitoring corrup-

---

<sup>1</sup> El presente trabajo forma parte del *Seminario Permanente sobre Corrupción, Crisis y Hastío Cívico*, una línea de trabajo que se inició en 2008 y que cuenta con la obra de Piqueras, J.A., Martínez, F.A., Laguna, A. y Alaminos, A. (2010). Este libro abunda en ejemplos que aquí se traen a colación de forma somera.

tion cases occurred in democratic Spain, we will research on the mechanisms that hinder the exercise of journalism exposing corruption and we will propose policy guidelines to approach journalistic ethics to the civic ethics of democracy itself.

**Keywords:** journalism, corruption, watchdog, scandals, journalism ethics, democratic ethics.

## 1. “FRENO DE LAS ARBITRARIEDADES DE LOS QUE GOBIERNAN”

En el preámbulo del decreto de 10 de noviembre de 1810, el primero sobre libertad de imprenta en España, se decía que “la facultad individual de los ciudadanos de publicar sus pensamientos é ideas políticas es, no solo un freno de las arbitrariedad de los que gobiernan, sino también un medio de ilustrar á la Nación en general, y el único camino para llevar al conocimiento de la verdadera opinión pública”.

Así pues, la libre expresión en los medios es el único freno posible a la arbitrariedad de los que gobiernan. Se puede decir de otro modo: no hay democracia sin periodismo, entendido éste como el cuarto poder encargado de vigilar la correcta separación entre los otros tres y la ausencia de confusión entre lo público y lo privado de quienes a ellos pertenecen.

Este axioma democrático, heredado de la tradición liberal, está sometido a un fuerte estrés en la actualidad. Los medios de comunicación están experimentando una doble crisis: a la reducción del maná publicitario resultado de la recesión económica hay que sumar el incierto enfrentamiento de los medios convencionales con la llamada convergencia digital donde la información parece perder su valor de cambio, su vieja calidad de mercancía con el valor añadido de la calidad de quien la compone, para sumirse en el desaguadero de un presunto periodismo cívico donde el más gritón es un gurú en potencia.

Estas dos vías de agua son relevantes, pero en la presente aportación nos interesarán otras dos: cómo un gobierno salido de las urnas es capaz de anular la función conferida a los medios de *perro-guardián* (*watch-dog*) de la democracia a través de la construcción de un espacio mediático público y privado afín y a través de nuevas estrategias de comunicación política que arrinconan funcionalmente al periodista; y cómo un gobierno salido de las urnas construye una nueva versión del populismo, que denominamos neopopulismo, al enfatizar la relación directa líder-electorado a través de los medios de comunicación<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Además de la relación directa líder-electorado a través del uso de los medios y en condiciones de democracia de audiencia, en neopopulismo participaría del resto de características clásicas del fenómeno: Líder carismático al que se le atribuyen características excepcionales. Antipolítica como componente dominante (discursos antipartidistas y anti-insitucionales). Dependencia de la movilización de amplios segmentos de la población

La existencia de fracturas no significa liquidación. Una de nuestras fuentes para la realización de este trabajo es, precisamente, la prensa escrita y, por ende, el valor cívico de un grupo de periodistas dispuestos a denunciar la connivencia entre intereses privados e instituciones públicas o de derecho público.

El 11 de marzo de 2013 el Partido Popular presentaba una demanda civil por vulneración del derecho al honor contra la empresa editora del periódico *El País*. El 31 de enero anterior, el ex presidente del Gobierno, José María Aznar, había presentado contra el mismo medio de comunicación una demanda por violación del derecho al honor. El 15 de febrero quien presentó denuncia (demanda civil) contra *El País* fue María Dolores de Cospedal, a la sazón secretaria general del Partido Popular

Estas denuncias eran consecuencia de la publicación por parte del periódico de los llamados “Papeles de Luis Bárcenas”, quien fuera tesorero del Partido Popular, papeles que evidenciaban financiación ilícita del PP, doble contabilidad de esta formación política y pagos en dinero negro, en concepto de sobresueldos, a algunos dirigentes del partido.

En junio de 2012 la periodista Blanca Salazar fue denunciada por el alcalde de Arona (Tenerife) que alegó haber padecido calumnias, injurias y coacciones por parte de la demandada. Blanca Salazar seguía el trasiego judicial de los municipales de Arona: en 2009 el alcalde Alberto González Reverón fue imputado judicialmente, con otros cuatro concejales del equipo de gobierno, por malversación de caudales públicos, tráfico de influencias y prevaricación. En noviembre de 2012 el alcalde González Reverón fue condenado en firme a cuatro años y medio de inhabilitación para ejercer cargo público y hubo de abandonar la alcaldía. Su sucesor en el cargo seguía asegurando que Blanca Salazar y otros periodistas habían protagonizado “el acoso y derribo” de aquél.

Albano Dante Fachin y Marta Sibina, periodistas de la revista digital *Cafè amb llet* fueron condenados en octubre de 2012 a pagar una multa de 10.000 euros, tras la interposición de una denuncia por parte de Josep Maria Via Rodons, asesor del presidente de la Generalitat de Cataluña, Artur Mas. A través de un video, los periodistas denunciaban varios casos de pagos de grandes cantidades realizados por diversos hospitales de la sanidad pública catalana en concepto de informes o de contrataciones millonarias a empresas privadas vincu-

---

(masas). Bases socialeselectorales menos organizadas y más plurales. Voto, plebiscito y movilización pública como medio de legitimación. El "pueblo" como elemento aglutinador del electorado. Radicalización de la retórica maniquea que apela al “pueblo” y resalta el conflicto amigo/enemigo. Campaña electoral y mediática permanente. Relación ambigua con la democracia: apela al voto y rechaza la intermediación de instituciones representativas. Prácticas clientelares y de patronazgo. Sin embargo, el concepto de noepopulismo pone énfasis en las condiciones neoliberales de los modelos de desarrollo propuestos.

ladas a la dirección de los mismos. Autores de informes y adjudicatarios de contrataciones estaban, se decía, vinculados al partido en el gobierno, CIU.

En febrero de 2013 un juzgado ordenaba la detención del ex presidente –hasta junio de 2012– del Instituto Catalán de Salud, dentro de una operación que investigaba cobro de facturas falsas y posibles delitos de estafa y malversación. Casi al mismo tiempo, el diputado de CIU Xavier Crespo, uno de los políticos citados en el vídeo de *Cafè amb llet*, era imputado por prevaricación por el Tribunal Superior de Justicia de Cataluña. Otros dos citados de forma recurrente en el vídeo, Josep Prat y Carles Manté, fueron detenidos también en febrero de 2013. Habían sido responsables del Instituto Catalán de Salud y del Servicio Catalán de Salud y se les acusaba de pagos irregulares.

Es obvio, pues, que enfrentar desde el periodismo a la corrupción política tiene sus costes, sus peligros. La denuncia de la corrupción requiere a los medios de comunicación, que son el puente necesario para que la ciudadanía perciba el más lesivo de los fenómenos contra la ética pública. Villoria y Jiménez (2012) han utilizado diversas bases de datos para correlacionar el número de noticias aparecidas en medios de prensa sobre casos de corrupción en España entre 2008 y 2010 y la percepción que la ciudadanía tiene sobre esta cuestión. El resultado extraído concluye que la corrupción percibida por la ciudadanía es incluso mayor que la objetivada a través de los datos. Las grandes cabeceras periodísticas dedicaron en ese tiempo –y lo siguieron haciendo a continuación– mucho espacio a la información sobre corrupción y de ahí se dedujo un fuerte impacto del fenómeno sobre la opinión pública.

En tanto en cuanto la corrupción objetivada es ante todo política, mucho más que administrativa, y en tanto en cuanto la corrupción política es más mediática que ninguna otra (Thompson, 2001), la percepción que la ciudadanía tiene de la corrupción como problema importante es muy elevada. Según el Eurobarómetro (Comisión Europea, 2012), el porcentaje de ciudadanos españoles que considera la corrupción como problema importante fue del 73% en 2005, del 83% en 2007, del 88% en 2009 y del 88% en 2011. En 2011 la percepción de la corrupción en el conjunto de la UE fue del 74%.

La estabilidad en el porcentaje español esconde un dato relevante: si en la primera década del siglo XXI la percepción de la corrupción política tenía su epicentro en la administración local y se vinculaba estrechamente al desarrollo urbanístico, en la actualidad las instituciones nacionales sobrepujan a las locales y las autonómicas, aunque todas están regidas por índices de sospecha muy elevados: un 93% para la instancia nacional, un 91% para las instancias local y autonómica. Es muy posible que los casos de corrupción vinculados a la financiación ilegal de partidos políticos de ámbito nacional (casos Gürtel,

Bárceñas, etc.), así como la crisis económica que ha provocado un descenso drástico en el sector de la construcción, hayan contribuido al *sorpaso* de la instancia nacional sobre el resto.

## 2. ESCÁNDALO, CORRUPCIÓN POLÍTICA Y ESPECTACULARIZACIÓN NOTICIOSA

Los medios denuncian, sin duda. Ahora bien, su capacidad para magnificar el asunto de la corrupción también ha quedado acreditada. Y hasta es evidente que ha tenido efectos benéficos sobre los propios medios de comunicación. Según los barómetros de CIS, la confianza de los españoles en los medios pasó del 46% al 50% entre 2012 y 2013. Los grandes diarios atenuaron la caída de sus ventas. El retroceso global de 2012 había sido de un 15%.

En enero de 2013, cuando los casos Bárceñas o Urdangarín coparon portadas, el retroceso se retrotrajo a un 11% con relación a enero de 2012 en *El País* y *El Mundo*. Las ventas de *El País* fueron mejores en enero de 2013 que en los tres meses anteriores. Las de *El Mundo* mejores que en los seis meses anteriores. Las ventas de estas dos cabeceras, que consiguieron las exclusivas del “caso Bárceñas” contrastan con las de *ABC*, *La Razón* o *La Gaceta*, que siguieron cayendo en enero de 2013 con relación a diciembre de 2012.

En consecuencia afirmamos que existe una relación directa entre el aumento de las ventas de los periódicos en cuestión y la espectacularización de las noticias sobre corrupción a la que se dedicaron.

Tabla 1. Ventas de las principales cabeceras de la prensa diaria generalista española. Enero 2012-Enero 2013

Ventas	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>ABC</i>	<i>La Razón</i>	<i>La Gaceta</i>
Enero 2012	220.140	176.733	132.360	64.949	25.820
Junio 2012	197.046	158.784	112.623	52.959	20.898
Diciembre 2012	182.464	135.773	106.698	49.840	17.051
Enero 2013	195.357	157.095	103.069	46.692	15.538

Fuente: OJD

Los estudios sobre la construcción simbólica del escándalo político de corrupción (Jiménez, 1995; Giglioli, 1996; Arroyo, 1977; Thompson, 2001; Canel y Sanders, 2005; Zamora y Marín, 2010 y 2011) inciden sobre una cuestión central, a saber, la estrecha relación entre el escándalo político y el impacto que tienen los medios en la esfera pública.

Cabe afirmar que el conocimiento público del escándalo por corrupción y los juicios que la sociedad formula a su respecto están mediatizados. Esa es su condición. Los medios proporcionan una serie de marcos interpretativos a través de sus encuadres noticiosos (*frames*). Zamora y Marín (2010) han observado que la presentación de los personajes en el seno de la narración del escándalo político responde a una serie de patrones: la contraposición simplificadora víctimas-villanos; la oposición entre un “nosotros” ético y un “ellos” inmoral; la utilización de ironías, diferentes formas de humor (la insistencia en la frase que Francisco Camps, siendo presidente de la Generalidad Valenciana, le dirige a Álvaro Pérez: “te quiero un huevo”) o de apodos para referirse a ellos (Luis Bárcenas es “el Cabrón”, Álvaro Pérez es “el Bigotes”, etc.) y, sobre todo, el recurso a imágenes y representaciones arraigadas culturalmente en la sociedad (p.e., a la tradición mafiosa en su representación cinematográfica o televisiva). A partir de estas constataciones han detectado hasta seis formas de encuadre (*frames*): la personificación, la comparación, la corrupción generalizada, la reacción popular, el botín conquistado y la depuración de responsabilidades, que tienen en común un alto grado de *dramatización* –podríamos decir de *espectacularización*– de las noticias sobre escándalos políticos.

Zamora y Marín (2011) apuntan la existencia de una “cultura periodística del escándalo político” que diferencia unos medios de otros (el medio impreso de tradición local *versus* el cibermedio) según se muestren más o menos permeables a las presiones del sistema político. A nuestro entender más que una cultura periodística centrada en el escándalo por corrupción y diversificada en función de la aceptación o no de las presiones de los actores públicos concernidos por el escándalo en cuestión, lo que existe es una diversidad de líneas editoriales que, en función de la cercanía o la distancia *previa* del medio con respecto al actor central del escándalo de corrupción, organizan sus marcos noticiosos con la intención de guarecer o desasistir a dicho actor.

Así, a título de ejemplo, resultará muy distinto el enfoque informativo de un medio que pone el foco (a) sobre la financiación ilícita de un partido político que la de aquel otro que (b) pone el foco en las filtraciones judiciales a los medios sobre un caso de financiación ilícita de un partido político; (c) en la actuación policial de investigación vinculándola a sus superiores jerárquicos y al hecho de que no formen parte del partido investigado; (d) a la actuación de los jueces y fiscales en función de su tono ideológico; o (e) sobre el hecho de que el caso de financiación ilícita pueda compararse con otros casos de diferente entidad o cronológicamente superados y que implican o implicaron a otros partidos. En el caso (a) el actor central del escándalo de corrupción política queda desasistido por el medio que, en todo caso, manejará el lenguaje de la



presunción de inocencia con el cuidado necesario para no incurrir en falta. En los casos (b), (c), (d) y (e) el actor queda guarecido puesto que el medio *desvía* la atención o construye un marco de *indiferenciación* en el que la corrupción es horizontal y en el que el caso concreto se diluye en un mar de cohechos, comisiones, evasiones, fraudes o abusos de poder.

Así pues, los medios de comunicación no sólo denuncian y magnifican, gracias a lo cual crecen sus ventas y audiencias. También esconden a través de procedimientos tales como la *omisión/opacidad*, el *desvío de la atención* o la creación de *marcos de indiferenciación*. Esta capacidad mediática no pasa desapercibida al corrupto, que pone en su agenda la conquista de la influencia en/sobre los medios de comunicación como parte de la estructura de su acción jurídicamente ilícita o de contravención de la ética democrática.

### 3. CONSTRUYENDO AFINIDAD PRIVADA

El medio de comunicación privado puede ser *sujeto corruptible*. Sin ir más lejos, las ayudas a los medios de comunicación por parte de los Estados han generado controversia por lo que puede suponer de intento de mediatización de los medios por parte de los poderes públicos gobernantes, máxime cuando los criterios para la adjudicación de ayudas y subvenciones no son siempre nítidos y, en algunas ocasiones, tienen toda la apariencia de gratificables (De la Quintana y Oliva, 2012).

Las ayudas, en sí mismas, no comportan vector de corrupción. De hecho, ante la crisis de la prensa en papel, algunas voces han apuntado la necesidad de subvenciones generosas a los diarios que mantengan importantes estándares de calidad para que puedan seguir cumpliendo, precisamente, la función de perro guardián de las libertades democráticas y la división de poderes.

En España los gobiernos de la Transición, de la UCD, repartieron cerca de 4 millones de euros entre diversos medios de comunicación con carácter discrecional (Fernández y Santana, 2000, 70-71). El primer gobierno del PSOE promovió la Ley 29/1984 para regular tales ayudas; norma que por petición expresa de la Comunidad Europea, que no aceptaba las ayudas al papel prensa, se modificó en 1988. Progresivamente, la mayor parte de las ayudas directas fueron desapareciendo, no así las indirectas, especialmente a través de la publicidad institucional. Desde el año 2000 no existen ayuda del Estado a la prensa consignadas en los Presupuestos Generales (Blasco, 2008). También es cierto que muchas comunidades autónomas han ido construyendo normativa (por ejemplo, sobre la promoción de la lengua propia) que reporta ayudas directas a determinados medios de comunicación.

Las ayudas y subvenciones públicas pueden encontrarse en las páginas de los boletines oficiales. Suelen aparecer también en medios de comunicación privados, casi siempre traídas a colación por aquellos medios que no han recibido ayudas de la comunidad autónoma correspondiente o del Ministerio de Cultura, si se trata de una revista de índole cultural. Otras ayudas son más difíciles de rastrear. Desde luego, la existencia del fondo de reptiles es opaca. Las ayudas a través de la publicidad institucional o de programas específicos (prensa en la escuela, etc.) también son públicas, pero se prestan más todavía a la discrecionalidad. Finalmente, no pocos periodistas pueden padecer el síndrome del estómago agradecido cuando, trabajando en un medio privado, gozan de contratos de obra y servicio –o cosa similar– por participar en un medio público como “tertuliano”, polemista o colaborador.

Trataremos estos aspectos que, sin duda, pueden convertir al perro guardián en un perro distraído. Pero comenzaremos por otra figura de la corrupción: las estrategias de los poderes públicos para, a través de testaferros, construir o favorecer grupos de comunicación afines. En otro lugar y a través de una investigación pormenorizada sobre la Comunidad Valenciana entre 1995 y 2010, se puso de manifiesto que el Gobierno de la Generalitat se había mostrado muy activo en esta materia, tanto en la época de presidencia de Eduardo Zaplana y José Luis Olivas como en la de Francisco Camps (Martínez, 2011).

Algunos ejemplos, a título de ilustración, pueden servir para observar el empeño en construir grupos de comunicación afines (lo que bien puede acompañarse de un trato de favor hacia grupos ya constituidos y considerados como cercanos). Así, las concesiones de emisoras de radiodifusión y de canales de televisión digital terrestre –y no sólo en el caso valenciano– han servido para construir grupos *ex novo* cuya vinculación al poder que determinó las concesiones es fácil de mostrar. De modo que han servido para reforzar el aparato demostrativo de la tesis de Hallin y Mancini (2008) según la cual el clientelismo político es uno de los rasgos prototípicos de los sistemas comunicativos de los países del sur de Europa.

Si las concesiones radiofónicas en comunidades como Andalucía, Cataluña, País Vasco o Galicia, entre 1982 y 2006, han llevado a concluir (Arboledas, 2009) que los ejecutivos autonómicos siguieron básicamente la lógica clientelar de favorecer a grandes grupos de comunicación nacionales ya constituidos con los que podían tener una mayor afinidad ideológica, en el caso del País Valenciano los acentos no fueron los mismos. En la concesión de 15 emisoras realizada por el ejecutivo valenciano en 1998 se subrayó, también, la concentración y se produjo un beneficio objetivo hacia empresas mediáticas que habían avalado a través de su línea editorial el ascenso electoral del Partido Popular

hacia sus victorias en 1995 en la Comunidad Valenciana y en 1996 en España. Pero, sobre todo, hubo el intento de construir un grupo *ex novo*. Tres de las quince frecuencias fueron a parar a Medipress Valencia, empresa participada por Tabarka Media; se trató de tres frecuencias muy apetecidas (Valencia, Castellón, Benidorm) que cubrían prácticamente la totalidad del territorio autónomo (Martínez, 2000).

Tabarka Media devino pivote privilegiado en la estrategia de medios del Partido Popular de la Comunidad Valenciana (PPCV). Eduardo Zaplana, presidente de la Generalitat desde 1995, alentó su fundación: el grupo se creó el 26 de septiembre de 1997, cuando el concurso de frecuencias radiofónicas estaba en ciernes. Al frente de la empresa se situó la periodista Genoveva Reig, ex directora de Canal 9, ex Directora General de Comunicación del Gobierno Valenciano.

En 2002 Zaplana consiguió para Tabarka Media apoyo financiero, 1.2 millones de euros, del Grupo Bouygues, accionista mayoritario de Aguas de Valencia y dueño del antiguo canal público de televisión francesa TF1. Lo consiguió a través del Banco de Valencia, que detentaba el 19,1% del capital social de Aguas de Valencia. La operación pretendida por Zaplana era mucho más ambiciosa. Pretendía que Bouygues se convirtiese en accionista de peso en Tabarka Media.

Bouygues no entró en la operación, pero el saneamiento financiero de Tabarka Media se produjo en condiciones altamente beneficiosas<sup>3</sup>. Mientras Tabarka Media crecía en número de medios, los aportes financieros llegaban de forma poco transparente. Según informes policiales, entre 2005 y 2008 el grupo Tabarka, dirigido por Genoveva Reig y cuyo mayor accionista por entonces era el empresario alicantino Ángel Fenoll (imputado luego en el caso Brugal y antes condenado en firme por delito electoral), recibió casi 1 millón de euros de la Diputación de Alicante, presidida por José Joaquín Ripoll, principal representante del *zaplanismo* en las comarcas del sur del País Valenciano.

Ángel Fenoll, según las grabaciones policiales del caso Brugal, entró en el grupo Tabarka Media para sostenerlo económicamente y ampliar su red de emisoras (especialmente de televisiones), a petición de José Joaquín Ripoll. Solicitó, eso sí contrapartidas: concesiones relativas a su negocio central, la recogida y tratamiento de basuras. Así pues, Tabarka Media se encuentra en el corazón del escándalo de corrupción conocido como caso Brugal y cuyos dos pilares son la adjudicación de la contrata de la basura de Orihuela y la planta del plan zonal de la Vega Baja y en el que los más de 100 imputados judicialmente eran sospechosos de haber cometido delitos de cohecho, fraude y tráfico de influencias

---

<sup>3</sup> "Zaplana alentó un grupo mediático en torno a Tabarka Media", *El País*, 18 diciembre 2002.

conducentes al enriquecimiento personal o a la financiación ilícita del Partido Popular<sup>4</sup>.

La ampliación mediática del grupo Tabarka se relacionó también con las concesiones de emisoras de televisión digital terrestre efectuadas por la Generalitat Valenciana el 30 de diciembre de 2005. De las 42 frecuencias locales repartidas entonces, Tabarka Media se llevó una, Tele Mariola de Alcoi, y Ángel Fenoll otra, Canal 34 Vega Baja TV.

Esa adjudicación, realizada por el entonces portavoz del Gobierno de la Generalitat, Esteban González Pons, no benefició especialmente al grupo Tabarka y afines. Al fin y al cabo, era la resultante de una estrategia *zaplanista* y ahora el *campesismo* era la marca principal del PPCV. La principal beneficiaria fue la empresa Mediamed Comunicación Digital, que consiguió 13 de las 42 concesiones. El hecho era cuando menos sorprendente: Mediamed había sido creada en 2005, esto es, muy poco antes de proceso concesional. En realidad, para salvar las apariencias, Mediamed no obtuvo directamente las concesiones, sino participó en terceras empresas adjudicatarias en porcentajes diversos y, poco después de la adquisición, se convirtió en dueño de la mayor parte del capital de tales empresas.

Los principales accionistas de Mediamed se pueden dividir en dos sectores: un sector compuesto por empresarios valencianos, Francisco Javier García del Moral, Perfecto Palacio, Ángel Raga, Juan Carlos Gómez Pantoja, José Adolfo Vedri, Andrés Selma; y otro por empresarios foráneos como Antonio Martín Beaumont y, el más conocido de todos, José Luis Ulibarri (presidente de Mediamed hasta 2007).

La marca con la que surgió esta televisión fue Tele7, que se vino abajo cuando Ulibarri fue imputado en el caso Gürtel. Por entonces, el empresario leonés y al margen de Tele7, poseía la concesión de la Televisión Municipal de Valencia, que también tuvo que vender a finales de 2009, tras su imputación, a la mercantil 123 Comunicaciones.

La estrategia de construcción de grupos mediáticos a través del control de las concesiones administrativas de frecuencias de radio y frecuencias de TDT no sólo se desmoronó por el efecto conjunto de la imputación judicial de algunos empresarios de los medios receptores de las adjudicaciones y de la crisis económica, sino también por el fallo del Tribunal Supremo que el 18 de julio de 2012 declaraba nula la resolución del Conseller de Relaciones Institucionales y Comunicación para la explotación de programas de televisión digital terrestre. Las adjudicaciones de Esteban González Pons quedaban anuladas (Tribunal

---

<sup>4</sup> “‘Caso Brugal’: paradigma de la promiscuidad entre lo público y lo privado”, *El País*, 10 septiembre 2010.

Supremo, 18/07/2012). El alto tribunal daba la razón a Servicios de Difusión TV Tele Elx SAU, que interpuso en su día recurso contencioso administrativo contra la resolución del Conseller a propósito de las adjudicaciones de TDT. El motivo de fondo fue que la Mesa de Contratación no había realizado, como le exigía la ley, la valoración de las propuestas de las mercantiles concurrentes a las concesiones; lo había hecho una consultora privada (Doxa Consulting) requerida al efecto por el Conseller. Y, además, las empresas no agraciadas con adjudicación no pudieron conocer la valoración otorgada a las distintas ofertas y por tanto tampoco pudieron cuestionarlas.

Sin embargo la fabricación de tinglados mediáticos privados afines al poder político no suele ser reprobada judicialmente a no ser que comparta *affaire* con algún sonado escándalo de corrupción. Entonces, sí:

“El juez investiga la supuesta mediación del hermano de Joaquín Ripoll [presidente de la Diputación de Alicante entre 2003 y 2011 y presidente del PP de Alicante entre 2004 y 2011] para que, por indicaciones de éste, comprara Canal 37 de Alicante y Onda Mariola, de Alcoi, dos televisiones del grupo Tabarka Media, quien sumó estos dos medios a TV Orihuela, que ya controlaba. Estas televisiones fueron luego regadas con dinero público. Al frente de Tabarka Media estaba Genoveva Reig, exdirectora de Canal 9 y exdirectora general de Comunicación con Zaplana, que antes la tuvo de jefa de prensa en Benidorm. Fenoll, también imputado en el caso Brugal, es uno de los empresarios de cabecera del PP, especialmente en la Vega Baja, desde los tiempos de en que Luis Fernando Cartagena [alcalde de Orihuela entre 1987 y 1997, Conseller de Obras Públicas entre 1995 y 1999; condenado en 2002 por malversación de caudales públicos y falsedad] era alcalde. Para que ganara su amigo, Fenoll compró votos por correo a 35.000 pesetasd la papeleta en 1991. Por ello le cayó la primera condena judicial. Una segunda fue por tenencia ilícita de armas. El rey de las basuras –con sus empresas Colsur y Proambiente– también fue condenado a 21 meses por falsificar facturas, a través de la empresa Limplac SL, para intentar justificar como gastos de rehabilitación de viviendas de familias pobres los 48.000 euros entregados por las monjas del Hospital San Juan de Dios al alcalde de Cartagena, que se apropió del dinero”<sup>5</sup>.

#### 4. CONSTRUYENDO AFINIDAD PÚBLICA

Cuando se desencadenó la crisis económica en 2008 en España, la deuda acumulada por algunas radiotelevisiones públicas autonómicas, una deuda que hacía mucho tiempo que venía arrastrándose y aumentándose, fue aventada como insostenible hasta por quienes, desde la gestión de tal servicio, la habían creado y/o abultado. “La solución que ideó el Gobierno conservador de Mariano

<sup>5</sup> *Levante-El Mercantil Valenciano*, 28 de febrero de 2013.

Rajoy a la crisis estructural del modelo de televisión autonómica fue la privatización o la externalización de los servicios en manos privadas”, adujo algún medio de comunicación<sup>6</sup>.

La cuestión era, sin embargo, explicar cómo se había creado dicha deuda. Y la mayor parte de los especialistas hacía tiempo que venían contestando esa pregunta: a través de la *gubernamentalización* del servicio de radiotelevisión autonómico correspondiente (Fernández, Sarabia, Sánchez y Bas, 2011) que atendía de forma prioritaria a la transmisión de contenidos ideológicos (propagandísticos) y relegaba los servicios que los estatutos de las radiotelevisiónes autonómicas preveían prestar.

La radiotelevisión valenciana (RTVV) sirvió durante mucho tiempo como ejemplo de ente público al servicio de intereses partidistas y/o gubernamentales. En 2009 se presentó una tesis en la Universidad de Valencia para mostrar las capacidades manipulatorias de los servicios informativos de la entidad, con abundante aparato demostrativo (Verdú, 2009).

El análisis de la escaleta de los tres canales principales de RTVV (Canal 9, NouDos, Nou24) en un día al azar (13 de junio de 2011) mostró que el 57% del tiempo se dedicaba a la información, el 35% al entretenimiento y el 8% a los contenidos formativos. Lo interesante es comparar estos resultados con otras televisiones, especialmente en la vertiente informativa que, como se ha apreciado, era la dominante. Mientras un espacio informativo de Canal 9 se desglosaba en 104 acontecimientos, el informativo de TVE, en igual fecha y sobre tiempo similar, era de 64 acontecimientos. De ahí se puede deducir que los informativos de Canal 9 siguen la estructura prototípica de la desinformación consistente en ofrecer una avalancha indiscriminada de hechos sin marcos cognoscitivos que favorezcan su comprensión. En TVE el tiempo medio por acontecimiento informativo era de 1'12"; en Canal 9 de 43". Por otra parte, los contenidos informativos de Canal 9 dedicados a política duplican los de TV1 y no están agrupados en un bloque definido, sino que salpican a casi todos los dispuestos en el guión. De manera la estructura interna de los informativos de Canal 9 está más politizada y, a la vez, oculta su politización. Ni qué decir tiene que los contenidos de la información política tienden a ocultar aquello que no resulta favorable al gobierno o al partido que lo sustenta, tiende a ocultar a la oposición y tiende a dar visibilidad a todo aquello que favorece a los detentadores del poder político autonómico<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> *Público*, 11 de octubre de 2012.

<sup>7</sup> Debo el análisis de la escaleta de las cadenas televisivas del 13 de junio de 2011 a la amabilidad de Antonio Mora Linares, que me proporcionó los datos.

El gran problema de Canal 9, a efectos de influjo sobre la opinión pública, era su escasa audiencia. En el verano de 2012, cuando RTVV había anunciado el despido del 76% de la plantilla (1.295 trabajadores), la audiencia era del 4,2%. De ahí que también se valorase la entidad RTVV encarada hacia otras finalidades: de 650 trabajadores en 1995 –el año en el que el PPCV ganó las elecciones– se pasó a 1.800 en 2010. Las contrataciones quedaron en entredicho cuando en 2010 saltó a la luz pública que el Jefe de Recursos Humanos, Vicente Sanz, iba a ser procesado por delitos continuados de amenazas, acoso sexual y abuso sexual. Desde entonces muchos periodistas han contado formas de contratación no siempre dependientes de la cualificación: “A la cadena y a la radio, y al ente, llegaban a trabajar con frecuencia tipos y tipas enchufados por él, que se quedaban, tuvieran o no cualificación para ejercer ese trabajo. Ejemplo: El actual director de TVV, Luis Redondo, que entró en la cadena de su mano hará unos nueve años como auxiliar de producción, le llamaba padrino o Tito Vicente. Así, con camaradería...”<sup>8</sup>.

La deuda de 30 millones de euros de 1995 se multiplicó por 40 y pasó a ser de 1.309 millones en 2011. La gran masa salarial imposible de compensar con una publicidad renuente ante los malos datos de audiencia no era el único causante de la deuda. La Generalitat Valenciana financió, a través de RTVV, a diversas entidades que pretendía mantener en su órbita de afinidad: “A través de RTVV se ha llegado, incluso, a financiar los clubes de fútbol valencianos, a los que se dio el doble de dinero de lo que costaban en el mercado sus derechos de retransmisión” y ello a pesar de que la *Sindicatura de Comptes* cuestionó sistemáticamente los precios pagados por los derechos deportivos<sup>9</sup>. Fue también un nutriente para algunas productoras audiovisuales y dirigió grandes sumas de dinero que acabaron siendo investigadas como presunta financiación ilegal de partido político. Un directivo de Teconsa –empresa leonesa dedicada a la construcción y adjudicataria del contrato de Canal 9 para la instalación acústica y sonora de la retransmisión de la visita del Papa a Valencia en 2006– admitió ante el juez que investigaba del caso Gürtel que la empresa no tenía experiencia en tales menesteres y que, no obstante, recibió 7,4 millones de euros de Canal 9. Era casi el doble de lo que costaba puesto que la trama Gürtel se quedó con algo más de 3 millones; trama que presuntamente podría encubrir la financiación ilegal del Partido Popular<sup>10</sup>.

<sup>8</sup> Mariona Cubells: “El (presunto) acosador sexual de Canal 9. Parte I”, *El Huffington Post*, 13 de febrero de 2013.

<sup>9</sup> Federico Simón: “Cómo el PP arruinó Canal 9”, *El País*, 22 de julio de 2012.

<sup>10</sup> José Antonio Hernández: “Teconsa admite que RTVV le pagó 7 millones antes de la visita del Papa”, *El País*, 9 de marzo de 2012.

RTVV sirvió también de coartada a una estrategia política del PPCV. La instrumentalización identitaria. Mientras Canal 9 cedía equipos y personal, de forma ilícita, al medio privado Intereconomía, conocido por su posicionamiento derechista, insistía en el discurso anticatalanista, un viejo tropo que acompaña a la política valenciana desde la Transición y que ha sido utilizado por la derecha política para reforzar, por oposición, su compromiso con la *verdadera* identidad valenciana (Mateu y Domínguez, 2011). En paralelo, el gobierno de la Generalitat Valenciana acosaba a la entidad Acció Cultural del País Valencià (ACPV) para que cerrase los repetidores de la señal digital que permitían que la ciudadanía valenciana pudiese ver los programas de la televisión pública catalana.

De nuevo el Tribunal Supremo (2012), en sentencia de 5 de diciembre de 2012, anuló las denuncias y los cierres realizados por la Generalitat Valenciana contra ACPV y sus repetidores de señal televisiva. La sentencia adujo que ACPV no asumía las funciones propias de un operador audiovisual, sino que ejercía como un mero retransmisor de los programas televisivos de un operador público perfectamente habilitado al efecto y que “la difusión de aquellas emisiones televisivas más allá de los límites territoriales de la Comunidad Autónoma de Cataluña era y es sin duda lícita”. La resolución del alto tribunal no deparó asunción de responsabilidades políticas por los actos ilícitos y democráticamente reprochables cometidos por la Generalitat Valenciana.

En definitiva, los entes radiotelevisivos autonómicos han adquirido una gran variedad de funciones en algunos casos, como el expuesto de RTVV. Pocas de esas funciones tienen que ver con los servicios públicos que, estatutariamente (legalmente, por ende) debieran acometer, y sí con funciones derivadas de la utilización con fines espurios de tales entes por parte de gobiernos que los controlan. En ese sentido, algunos medios de información públicos devienen colaboradores innecesarios, pero efectivos y efectistas, de la corrupción y, por antifrasis, de la opacidad gubernamental.

## 5. OPACIDAD, ALIADA DE LA DESINFORMACIÓN

“A más transparencia, menos corrupción”; titulaba Jesús Lizcano Álvarez, presidente de Transparencia Internacional España, un artículo publicado en prensa en febrero de 2013<sup>11</sup>. En él solicitaba que los partidos políticos pasasen a integrarse en las instituciones que la Ley de Transparencia y Buen Gobierno, en tramitación parlamentaria, contempla como sujetos a una especial fiscalización y comprometidos con una especial transparencia en sus cuentas, con-

---

<sup>11</sup> *El Periódico*, 5 de febrero de 2013.



tratos, subvenciones, retribuciones, etc. La cultura de la rendición de cuentas (*accountability*) parece uno de los ingredientes necesarios para el combate contra la corrupción (Del Castillo, 2003).

El enriquecimiento ilícito obtenido por medio del abuso de la función pública constituye la esencia de la corrupción, aunque el dinero no siempre enriquezca a sujetos privados sino que, a veces, fluye hacia sujetos públicos como los partidos políticos. La corrupción necesita de la oscuridad y no hay mejor desinfectante que la luz del sol.

La transparencia se ha vuelto un entorno normativo deseable en los estados democráticos de derecho en los últimos años. Frente a esta cuestión, los medios de comunicación no siempre reaccionan desde la sintonía. Al fin y al cabo, “los medios de comunicación son organizaciones complejas que tienen el potencial de ser, a un mismo tiempo, tanto agentes que defiendan y promuevan la democracia y la transparencia, como mecanismos de intereses políticos y económicos cuyos móviles se definen en la opacidad” (Alejando, 2008, 43). Jeckill y Hide.

De modo que los índices de transparencia formulados hasta la fecha, así como las regulaciones jurídicas que la contemplan en diversos países (estados federados o comunidades autónomas) no contemplan la transparencia de los medios de comunicación, cuando parece exigible que quien se encarga de airear esté previamente aireado. Tal vez por esa razón, cuando anualmente la organización independiente Transparencia Internacional presenta los resultados de sus indagaciones, la recepción de sus índices por parte de los medios es, cuanto menos, modesta. Escaso eco.

Si el medio público se *gubernamentaliza* y el medio privado se ubica en una escala plural que va desde el *paraoficialismo* hasta el ejercicio de la crítica pública con la salvaguarda de los propios intereses como ente económico, entonces el espacio para la transparencia propia y ajena deviene escaso.

Cabe decir que los medios difícilmente pueden escapar a una correlación según la cual los territorios política y administrativamente más opacos son los más dados a la corrupción política y al surgimiento de escándalos de corrupción. Lo saben, obviamente. Pero las noticias sobre la opacidad de las administraciones públicas escasean en los medios de comunicación. Cuando en enero de 2012 Transparencia Internacional España presentó sus Índices de Transparencia de Ayuntamientos y Comunidades Autónomas los impactos de la noticia en medios informativos convencionales fueron pocos y, cuando se produjeron, casi siempre para destacar los elevados índices de transparencia de algún municipio o comunidad autónoma.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Véanse los resultados de someter en un potente buscador en la Red, como Google, la expresión “presentación el índice de transparencia de las comunidades autónomas”.

Incluso en el ámbito del País Valenciano, bien conocido por la gran cantidad de escándalos de corrupción relacionados con la opacidad administrativa, las noticias fueron escasas y buscaron cierto equilibrio. *El País*, por ejemplo, publicó el 6 de enero de 2013 un artículo sobre la baja puntuación de la Comunidad Valenciana en materia de transparencia y el 23 de enero otro sobre el sobresaliente obtenido por los municipios de Gandía y Torrent. Los análisis en profundidad de los datos deparados por Transparencia Internacional brillaron por su ausencia.

No es aquí el lugar donde realizarlos. Pero sí conviene algún apunte somero, aunque sólo sea para mostrar su relevancia. De las 17 comunidades autónomas analizadas, la valenciana ocupaba en antepenúltimo lugar, sólo por delante de Castilla-La Mancha y Murcia. Si la media de puntuación de las comunidades en transparencia era de 79,9, la de la Comunidad Valenciana quedó en 63,8. El desglose de las valoraciones parciales que sirven para construir el índice de transparencia es, sin embargo, demoledor para la Comunidad Valenciana: se ubica en un espacio intermedio-bajo en el ranking en materia de información sobre la comunidad autónoma, así como de relación con los ciudadanos y la sociedad. Pero es la última en materia de transparencia económico-financiera y de transparencia en materia de ordenación del territorio, urbanismo y obras públicas y la antepenúltima en materia de transparencia en las contrataciones de servicios, obras y suministros y en los indicadores contemplados por la nueva ley (no aprobada, todavía en borrador en las Cortes) de Transparencia<sup>13</sup>.

No es difícil deducir que la falta de transparencia mostrada por el Gobierno Valenciano en materia de ordenación del territorio, urbanismo, obras públicas y contrataciones de servicios, obras y suministros, se relacionan íntimamente con los grandes escándalos de corrupción de la Comunidad Valenciana: el caso Gürtel implica contrataciones de servicios y suministros; el caso Nóos o Urdangarín implica contrataciones de servicios; el caso Cooperación o Blasco implica el desvío de fondos públicos; etc.

Como se expuso más arriba, la falta de transparencia en la estructura de los medios de comunicación no es un buen servicio a la petición de transparencia a las administraciones públicas.

## 6. EL EXTRAÑO CASO DE LA PUBLICIDAD INSTITUCIONAL VALENCIANA

Que medios privados y públicos actúen como perros guardianes de la democracia se torna difícil cuando resultan ser perros alimentados por aquellos a

---

<sup>13</sup> Véase [http://www.transparencia.org.es/INCAU\\_2012/INDICE\\_INCAU\\_2012.htm](http://www.transparencia.org.es/INCAU_2012/INDICE_INCAU_2012.htm)

quienes deben vigilar. Otro palo en la rueda. Otra distracción del *watch-dog*. Hay que seguir la pista del alimento, que para los medios de comunicación es la publicidad.

Ángeles Feliu y Emilio Feliu (2012), han demostrado (para 1999-2009) que la Generalitat Valenciana ha vulnerado sistemáticamente la Ley de Publicidad Institucional de la Comunidad Valenciana aprobada en 2003, a pesar de ser la única ley autonómica que en España no prohíbe la realización de campañas institucionales en períodos preelectorales, ni impide que exista diferenciación entre la publicidad institucional y la propaganda política partidista. En consecuencia, se detecta un aumento notable de las inserciones publicitarias en los meses previos a las elecciones (meses que contemplan entre el 62% y el 79% de las inserciones, según el período electoral contemplado), así como parecidos sorprendentes entre lemas y estereotipos de publicidad institucional y de publicidad del partido político gubernamental (PPCV).

La ley en cuestión afirma que la distribución institucional respetará el ámbito de implantación territorial y social y el nivel de difusión o audiencia de los diversos medios. Sin embargo, este principio aparece claramente vulnerado cuando se estudia la distribución real de la publicidad institucional, pero en la realidad se detecta la vulneración flagrante de este principio. La mayor parte de la publicidad institucional ha ido a parar a la televisión, al cine y a la prensa. Estos tres medios acumularon el 94,6% de las inserciones.

¿Cómo se explica el lugar del cine en el ranquin de inserciones publicitarias institucionales, muy por delante de la radio y hasta de la prensa? Feliu y Feliu no entran en esta cuestión y no ofrecen los datos desglosados de las inserciones publicitarias cinematográficas, aunque sí su valor contable que asciende a 1.057.995 euros. ¿Se habla de salas de cine que proyectan publicidad antes del pase del film? Todo parece indicar que sí (véase tabla 2).

El público asistente a las salas de cine españolas en 2011 descendió un 7,9% respecto al año anterior y ello supuso 94,4 millones de espectadores. Las salas de cine valencianas (480 en 2010) conseguían 12,8 millones de espectadores en 2010 y 11,7 millones en 2011. De modo que, pese a los descensos continuados en el número de espectadores, pudiera pensarse que la inversión publicitaria en cine alcanza un alto nivel de impacto. Sin embargo, esta apreciación a partir de los datos brutos de salas y espectadores choca con la distribución que la publicidad privada hace de la inversión (véase tabla 3).

Existe pues una notable lejanía entre la distribución de las inserciones publicitarias institucionales de la Generalitat Valenciana y la distribución de la inversión publicitaria en España. El cine ocupó el 11,5% de las inserciones publicitarias de la Generalitat en el período 1999-2009, pero sólo representó

**Tabla 2. Salas de cine, recaudación y número de espectadores en España, 2000-2010**

Año	Salas	Recaudación (en €)	Espectadores
2000	3.500	536.332.594,39	135.390.513
2001	3.770	616.428.293,45	146.810.494
2002	4.039	625.904.464,73	140.716.354
2003	4.253	639.431.184,27	137.472.001
2004	4.390	691.607.962,42	143.932.142
2005	4.401	634.951.384,65	127.651.225
2006	4.299	636.157.069,43	121.654.481
2007	4.296	643.736.925,34	116.930.692
2008	4.140	619.292.469,66	107.813.259
2009	4.082	671.043.785,02	109.986.858
2010	4.080	662.305.087,71	101.589.517

Fuente: Ministerio de Cultura (2011): *Boletín Informativo. Películas. Recaudaciones. Espectadores. Datos de 2010*. Madrid: Instituto de la Cinematografía y las Artes Visuales

**Tabla 3. Inversión publicitaria en medios convencionales en España. 2009**

Medios	Millones de euros	Porcentaje
Televisión	2.368,2	42,1
Diarios	1.174,1	20,8
Revistas	401,9	7,2
Radio	537,3	9,5
Publicidad exterior (carteleros, luminosos, lonas, etc.)	401,4	7,2
Internet (Pc + Móvil)	654,1	11,6
Dominicales	68,9	1,3
Cine	15,4	0,3
TOTAL	5.621,3	100

Fuente: *Infoadex*

el 0,3% de la inversión publicitaria en España. Puede decirse, por tanto, que el precepto de la Ley 7/2003, de 20 de marzo, de Publicidad Institucional de la Comunidad Valenciana (BOE, 11/4/2003), según el cual las inserciones publicitarias institucionales deben proporcionarse al nivel de difusión o audiencia de los medios, resulta de cumplimiento harto dudoso. Las noticias sobre el Caso Gürtel tal vez orienten en un futuro la comprensión de algunos extremos de la inversión publicitaria de la Generalitat Valenciana en el cine<sup>14</sup>. Sea como fuere, no sólo en el caso del cine se produce un claro desequilibrio entre inversión global e inversión institucional.

Las inserciones televisivas parecen las más proporcionadas al nivel de audiencia del medio. Pero del montante total, el 87% de las inserciones se reali-

**Tabla 4. Comparación entre las inserciones publicitarias de la Generalitat Valenciana y la inversión publicitaria en España**

Medio	Porcentaje de inserciones publicitarias de la Generalitat Valenciana (1999-2009)	Porcentaje de inversión publicitaria en España (2009)
Televisión	74,6	42,1
Diarios	8,7	20,8
Revistas	0,2	7,2
Radio	0,1	9,5
Exterior	0,3	7,2
Internet	4,1	11,6
Dominicales	0,4	1,3
Cine	11,5	0,3

Fuente: Feliu y Feliu (2012) e *Infoadex*

<sup>14</sup> Véanse las afinidades entre el presidente de la Federación de Productores Audiovisuales de España, Pedro Pérez, y el PPCV en Alfons García: “Las amistades valencianas del socio de Correa”, *Levante-EMV*, 25 de febrero de 2013. No es descartable que la Ciudad de la Luz de Alicante (los estudios cinematográficos auspiciados por la Generalitat) formen también parte de la explicación. En la Comisión Europea consideró “que la totalidad de la inversión pública en el proyecto es constitutiva de ayuda ilegal”. Se refiere a los 265 millones de euros recibidos hasta 2010 por la Ciudad de la Luz. Además, la Comisión especificaba que las ayudas habían beneficiado no al sector audiovisual sino concretamente a algunas productoras. “El ocaso de la Ciudad de la Luz”, *Levante-EMV*, 24 de marzo de 2013. La Generalitat Valenciana decidió vender la Ciudad de la Luz, pero cuando esto se escribe todavía no ha encontrado comprador.

zaron en medios de RTVV. Desde el año 2000, cuando Canal 9 consiguió el 20,4% de cuota de pantalla, la audiencia de la cadena (las otras cadenas de RTVV tenían audiencias de ínfima entidad) cayó de forma paulatina, alcanzando cuotas del 8,4% en 2010 y en torno al 4,5% en 2011 y 2012. Ciertamente, la inversión de la Generalitat Valenciana en medios dio un vuelco en 2010. Ese año la televisión sólo se llevó el 18,6% del montante global: por entonces la Generalitat ya estaba pensando en cómo minimizar, a través de un despido masivo de personal, el coste de RTVV. El año anterior la televisión todavía acaparaba el 45,5% de la inversión institucional (Asociación de Agencias de Publicidad de la Comunidad Valenciana, 2011). Al parecer pues, además de la influencia de las campañas de publicidad institucional insertas en los medios de RTVV, la Generalitat buscaba aportar una financiación adicional a una entidad cuya deuda anual no cesaba de incrementarse, al igual que sus pérdidas (Casero y López, 2011).

En prensa los periódicos con más tirada y audiencia están lejos de ser los más agraciados con la publicidad institucional, concebida por ende como un regulador de influencia gubernamental. *Las Provincias* es el diario con mayor número de inserciones; pero no es el primero en audiencia. *Levante-EMV*, que sí lo es, se sitúa en el tercer puesto como perceptor de inserciones, por detrás incluso del periódico castellonense *Mediterráneo*.

**Tabla 5. Difusión y audiencia de diarios en relación con las inserciones publicitarias de la Generalitat Valenciana**

Cabecera	Difusión autonómica (2008)	Audiencia autonómica (2008)	Inserciones publicitarias de la GV (1999-2009)
<i>Las Provincias</i>	38.278	191.000	1.474
<i>Mediterráneo</i>	10.295	97.100	1.472
<i>Levante-EMV</i>	40.035	316.200	1.177
<i>Información</i>	30.088	217.100	562

Fuente: Feliu y Feliu (2011) y OJD

La inexistencia de “criterios objetivos para la adjudicación de la publicidad institucional que se fijaba el legislador en 2003” (Feliu y Feliu, 2011) debe correlacionarse con otras fórmulas de financiación indirecta, como el programa “Prensa y Escuela” por el cual la Generalitat Valenciana compra una porción de la tirada a los diarios valencianos para distribuirlos en los centros educativos

o otros ámbitos de la administración autonómica. *Las Provincias* fue de nuevo el diario más agraciado y, tal y como ha estudiado Antonio Laguna (2011, 199) gracias a “un reparto tan subjetivo como sorprendente ya que ni la audiencia ni la difusión, los dos grandes principios para evaluar el nivel del medio, se utilizaron como criterios distributivos”.

Viadel (2010) ha mostrado hasta qué punto la línea editorial de *Las Provincias* de Valencia sintonizó, no sólo durante la Transición, sino también en la primera década del siglo XXI con los marcos discursivos del PPCV. Las inserciones de publicidad institucional o las compras de periódicos a través del programa “Prensa y Escuela” debieran considerarse al efecto.

## 7. ÉTICA PERIODÍSTICA, ÉTICA DEMOCRÁTICA

La promiscuidad del dinero público mal empleado no sólo busca empresas de comunicación. A veces busca también periodistas. Y los busca de múltiples maneras: para alargarlos, para socavarlos, para arrinconarlos. En todas y cada una de esas actitudes emerge una idea de fondo: el periodista, más aún que el medio, es el verdadero *watch-dog*, al menos en potencia. Quien puede levantar la liebre. “Para los periodistas de hoy –dicen Kovach y Rosentiel (2012, 157)– el papel de control y vigilancia continúa siendo esencial en su trabajo. Nueve de cada diez periodistas creen que la prensa evita que los líderes políticos hagan cosas que no deben hacer”.

La corrupción afecta al principio de publicidad que es propio de la democracia, puesto que los actos de corrupción suelen realizarse en secreto o en el terreno de la suma discreción, cosa que evita el conocimiento de las verdaderas razones que actúan en la toma de decisiones (Malem, 2002). En este sentido (y en muchos otros) corrupción y democracia son incompatibles desde el punto de vista conceptual. Quien puede reparar en dicha contradicción es el periodista formado.

Que resulta ser, también, un periodista en declive en el campo de la calidad periodística. Como argumenta Parreño (2013) los propios periodistas son conscientes de que una serie de factores estructurales y coyunturales afectan su capacidad para ceñirse a los estándares de calidad periodística. Básicamente se trata de la crisis económica (que en el periodismo comenzó antes de la crisis sistémica de 2008 por la competencia sobrevenida de la información gratuita propagada en la Red) y de la adaptación a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). La crisis significa precariedad profesional y una enorme brecha generacional, puesto que los despidos de los periodistas veteranos impiden que los más jóvenes accedan a una formación con modelos a seguir *in situ*. La adaptación a las TIC enseorea a la velocidad en detrimento de la

reflexión, a la inmediatez en detrimento de la precisión. Unas razones y otras inciden en una pérdida de valores: “El periodista vigilante del poder se está sustituyendo por el periodista multimedia y la baja producción del periodismo de investigación” (Parreño, 2013, 115).

Sin embargo, estos *bad times* para el periodismo que vigila al poder y da la voz al que no la tiene no anulan el compromiso de muchos periodistas con su profesión, aún a pesar de la precarización laboral o de las cortapisas al discernimiento introducidas por la sobreabundancia informativa generada por las TIC. Para la política corrupta sigue siendo un axioma que una prensa libre es el principal vehículo (a veces, junto al poder judicial) para la denuncia de la corrupción. No extrañará que, de tanto en tanto, algún político sugiera recortes en el ámbito de actuación del periodismo, aun en democracias sólidas. Es el caso del presidente de la Comunidad de Madrid, Ignacio González, que ante la aparición de unas fotografías que relacionaban a su homólogo gallego, Alberto Núñez Feijoo, con un conocido contrabandista, propuso *límites* a la publicación de informaciones<sup>15</sup>.

“Un Estado tiene mayor o menor democracia según sea la extensión del poder visible respecto del invisible”, decía Bobbio (1985). La visibilidad requiere de principios de transparencia legaliformes, pero no termina en ellos puesto que siempre existirá tensión dinámica entre el principio de transparencia y el de secreto de Estado y siempre existirá tensión entre las leyes de transparencia y quienes induzcan la corrupción vulnerándolas. Además de normas de transparencia, el planteamiento de leyes contra la corrupción y el enriquecimiento ilícito, leyes específicas más allá de la relación de delitos específicos en los códigos penales, podría ayudar en una cruzada contra la corrupción. Pero siempre teniendo en cuenta que: “De nada sirve implementar medidas legislativas de lucha contra la corrupción. De nada sirven campañas anticorrupción en los medios de comunicación. De nada sirven los esfuerzos educativos contra la corrupción, si luego las correspondientes sanciones punitivas no se aplican. La sensación generada a partir de una deficiente aplicación de las normas penales hace que el mensaje que de hecho llega a los ciudadanos sea que la corrupción no genera costes” (Malem, 2004, 41).

Del mismo modo, tampoco sirve de mucho que los efectos de las acciones corruptas no sean anulados, puesto que ello genera una sensación (real) de impunidad. La socorrida expresión “nunca devuelven el dinero”, proferida a propósito de personajes políticos imputados o incluso condenados judicial-

---

<sup>15</sup> “González, partidario de fijar ‘límites’ a la información para no dañar a personas e instituciones”, *ABC*, 5 de abril de 2013.



mente por actos de corrupción tiene un extraordinario recorrido. No sólo puede generar la idea de que “ser corrupto es un ideal técnico adecuado” (Malem, 2004, 42) sino que también puede estimular la asimilación de prácticas corruptas generalizadas entre la ciudadanía (la *pequeña corrupción*), dado que no hay “mejor forma de estimular los sobornos que un sistema legal que mantiene los contratos públicos con independencia de su origen corrupto (Rose-Ackerman, 2001, 217).

El peligro para la democracia de la pequeña corrupción es obvio, al establecerse una cultura política antiética que socava su funcionamiento. Ante el proceso Manos Limpias en Italia, el intelectual Umberto Eco explicaba que “no estamos asistiendo a la revuelta de un país sano contra la cúpula de la corrupción, sino que debemos examinar la conciencia de un país donde impera ampliamente la corrupción (...) Los italianos sabían a quién tenían que ver para conseguir un favor y cuánto costaba, sabían cómo evadir una multa de tráfico, cómo encontrar un empleo fácil y cómodo con una carta de recomendación, o cómo obtener un contrato sin verse sometido a la competencia. En resumen, a la gente le estaba bien, y, por lo tanto, se apretaban las narices y votaban” (Eco, *New York Times*, 21/4/1993, cit. Salom, 2004, 30).

La corrupción, en definitiva, plantea un acoso sistemático a la ética democrática y a las virtudes cívicas aparejadas (Heller y Feher, 1989). Contra dicho acoso, el periodismo no lo puede todo. Pero puede mucho, a condición de:

1. Que los medios de comunicación apliquen las reglas de transparencia que frecuentemente sus editoriales solicitan para la política. En este sentido, debieran ser conocidas fehacientemente no sólo la titularidad del capital social de la empresa, sino también las ayudas públicas recibidas, el montante ingresado en concepto de publicidad institucional o cualquier ingreso (directo o indirecto) proveniente de las administraciones públicas.
2. Que los periodistas asuman y ejerzan la vigilancia (*watchdog*) sobre los gobiernos, el mundo empresarial, las llamadas actividades sin ánimo de lucro “y el foro de debate cada vez más amplio creado por las nuevas tecnologías” (Kovach y Rosentiel, 2012, 178).
3. Que los periodistas se nieguen a asistir a conferencias de prensa en las que no se admiten preguntas o a lo que en comunicación política se denomina el *going public*, la creación de formatos o píldoras de comunicación política sin intermediación periodística. A sabiendas de que “en este país proliferan desde las conferencias de prensa en las que no se admiten preguntas hasta la emisión de mensajes sobre asuntos públicos a través de una pantalla de plasma, como suele hacer el jefe del Gobierno”<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> “El guardia de la información”, *El País*, 5 de abril de 2013.

4. Que *perro coma perro*, esto es, que los periodistas denuncien a aquellos miembros de su profesión que reciben sobresueldos de entidades públicas, entendiendo por entidad pública también a los medios de comunicación de titularidad pública.
5. Que los periodistas no se limiten a propagar información sobre escándalos de corrupción *tras* los tribunales de justicia, a sabiendas de que los actos de corrupción política o administrativa no siempre entrañan una acción antijurídica. Existe la tendencia a identificar un acto de corrupción política si, y sólo si, ese mismo acto también es reprochable penalmente; sin embargo corrupción e ilegalidad penal son términos independientes (Malem, 1997). La carga de la prueba en los casos de corrupción no puede someterse, en exclusiva, a la técnica jurídica. Por muchas razones adicionales: un delito puede prescribir, pero un corrupto no prescribe. Unas escuchas telefónicas pueden ser anuladas por un juez, pero lo dicho en las conversaciones no se anula ante la sociedad civil. Etc. En definitiva, el periodista *watch-dog* separa la responsabilidad penal de la ética y la moral democráticas que implican responsabilidades políticas.
6. Que los periodistas sean conscientes de que los escándalos de corrupción no tienen una traducción inmediata o simple en término electorales (Jimenez y Caínzos, 2004), pero que no por ello deben concebirse las noticias sobre tales casos como si tuviesen el mismo rango que otras cuestiones noticiosas. Tienen un rango superior puesto que afectan a una cuestión medular de la democracia.
7. Que los periodistas sean conscientes de que el neopopulismo o populismo en condiciones neoliberales busca (y con frecuencia alcanza) el desprestigio de la política. Se intenta, de ese modo, aniquilar una fundamental palanca de cambio en sociedades democráticas. Por ende, la dramatización o espectacularización mediática de los escándalos de corrupción no deben ponerse al servicio del hastío cívico.
8. Que los periodistas sepan que la *gran corrupción* política es erosiva para la democracia, pero también lo es la *pequeña corrupción* asumida por amplias capas ciudadanas y que deviene en tolerancia y aún aquiescencia hacia aquella. De modo que debe ser denunciada con contundencia y, a la vez, sin sustraer el protagonismo de la gran corrupción inductora de la pequeña corrupción.

El periodismo es, pues, un oficio extraordinariamente exigente en sociedades democráticas. Su papel central para poner “freno de las arbitrariedad de los que gobiernan” no sólo requiere establecer una ristra de exigencias, como pueden

parecer las ocho anteriores, a quienes ejercen tal oficio. La precariedad laboral, el cierre de medios al albur de la recesión económica, la difícil adaptación a unas TIC que disuelven el valor de cambio de la información, pero también la falta de estamentos intermedios entre el poder ejecutivo en las empresas de medios y la acción de los periodistas, ensombrece el panorama. Tampoco contribuye a la solidez en el posicionamiento del periodista el hecho de que en muchos sectores de la sociedad se esté creando “una visión según la cual la voluntad general es algo que se puede construir sin instituciones intermedias” y algunos se consideran mejor representados “por los aficionados que por los expertos y que valora más al filtrador que al periodista”, en palabras de Daniel Innerarity<sup>17</sup>.

Pero, con todo y con ello, parece empíricamente poco dudoso el acierto de la frase inserta en las chapas que la Federación de Asociaciones de Periodistas de España repartió entre sus asociados para que las llevaran el día 6 de diciembre de 2012, conmemoración de la actual Constitución española: “Sin periodismo no hay democracia” (Adsera, Boix, Paine, 2003; Ruiz, 2004). De ahí que sea la sociedad civil, la ciudadanía, y no sólo los periodistas, quienes deban acometer un debate público similar al propuesto por Paul Starr (2009): “Si los diarios ya no son capaces de subsidiar el periodismo como servicio público y si las formas no comerciales de colaboración no pueden ofrecer un reemplazo adecuado: ¿cómo se va a pagar este trabajo?”. ¿Con subsidios públicos (transparentes) a los periódicos? ¿Con subsidios públicos para la promoción de la lectura de prensa? ¿A través de entidades sin ánimo de lucro que sustituyan al modelo de las empresas periodísticas? Sin duda, este es un debate muy amplio y no puede ser acometido aquí, a pesar de su total concomitancia con la corrupción política. Para su evitación, claro está.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adsera, A., Boix, C., Payne, M. (2003). « Are you being served ? Political accountability and quality of government ». *Journal of Law, Economic and Organization*, 19 (2), 445-490.
- Alejandro, M. (2008). *Medios de comunicación y la función de transparencia*. México: Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI).
- Arboledas, L. (2009). “Clientelismo y concentración en la radio española. Comparación entre cuatro comunidades autónomas”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 909-925. En línea [http://www.revistalatinacs.org/09/art/870\\_UGR/71\\_107\\_Luis\\_Arboledas.html](http://www.revistalatinacs.org/09/art/870_UGR/71_107_Luis_Arboledas.html)

---

<sup>17</sup> Cit. en Milagros Pérez, “Indignados con los periodistas”, *El País*, 26 de junio de 2011.

- Arroyo, I. (1997). "Fábulas y fabuladores: el escándalo político como fenómeno de los medios de comunicación". Laporta, F. y Álvarez, S. (eds.). *La corrupción política*. Madrid: Alianza Editorial, 335-339.
- Asociación de Agencias de Publicidad de la Comunidad Valenciana (2011). *Estudio 2010. Inversión publicitaria en la Comunidad Valenciana*. Valencia: AAPCV.
- Blasco, José J. (2008). "Las ayudas públicas a la prensa de las Comunidades Autónomas españolas en 2007: Tipología, cuantía de las subvenciones y sistemas de adjudicación". *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*. 75 (abril-junio).
- Bobbio, N. (1985). *El futuro de la democracia*. Barcelona: Plaza y Janés.
- Canel, M.J. y Sanders, K. (2005). "El poder de los medios en los escándalos políticos: la fuerza simbólica de la noticia icono". *Anàlisi*, 32, 163-178
- Casero, A. y López, G. (2011). "Las políticas de comunicación en la Comunidad Valenciana en el contexto de la digitalización". En López, G. (ed.). *El ecosistema comunicativo valenciano. Características y tendencias de la primera década del siglo XXI*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Comisión Europea (2012) *Special Eurobarometer 374. Corruption Report*. Fieldwork: september 2011. Publication: February 2012. En línea: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_374\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_374_en.pdf)
- Conniff, M. (2003). "Neo-populismo en América Latina. La década de los 90 y después", *Revista de Ciencia Política*, XXIII (1), 31-38
- De la Quintana, A. y Oliva, C. (2012). "Subvenciones a la prensa en España: sinergias políticas y empresariales en Andalucía, Cataluña, Galicia y El País Vasco". *MHCJ Miguel Hernández Communication Journal*, 6-31, año 3 (2012), 101-120.
- Del Castillo, A. (2003). *Medición de la corrupción: Indicador de la Rendición de Cuentas*. México: Editorial Color S.A.
- Feliu, A. y Feliu, E. (2012). "Publicidad institucional en la Comunidad Valenciana: la Generalitat como anunciante". Peña, P., Pacheco, M. y Martínez, E. (eds.). *Comunicación institucional y política*. Madrid: Fragua.
- Fernández Alonso, I. y Santana, F. (2000). *Estado y medios de comunicación en la España democrática*. Madrid: Alianza.
- Fernández, I., Sarabia, I., Sánchez, J., Bas, J.J. (2011). "Modelos de gobierno de las radio-televisiónes públicas autonómicas en España: el caso de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales". *Ámbitos*, 20, 255-270.
- Giglioli, P.P. (1996). "La corrupción política y los medios de comunicación. El caso de Tangentópolis". *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 149.
- Gómez, J.L., Gutiérrez, J.F., Palau, D. (eds.) (2013). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Valencia: Universitat de València. Castellón: Universitat Jaume I. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, Univesitat Pompeu Fabra
- Hallin, D. y Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Hacer.
- Heller, A. y Feher, F. (1989). *Políticas de la posmodernidad. Ensayos de crítica cultural*. Barcelona: Península.

- Jiménez, F. (1995). *Detrás del escándalo político. Opinión pública, dinero y poder en la España del siglo XX*. Barcelona: Tusquets.
- Jiménez, F. y Caínzos, M. (2004). “La repercusión electoral de los escándalos políticos. Alcance y condiciones”. *Revista Española de Ciencia Política*, 10, 141-170.
- Kovach, B. y Rosentiel, T. (2012). *Los elementos del periodismo*. Madrid: Aguilar.
- Laguna, A. (2010). “El populismo como estrategia comunicativa”. Piqueras, J.A., Martínez, F.A., Laguna, A. y Alaminos, A. (2010). *El secuestro de la democracia en España. Corrupción y dominación política en la España actual*. Madrid: Akal.
- Malem, J.F. (2002). *La corrupción: aspectos éticos, económicos, políticos y jurídicos*. Barcelona: Gedisa.
- Malem, J.F. (2004). “Mercado de la virtud y mercado de la corrupción”. Salazar, R. (ed.) (2004). *Corrupción. Una visión desde la sociedad civil*. San José de Costa Rica: Fundación Ambio – Transparencia Internacional Costa Rica.
- Mateu, A. y Domínguez, M. (2011). “La retórica en el periodismo de María Consuelo Reyna: l'anticatalanisme en la premsa valenciana”, *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi*, 28 (2), 69-87.
- Martínez, F.A. (2000). “Trazos y traza de la radiodifusión en los noventa”. Laguna, A. (coord.). *La comunicación en los 90'. El caso valenciano*. Valencia: Fundación Universitaria CEU.
- Martínez, F.A. (2010). “Neopopulismo: el partidismo de los medios de comunicación”. Piqueras, J.A., Martínez, F.A., Laguna, A. y Alaminos, A. (2010). *El secuestro de la democracia en España. Corrupción y dominación política en la España actual*. Madrid: Akal.
- Ministerio de Cultura (2011): *Boletín Informativo. Películas. Recaudaciones. Espectadores. Datos de 2010*. Madrid: Instituto de la Cinematografía y las Artes Visuales.
- Parreño, M. (2013). “La argumentación de los periodistas sobre la calidad del periodismo”. Gómez, J.L., Gutiérrez, J.F., Palau, D. (eds.). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Valencia: Universitat de València. Castellón: Universitat Jaume I. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, Univesitat Pompeu Fabra.
- Piqueras, J.A., Martínez, F.A., Laguna, A. y Alaminos, A. (2010). *El secuestro de la democracia en España. Corrupción y dominación política en la España actual*. Madrid: Akal.
- Rose-Ackerman, S. (2001). *La corrupción y los gobiernos. Causas, consecuencias y reforma*. Madrid: Siglo XXI.
- Ruiz, E.J. (2004). *Indicadores del Periodismo y Democracia a nivel local en América Latina*. Argentina: CADAL.
- Salazar, R. (ed.) (2004). *Corrupción. Una visión desde la sociedad civil*. San José de Costa Rica: Fundación Ambio – Transparencia Internacional Costa Rica.
- Salom, R. (2004). “La corrupción y el deterioro de la democracia y de la solidaridad”. Salazar, R. (ed.) (2004). *Corrupción. Una visión desde la sociedad civil*. San José de Costa Rica: Fundación Ambio – Transparencia Internacional Costa Rica.

- Thompson, John B. (2001). *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Barcelona: Paídos.
- Tribunal Supremo de España. Sala de lo Contencioso-Administrativo. Sección: Séptima. (2012) *Sentencia de 18/07/2012*.
- Tribunal Supremo de España. Sala de lo Contencioso-Administrativo. Sección: Tercera. (2012) *Sentencia de 05/12/2012*.
- Verdú, Y. (2009). *Sesgo y encuadre en las noticias de televisión: mecanismos de manipulación periodística a propósito del urbanismo y del agua en los informativos de Canal 9*. Valencia: Universidad de Valencia. Tesis doctoral inédita.
- Viadel, F. (2010). "Premsa, poder i anticatalanisme. La vigència de *Las Provincias*". *Arxius de Ciències Socials*, 23, 103-112.
- Zamora, R. y Marín, J.A. (2010). "La representación simbólica del escándalo de corrupción política. Hacia una tipología de los marcos periodísticos (frames) utilizados en la narración del escándalo de corrupción política". *Razón y Palabra*, 73.
- Zamora, R. y Marín, J.A. (2011). "Un modelo para analizar la representación simbólica del escándalo de corrupción política desde la teoría del framing: aplicación al 'caso Umbra'". *Miguel Hernández Communication Journal*, 2, 213-238.

**FRANCESC-ANDREU MARTÍNEZ GALLEGO** es doctor en Historia Contemporánea por la Universitat de Valencia, profesor titular de Periodismo en la Universidad de Valencia y Vicedecano de Economía e Infraestructuras de la Facultad de Filología, Traducción y Comunicación (UVEG). Su trabajo de investigación se desenvuelve en los campos de la Historia de la Comunicación, la Historia Social Contemporánea y la relación entre Periodismo y Política en la contemporaneidad. Entre sus últimos trabajos, *El secuestro de la democracia. Corrupción y dominación política en la España actual* (Akal, 2010) con Piqueras, Laguna y Alaminos; *La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica* (Tirant lo Blanch, 2010); o *Política y comunicación en la historia contemporánea* (Fragua, 2010).

**LA CORRUPCIÓN POLÍTICA EN MÉXICO:  
DEL PASADO A LA TRANSICIÓN DEMOCRÁTICA**  
**THE POLITICAL CORRUPTION IN MEXICO:  
FROM THE PAST TO THE DEMOCRATIC TRANSITION**

**Nubia Nieto**

Investigadora independiente, Inglaterra  
nubiazulma@hotmail.com

Recibido: 31/10/2012

Aceptado: 16/05/2013

**Resumen**

En los últimos años, México ha experimentado un aumento en el narcotráfico y la violencia. Sin mencionar la asociación de políticos en escándalos de corrupción, incluso después de haber atravesado por un proceso de transición democrática. En este escenario, el presente artículo intenta analizar el desarrollo de la corrupción antes y después de la llegada del Partido de Acción Nacional, PAN, a la Presidencia de la República (2000-2012). La hipótesis que guía el presente trabajo supone que el PAN reproduce prácticas corruptivas similares a las que el PRI utilizaba durante su gestión. El texto se desarrolla en cuatro partes. En primer lugar se hace un breve recorrido histórico acerca de la influencia de la corrupción. En segundo plano se examina el rol de la corrupción durante el gestión del Partido Revolucionario Institucional (PRI). En tercer nivel se describe la transformación de los modelos de corrupción, y por último se estudia la persistencia de la corrupción en los gobiernos de la transición democrática agrupados en el partido del PAN. El artículo aporta una serie de elementos para el análisis de la corrupción en México desde una perspectiva socio-política e histórica, la cual describe el desarrollo de la corrupción como un fenómeno ampliamente complejo en el que se entretrejen factores culturales y económicos, así como estructuras sociales, jurídicas, políticas, y situaciones coyunturales que permiten mayor o menor visibilidad en el fenómeno de la corrupción.

**Palabras claves:** Corrupción, Cultura, México, Historia, Política.

### Abstract

In recent years, Mexico has experienced an increase of drug trafficking, and violence. Not to mention, the involvement of politicians in corruption scandals even after having gone through a democratic transition. In this scenario, this article tries to analyse the development of the corruption before and after the arrival of the National Action Party, PAN (Partido Accion Nacional), to the Mexican presidency (2000-2012). The hypothesis that guides this work supposes that the PAN reproduced during its ruling similar corruptive practices that the PRI used to apply. The text is developed in four parts. Firstly, it is presented as a brief historical overview of the influence of corruption. Secondly, it examines the role of corruption during the rule of the Institutional Revolutionary Party (PRI). Thirdly, it describes the transformation of the patterns of corruption, and finally, it studies the persistence of corruption in the governments of the democratic transition represented by the PAN party. The article contributes an array of elements in order to study the corruption in Mexico from a perspective of socio-political and historical, which describes the development of corruption in Mexico as a widely complex phenomenon, interacting cultural and economical factors, as well as social, juridical and political structures, and conjunctures critical that allows more or less visibility to the phenomenon of corruption.

**Keywords:** Corruption, Culture, Mexico, History, Politics

El estudio de la corrupción es un campo amplio y complejo, sin olvidar que es un fenómeno universal. Glaeser y Goldin consideran que la corrupción se compone de tres elementos centrales: a) pagos a oficiales públicos, es decir pagos excesivos que van más allá a los salarios asignados, b) una acción asociada con estos elementos que violan tanto las leyes explícitas como las normas sociales implícitas, c) pérdidas en el ámbito público tanto en la acción como en el sistema que facilita las condiciones para el ejercicio de tales acciones, es decir pérdidas o costos sociales en el tejido social (Glaeser y Goldin, 2006: 7). Sin embargo, para este texto la corrupción es entendida en términos de Rose-Ackerman (1999,91) como el abuso del poder público para fines privados. En México, la corrupción adquiere características particulares: por una parte, es un fenómeno aparentemente generalizado en todos los niveles de la sociedad; y por otra parte, tiene connotaciones más profundas tanto en las formas de socialización de los ciudadanos y de sus representantes como en las estructuras históricas del Estado Mexicano. Además de observarse la persistencia de la corrupción, pese a la apertura democrática de sus instituciones políticas, desaparición de la existencia de un partido político único, reformas anticorrupción y acuerdos internacionales contra la corrupción, así como la pertenencia al club de los países desarrollados del G-20 (Grupo de los veinte) y la membresía a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD).



Sin embargo, México sigue alcanzando altos niveles de corrupción, de acuerdo al índice de percepción de corrupción (IPC)<sup>1</sup>, en 2011 México se ubicó en el lugar 100 junto a países tales como Malawi o Tanzania, obteniendo una nota de 3 en IPC en una escala de 0 a 10, donde 0 representa el nivel más bajo de transparencia, y 10 el nivel más alto (Transparency International, 2011). Lo que significa que la permanencia de la corrupción en México es similar a la que experimentan ciertos países en África.

En este escenario, el presente artículo intenta analizar por qué pese a que México ha experimentado un proceso de transición a la democracia que se materializó con la derrota del Partido Revolucionario Institucional (PRI) en 2000, y el triunfo del candidato del Partido de Acción Nacional (PAN), Vicente Fox a la presidencia, México no ha disminuido los niveles de corrupción, y lo que es peor pareciera que este fenómeno se ha fusionado con otros tales como el crimen organizado. Entonces vale la pena preguntarse: ¿Acaso falta voluntad política o hay razones estructurales en la persistencia de la corrupción en México? ¿Cambiaron las formas de operación de la corrupción bajo los gobiernos de la transición (PAN) o siguen siendo las mismas en las que se operaba bajo el Partido Revolucionario Institucional, PRI? El texto se desarrolla en cuatro partes a través de las cuales intenta responder a estas preguntas. En primer lugar hace un breve recorrido histórico sobre la influencia de la corrupción. En segundo plano se examina el rol de la corrupción durante los gobiernos del PRI. En tercer nivel se describe la transformación de los modelos de corrupción, y por último se estudia la persistencia de la corrupción en los gobiernos de la transición democrática representados por los gobiernos del PAN. El texto presenta una serie de elementos para el análisis de la corrupción en México desde una perspectiva multidisciplinaria que conjuga principios históricos, sociológicos, políticos, así como eventos del acontecer contemporáneo Mexicano. Cabe señalar que el texto no se funda en investigaciones cualitativas, debido a la naturaleza misma de la corrupción y a su carácter discrecional que dificultan la cuantificación exacta. Por el contrario, el presente texto se limita a discutir una serie de planteamientos generales que se observan, discuten y confluyen en los espacios de análisis en el estudio de la corrupción. La metodología de investigación es de carácter cualitativa e incorpora reportes institucionales, observaciones de casos particulares, seguimientos de

---

<sup>1</sup> Cabe mencionar que el IPC evalúa los niveles de percepción de corrupción a nivel del sector público, y está fundado en varias medidas de análisis tales como encuestas de opinión pública, diagnóstico de instituciones, entrevistas de profundidad a líderes de opinión de todas las corrientes políticas, entrevistas a periodistas, Organizaciones No Gubernamentales a nivel local, regional y nacional (Transparencia Internacional, 2011).

organismos no gubernamentales y presenta una bibliografía especializada en el tema, la cual retoma diferentes períodos históricos que han marcado no solo la historia del país sino también el desarrollo y evolución de la corrupción.

#### UNA TRADICIÓN: LA DISTANCIA ENTRE LA LEY Y SU APLICACIÓN

La corrupción, en tanto violación a la norma jurídica tiene una larga tradición en la historia de México, algunos la ubican a partir de la Colonia; otros, en la construcción del Estado porfirista, y unos más en el Estado posrevolucionario y contemporáneo. Lo cierto, es que el fenómeno de la corrupción ha sido una constante en los diferentes momentos de la historia mexicana. Más aún, hay quienes señalan que la corrupción ha sido una estrategia de resistencia cultural, producto del choque entre “México profundo” (México indígena) y “México imaginario” (México mestizo).

Desde la óptica de Guillermo Marín, la conquista española marcó una doble actitud frente a la autoridad, las instituciones y las leyes tanto en los indígenas como en los españoles. Para los primeros violar la ley era una forma de resistir a las normas e instituciones ajenas a su moral y ética; en cambio para los segundos, representaba la oportunidad de enriquecerse en la medida que los marcos legales les eran también ajenos, pues ellos reconocían sólo dos tipos de autoridades y leyes; las de España y las de la Nueva España, las cuales también estaban en contradicción. Las leyes de la Nueva España eran sus propias reglas y las habían ganado con la fuerza de las armas; y las normas de España venían de afuera, sujetas a otra realidad e intereses políticos y económicos (Marín, 2001: 78).

De esta manera, tanto para los indígenas como para los españoles, las leyes creadas en la Nueva España les eran ajenas. Por ello, unos y otros defendían sus propias leyes y corrompían las ajenas. La guerra de independencia, en este sentido, fue producto de la defensa de los valores de los criollos—hijos de españoles nacidos en América— frente a las relaciones de la Corona. La participación de la masa indígena en el movimiento fue el resultado de la defensa y el reconocimiento de sus propias autoridades e instituciones. La independencia, por consecuencia, arrojó una explosión social de indígenas y mestizos, frente a los españoles, aliándose temporal y circunstancialmente.

En tanto, el “México profundo”—ese que nace del pueblo y de las raíces indígenas— aceptó y participó en la corrupción en la medida que le permitió sobrevivir y hacer frente al sistema político y cultural del “México imaginario”. En otros términos, el “México profundo” mantuvo una actitud de “indio sumiso” mientras tuvo que sufrir las consecuencias de la corrupción, pero al mismo tiempo adquirió una actitud de “indio ladino” para poder sobrevivir en el “México imaginario” (Marín, 2001: 11).

Fredérique Langue, asevera que el periodo colonial fue crucial para la conformación de la cultura política mexicana<sup>2</sup>, y en las actitudes frente a la corrupción. Toda vez que en la Nueva España se sentaron las bases para el desarrollo de las instituciones políticas fundadas en relaciones de parentesco tales como compadrazgos, alianzas matrimoniales, nepotismos, clientelismos y caciquismos regionales. De esta manera, la distancia entre la ley y su aplicación se desvaneció en relaciones personales en las cuales intercambiaban “favores” con el fin que las élites coloniales pudieran resguardar su posición económica y política (Langue, 1993: 123-139). Así, las relaciones sociales, religiosas, familiares y políticas del período colonial en México marcarían la pauta para el desarrollo de futuras instituciones políticas que estarían presentes incluso después de movimientos revolucionarios.

Friedrich Katz, por su parte indica que si bien la corrupción floreció en la Colonia, el movimiento de independencia (1810-1821) no logró disminuirla cuantitativamente. La Revolución de 1910 tampoco eliminó la costumbre de transgredir la ley, aunque modificó la dinámica para ejercerla y los actores que la encabezaron. Desde la óptica de Katz, la Revolución mexicana no sólo provocó una nueva lógica en la redistribución del poder y los recursos, sino también generó otra percepción sobre la corrupción (Katz, 2000: 104-105).

Por ejemplo, Madero<sup>3</sup>, que es un personaje controvertido en la historia de México, para los conservadores y para sus enemigos fue “calificado de corrupto” por haber incluido en su gobierno a los miembros de su familia. Dos de los tíos de Madero encabezaban las secretarías de Desarrollo y de Economía. Su primo dirigía la Secretaría de la Defensa; su hermano Gustavo encabezaba el partido político y su otro hermano, Emilio, dirigía las fuerzas maderistas en el norte del país, y otros tantos ocupaban puestos menores en el gobierno. Sin embargo, para las clases medias, y para sus seguidores, Madero había sido un “gobierno democrático con menor incursión en prácticas corruptivas”, en tanto había cumplido sus promesas al instituir una especie de democracia, al per-

---

<sup>2</sup> El término “cultura política se refiere a las orientaciones específicamente políticas de las actitudes frente al sistema político y sus diferentes partes, al igual que a las actitudes del rol de los individuos en el sistema (...) Cuando hablamos de una cultura política de una sociedad nos referimos al conjunto de concepciones, sentimientos y evaluaciones políticas interiorizadas por una población” (Almond y Verba, 1965: 12-13).

<sup>3</sup> Francisco I Madero (1873-1913) fue un empresario y político, originario de Coahuila, quien se proclamó contra el gobierno de Porfirio Díaz y a quien se le asocia directamente con el inicio de la Revolución Mexicana en 1910. También fue el primer Presidente de México (1911-1913) elegido en elecciones después del derrocamiento de Porfirio Díaz, quien ocupara la presidencia por siete ocasiones en total de 1884-1910. Madero fue asesinado en un golpe de estado (CIDE, 2000).

mitir a los trabajadores organizar huelgas y formar sindicatos, así como tolerar las críticas de la opinión pública y haber impulsado procesos democráticos tanto para llegar al poder como para poder introducirlos en la vida política mexicana (Katz, 2000: 89-105).

Zapata<sup>4</sup>, en cambio, fue percibido como un líder no corrupto en la medida que había cumplido sus promesas: repartió las tierras de los hacendados entre las comunidades indígenas, y los líderes zapatistas no se volvieron hacendados ni acumularon riquezas como la mayoría de los generales revolucionarios de la época (Katz, 2000: 89-105).

En tanto que Carranza<sup>5</sup> fue visto como un líder corrupto debido al incumplimiento de sus promesas. La reforma agraria no existió en su gobierno, los derechos de los trabajadores fueron anulados, las elecciones no fueron más honestas que durante la era porfiriana, y las riquezas de los líderes carrancistas se fundaron en la explotación de las clases medias y bajas. Cabe recordar que en su gobierno se hizo popular conjugar el verbo “carrancear” como sinónimo de corromper (Katz, 2000: 107-108).

Sin duda, la presencia de la corrupción registró diferentes niveles e intensidades durante la Revolución Mexicana (1910-1917), y varios de sus líderes también fueron asociados con este fenómeno.

## LA INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA VIDA POLÍTICA Y LA CORRUPCIÓN

La presencia de la corrupción ha sido uno de los fenómenos que no sólo estuvo presente durante la Colonia, sino también en la Revolución y se transformó en el periodo posrevolucionario como una herramienta para institucionalizar el poder político. Es de recordarse la famosa frase del General Obregón: “No hay general que se resista a un cañonazo de 50000 pesos”. En consecuencia, para el México nacido de la revolución, la corrupción se presentó de manera intrínseca al irse fusionando con las nuevas instituciones políticas y sociales, así como en la conformación de la nueva élite política conocida como la “familia revolucionaria”<sup>6</sup>. El principal motor de esta fusión estuvo representado

---

<sup>4</sup> Emiliano Zapata o también conocido como el “Caudillo del Sur” (1879-1919) es uno de los mayores símbolos de la Revolución Mexicana asociado a la resistencia campesina, y la reforma agraria, cuyo lema fue “Tierra y Libertad”. Zapata desconoce a Madero como Presidente con el Plan de Ayala (CIDE, 2000).

<sup>5</sup> Venustiano Carranza (1860-1920) fue un empresario y político nacido en el Estado de Puebla en México, quien participara en la Revolución Mexicana, y lograra alcanzar la Presidencia de 1917-1920 tras derrotar al general Victoriano Huerta (CIDE, 2000).

<sup>6</sup> El término de “familia revolucionaria” empezó a utilizarse en los tiempos de Plutarco Elías Calles para designar a la élite gobernante surgida con la Revolución mexicana que se vinculaba por relaciones de parentesco o de amistad establecidas ya sea en el campo de batalla, en las escuelas o en los cargos gubernamentales (Adler Lomnitz y Gorbach, 1998: 69).

por el Partido Revolucionario Institucional (PRI), que fue fundado en 1929, respondiendo a la necesidad de institucionalizar la vida política que venía de pasar un movimiento revolucionario (1911-1917), el cual sumergía al país en la inestabilidad política (Reyna, 1976: 7).

El sistema político mexicano fundado principalmente en el presidencialismo, Partido Revolucionario Institucional (PRI)<sup>7</sup> y Corporativismo<sup>8</sup> controlaron no solo el ejercicio del poder político, sino también legitimaron un “*savoir faire*” de la política mexicana que se apoyó en la utilización de la corrupción como una herramienta política.

Alan Riding, cuyo análisis se refiere al sistema político tradicional<sup>9</sup> que controló la vida política del país de 1929 al año 2000, señala que la base del sistema político descansaba en su estabilidad lograda a base de la corrupción, que era esencial para el funcionamiento del sistema político, en la medida que creaba lealtades y complicidades: “En teoría, el dominio de la ley tendría que ocupar el lugar del ejercicio del poder. Sin embargo, los privilegios, la influencia y los favores, así como la lealtad, la disciplina, la discreción y el silencio son los sustentos del sistema” (Riding, 1985: 140).

De acuerdo a Riding (1985), la corrupción tiene un “*modus operandis*” en el ejercicio del poder político mexicano, pues los cargos políticos son considerados como la oportunidad para enriquecerse y como un premio a la lealtad. Más aún, Riding (1985) llega a denominar a la corrupción como “el aceite que mueve al sistema político mexicano”, pues permite que la maquinaria política funcione en todos los niveles del sistema. En las élites políticas, la

---

<sup>7</sup> El Partido Revolucionario Institucional ha sido analizado bajo diversas tipologías de partidos. No obstante, en este texto se categoriza al PRI como lo hiciera Sartori en 1976: un partido hegemónico-pragmático, debido a que permitía la existencia de partidos de “segunda clase”, pero no toleraba que sus contrincantes accedieran al poder presidencial. El PRI acostumbraba utilizar el principio del acuerdo preelectoral y la represión en caso que los resultados no le favorecieran. En cualquier circunstancia, la ideología dejó su lugar al pensamiento pragmático y operativo, privilegiando la estabilidad gubernamental (Sartori, 1976: 232-234).

<sup>8</sup> Utilizamos el término corporativismo bajo los parámetros de Schmitter quien lo considera como un sistema de representación de intereses en el marco del cual los actores se organizan en función a un número limitado de categorías obligatorias, disciplinadas y jerarquizadas al margen de toda competencia. El Estado reconoce o crea un conjunto de organizaciones de las cuales obtiene el monopolio de su representación a través del control y manipulación de los líderes (Schmitter, 1979: 13).

<sup>9</sup> Nos referiremos al sistema político mexicano tradicional como aquel sistema cuya característica principal fue el ejercicio de un presidencialismo exacerbado, el predominio del Partido Revolucionario Institucional en el ámbito electoral y la organización política a través del corporativismo que caracterizaron las relaciones políticas a lo largo de 71 años, mismos en el que el PRI se mantuvo en el poder presidencial (1929-2000).

corrupción integra a sus miembros a través de mecanismos de complicidad. En tanto, en la sociedad civil la corrupción favorece el acceso a servicios y la movilidad social.

Por otra parte, la corrupción tuvo también un papel fundamental en la formación y función del corporativismo mexicano toda vez que permitió sellar alianzas, alinear líderes sindicales, promover carreras políticas, comprar lealtades, sostener apoyos sectoriales o aniquilar opositores. En términos de Morris, la corrupción política representó un importante instrumento en la estrategia de cooptación en las organizaciones sindicales, campesinas y asociaciones vecinales, agrupadas en la Central de Trabajadores de México (CTM), la Central Nacional Campesina (CNC) y la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos (CROM).

La cooptación era manejada por el sistema corporativista lo que implicaba que el régimen obtuviera un apoyo de los disidentes, y de la sociedad a cambio de atender a sus inquietudes (Morris, 1992: 51).

En cuanto al poder ejecutivo, propio del sistema tradicional mexicano, estaba dotado de un amplio margen de facultades constitucionales. Aunque cabe destacar que tales atribuciones se vieron acrecentadas por los usos y costumbres de la cultura mexicana, situación que propició otro tipo de atribuciones, que no estaban escritas en ninguna parte, pero que influían o determinaban el ejercicio del presidente. Estas prerrogativas fueron calificadas, según Jorge Carpizo, como facultades “metaconstitucionales” (Carpizo, 1978: 191).

El ejercicio del poder ejecutivo mexicano, que perduró durante 71 años, fue configurado bajo prácticas de naturaleza antidemocráticas, sin embargo eran legitimadas tanto por las élites políticas como por la sociedad. Prácticas políticas como “el tapado” – el candidato del PRI era designado por el presidente en turno, pero cuyo nombre no era rebelado sino hasta vísperas del periodo electoral–, y “el dedazo” –el candidato nominado era señalado con el dedo del presidente no por criterios democráticos de un partido o de la sociedad, sino de la voluntad de su predecesor– (Adler Lomnitz y Gorbach, 1998: 69).

La corrupción también desempeñó un papel fundamental no sólo en la institucionalidad del poder político, sino también en la formación de la burguesía nacional, pero limitando la competencia económica. Al respecto Valdés Ugalde indica: “El proceso de acumulación económico puede ser explicado a través de dos etapas. En la primera, la corrupción permitió impulsar el crecimiento económico; y en la segunda, frenó el desarrollo económico lo que causó la inestabilidad económica y política del país” (Valdés Ugalde, 2000: 217).

En este contexto, la construcción de un Estado económico y la industrialización acelerada coincidieron con la creación de empresas que podían bene-

ficiarse de la corrupción, pues no se debe olvidar que la configuración del Estado se fundó en relaciones de favoritismo y parentesco, las cuales tuvieron un efecto importante en el sector público y privado. Incluso, Valdés Ugalde menciona que en este período la corrupción se fomentó a través de un nuevo tipo de empresario más interesado en ganancias altas y rápidas que en la innovación y el riesgo. Este empresario se caracterizaba por tener un acceso privilegiado al aparato burocrático, facilidad en la inversión pública y créditos sin tasas de intereses altos (Valdés Ugalde, 2000: 217).

Lorenzo Meyer, por su parte, afirma que la corrupción en el México pos-revolucionario se transformó con la generación de “licenciados” de Miguel Alemán, en los años cuarenta, donde la información privilegiada creó fortunas rápidas, por ejemplo, saber dónde pasaría una carretera o cuándo tendría lugar una devaluación, permitía la especulación sin grandes problemas y el nacimiento de nuevas fortunas (Meyer, 1988: 221).

## LA TRANSFORMACIÓN DE LA CORRUPCIÓN Y DE LA CLASE POLÍTICA

La corrupción política, como se ha expuesto anteriormente, ha estado presente en los diversos períodos de la historia de México. Tanto los gobiernos del llamado modelo de sustitución de importaciones como aquellos surgidos de la liberación económica han continuado utilizando a la corrupción como una herramienta de gobernabilidad. No podemos decir si en mayor o menor grado, pero sin duda, la corrupción ha acompañado no solamente a la transición de las élites políticas emergidas de la familia revolucionaria al pasaje de las élites tecnócratas surgidas con el florecimiento del modelo neoliberal<sup>10</sup>, sino también ha modificado la estructura misma de la corrupción, la percepción y tolerancia de la sociedad frente a este fenómeno.

Al iniciarse los años setenta, “el milagro mexicano”, que había sido el orgullo del modelo de industrialización basado en la sustitución de importaciones, comenzó a mostrar limitaciones. El esquema de desarrollo basado en la lógica del Estado benefactor junto con los principios de control de inversión y gasto del Estado que combinaba altas dosis de proteccionismo, bajos niveles de inflación, endeudamiento externo moderado y crecimiento promedio del Producto Interno Bruto dejaron de ser eficaces.

---

<sup>10</sup> Estado Neoliberal propuesto en esa época proponía un conjunto de ajustes estructurales a la relación entre el Estado y el mercado, que se resume básicamente en: “ 1) reducción del gasto público; 2) políticas monetarias restrictivas; 3) reducciones salariales; 4) desmantelamiento del Estado benefactor, y 5) privatización de empresas y ámbitos estatales” (Salazar, 1994: 36).

El final catastrófico del modelo de desarrollo posrevolucionario erosionó una de las bases fundamentales de la legitimidad del sistema político mexicano: la capacidad para mantener la estabilidad del sistema y de continuar con el repartimiento de recursos vía la corrupción a través de las políticas corporativas y populistas de los años anteriores ya no fue más sostenido (Salazar, 1994).

En este escenario, el gobierno de José López Portillo entregó el poder en 1982 a Miguel de la Madrid Hurtado que se caracterizaba por ser una persona con experiencia en materia económica y financiera, pero con carencias en las áreas de la política partidista y puestos de elección popular. Así, un nuevo equipo llegó al poder: los tecnócratas.

El Estado proteccionista cedió el lugar uno neoliberal. En 1988 cuando Carlos Salinas de Gortari asumió la presidencia mexicana, la élite política se conformaba casi en su totalidad de tecnócratas.

Cornelius Wayne considera que con la llegada de los tecnócratas al poder político mexicano, la nueva élite rompió con las normas y reglas que regulaban tradicionalmente las prácticas y los procesos políticos en México. La nueva élite contaba con una formación profesional de alto nivel, principalmente adquirida en universidades extranjeras de origen estadounidense, jóvenes especializados en economía y finanzas, y carentes de experiencia política (Wayne, 1996: 47).

Mientras los políticos tradicionales eran hombres de edad avanzada, egresados la mayoría de ellos de la Universidad Nacional Autónoma de México, de formación jurídica y con entrenamiento burocrático, que habían fortalecido su poder a través de arreglos corporativistas, de recompensa de lealtades y de su capacidad de hacer uso de la corrupción para mantener la estabilidad política. Los tecnócratas eran jóvenes provenientes de universidades privadas mexicanas y extranjeras que pregonaban el credo neoliberal como solución única a los problemas del país, y sin conocimiento de las estructuras del sistema de repartición social.

Las diferencias de la nueva élite política no solo se marcaban en su proyecto de nación ni en la distinción de los perfiles políticos, sino también en los métodos del ejercicio de la corrupción. Cabe mencionar que En 1987, la revista Forbes, que presenta a los hombres más ricos del mundo, citaba solo a un mexicano. En 1994, cuando Salinas de Gortari terminó su cargo, habían 24 multimillonarios en la lista de Forbes (Grillo, 2012:77), lo interesante es preguntarse de dónde salió tanto dinero en tan sólo un período presidencial de seis años.

Los modelos de corrupción también cambiaron junto con la clase política mexicana. Morris asegura que con el cambio de políticos a tecnócratas no sólo se modificó la trayectoria y formación de actores, sino también el ejercicio de la corrupción pero sin eliminarla (Morris, 2000: 229).



El trinomio drogas, violencia y corrupción, que marcarían las nuevas relaciones políticas de los tecnócratas, puede ejemplificarse con la serie de asesinatos que tuvieron lugar a mitad de los años noventa: el homicidio del Cardenal, Juan Jesús Posadas Ocampo, en marzo de 1993; la muerte del candidato del PRI a la presidencia, Luis Donaldo Colosio, en marzo de 1994; el asesinato del secretario general del PRI, Francisco Ruiz Massieu, en septiembre de 1994; el homicidio del juez, Pablo Uscanga, en el Distrito Federal durante el verano de 1995, y la desaparición del ex procurador general de Jalisco, Leonardo Larios Guzmán, en mayo de 1995 (Morris, 2000).

Según Morris (2000), la nueva lógica de la corrupción en México se guía más por intereses económicos que por intereses de la burocracia, del partido o del sistema político como se solía suceder en el pasado. En el nuevo esquema de la corrupción, la lealtad disminuye hacia el presidente o hacia otro superior, debilitándose la cohesión de la élite política, y aumentando la inestabilidad social y política.

## REFLEXIONES FINALES: 12 AÑOS DEPUÉS DEL 2000

El cambio de las élites políticas tradicionales a las tecnócratas no sólo alteró los esquemas tradicionales de la corrupción, sino también la estructura del sistema político. Durante los tiempos del PRI, las élites políticas habían sido asociadas a la corrupción. En julio del 2000, Vicente Fox Quesada (2000-2006), candidato del PAN, llegó a la presidencia tras una serie de promesas de luchar contra la corrupción, abriendo una serie de expectativas en torno a la transición democrática<sup>11</sup>.

Sin embargo, meses después de la llegada de Fox a la presidencia, los escándalos de corrupción comenzaron a surgir. Por ejemplo, durante la gestión del gobierno de Vicente Fox Quesada (2000-2006), Manuel y Jorge Bribiesca Sahagún, hijos de la esposa del entonces presidente de México, Marta Sahagún, fueron supuestamente acusados de tráfico de influencias al intentar despojar a 150 personas de sus casas mediante una maniobra que realizaron para apoderarse del fraccionamiento «El Zapote», luego que se les acusara también en 2004 de nepotismo al adquirir ilegalmente viviendas del Instituto para la Protección del Ahorro Bancario (IPAB) (Alvarez, 2009).

---

<sup>11</sup> El término “transición democrática” es usado de acuerdo a O'Donnell y Schmitter: “Entendemos por transición el intervalo entre un régimen político y otro (...) Las transiciones están delimitadas, por un lado, por el comienzo de un proceso de disolución del régimen autoritario, y por otro, por el establecimiento de una forma democrática, el retorno a un cierto autoritarismo o la aparición de una alternativa revolucionaria (O'Donnell y Schmitter, 1986: 6).

El Partido de la Revolución Democrática (PRD) tampoco se salvó de escándalos de corrupción. Por ejemplo, en 2004 se exhibieron video grabaciones que mostraban al ex líder del PRD, René Bejarano, y al ex presidente de la mesa directiva de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal (ALDF), junto con el ex secretario de Finanzas del Gobierno del Distrito Federal, Gustavo Ponce, embolsándose fajos de billetes que les entregó el empresario argentino Carlos Ahumada para apostar en un casino en Las Vegas (Llanos y Romero, 2004). Cabe señalar que aunque nunca se verificó el origen y destino de ese dinero la integridad de tales funcionarios quedo ampliamente cuestionada, y Gustavo Ponce Meléndez fue sentenciado a ocho años y 16 días de cárcel por un juez federal, al ser encontrado penalmente responsable del delito de lavado de dinero; además de recibir una multa equivalente a 661 días de salario mínimo vigente en el Distrito Federal en 2009, equivalente a 36 mil 222.80 pesos (Méndez, 2009, 35).

Por otra parte, el ex gobernador del PRI por el Estado de México, Arturo Montiel Rojas (1999-2005), también fue acusado de asuntos relacionados con la corrupción, luego que su fortuna aumentara de 2 millones de pesos Mexicanos al comienzo de su mandato a 111 millones de pesos, más de 11 millones de Euros, en el período que se desempeñó como gobernador (Libra Montiel, La Jornada 2006).

En tanto, el gobierno de Fox terminó su período presidencial en 2006 en medio de escándalos de corrupción. En el mismo año llego a la presidencia otro gobierno panista, Felipe Calderón Hinojoza (2006-2012) que como su antecesor prometía no sólo luchar contra la corrupción, sino también contra el desempleo. No obstante, su prioridad sería la lucha contra el crimen organizado, lanzando “la guerra contra el narcotráfico” y movilizandoo a más de 50, 000 miembros de las fuerzas armadas en su ofensiva contra el tráfico de drogas (Van 150 mil muertos, La Jornada, 2012: 5).

Cifras oficiales señalan que desde 2006 hasta enero del 2012, 47 mil 500 personas murieron como consecuencia del narcotráfico, aunque el Secretario de Defensa de Estados Unidos, Leon Panetta afirmó que la cifra alcanzaba para el mismo año 150 mil personas (Van 150 mil muertos, La Jornada, 2012:5). Lo cierto es que los índices de muertes relacionadas con el narcotráfico han alcanzado niveles elevados, y en muchos casos aparecen nexos con funcionarios públicos, y aunque no es el objetivo central de este artículo el análisis del crimen organizado en México resulta difícil separarlo incluso por fines analíticos en el estudio de la corrupción, por lo cual se menciona ligeramente sin profundizarlo.

Más aún se han registrado varios casos de colaboración entre la policía nacional y los diferentes carteles en México. Tan sólo un ejemplo, en junio del 2010 el ex director de operaciones especiales de la policía de Michoacán, Miguel Ortiz Miranda, “El Tyson”, fue hayado culpable de ser el Jefe de la plaza –área de control– del cártel de La Familia en Morelia, y haber participado en ejecuciones de funcionarios michoacanos y en atentados contra agentes de la Policía Federal (PF) por cinco años mientras se desempeñaba en su cargo policial (Méndez, 2010:18).

La fusión corrupción, narcotráfico y elites políticas es ampliamente complejo y analizarlo nos daría material para libros completos, sin embargo nos limitaremos a estudiar los lazos de corrupción política en el gobiernos de la transición o también llamados gobiernos panistas debido a que los dos gobiernos que surgieron después de la derrota del PRI en 2000 han sido del mismo partido: PAN.

En este escenario, puede observarse que la corrupción política en México es de carácter sistémico y que ataca a todos los partidos políticos e instituciones políticas, y más aún ha facilitado el florecimiento de otros fenómenos tales que el narcotráfico, tráfico de órganos humanos, el tráfico de menores, y el tráfico de seres humanos con fines de esclavismo laboral y/o sexual. La hegemonía neoliberal, la globalización y el avance de tecnología sobre todo de las telecomunicaciones están introduciendo una nueva etapa en el desarrollo de la corrupción mexicana, la cual por un lado parece adaptarse a los nuevos tiempos; y por otro, también está creando mayor complejidad para distinguirla de otros fenómenos.

La corrupción sigue estando presente tanto en el “savoir faire” del ejercicio de la política como en el “savoir tolérer” de la sociedad mexicana. Los niveles de violencia causados por el narcotráfico muestran que el equilibrio social fundado en la corrupción se ha roto. Cada vez que un grupo mafioso se hace más poderoso, también crea su propia clientela política, es decir su propio grupo de funcionarios que los protegen. El problema, pareciera ser, que “cada vez que un traficante es arrestado, su oponente es beneficiado” (Grillo, 2012).

En tanto, Bailey y Godson consideran que el crimen organizado –definido como una actividad criminal profesional que opera en un período de tiempo definido y en el marco de operaciones concretas (Bailey y Godson, 2001: 6-7)– constituye un desafío a la seguridad y gobernabilidad democrática que toma lugar en un contexto de transición dual a nivel político y económico. Según Bailey y Godson, la transición dual puede ser dividida en dos fases. La primera se refiere a una serie de ajustes macroeconómicos y reducción de la inflación, así como la ruptura del autoritarismo y los comienzos de la libera-

lización y democratización. La segunda fase enfatiza las medidas macroeconómicas, y en cuestiones políticas motiva la descentralización, las reformas jurídicas y la modernización administrativa (Bailey y Godson, 2001: 6-7).

En los gobiernos regidos por el PRI, los grupos mafiosos así como el resto de la sociedad eran sometidos a la voluntad política, dependiendo de la jerarquía del funcionario y la corrupción actuaba como el pegamento que permitía tanto mantener la paz social como la lealtad a sus líderes inmediatos, que desembocaban en una lealtad superior: la del Presidente de México. La corrupción, en este sentido, estaba al servicio del Estado.

La corrupción también era más estable, pues los ejes de decisión política provenían de un solo partido político, el PRI. En tanto, en los tiempos del “México democrático”, la corrupción deja de tener un eje central de lealtad hacia el Presidente, y parece que surgen varios ejes de lealtades, dependiendo de los recursos financieros predominantes. Ahora la corrupción es más inestable, pues hay más movilidad de élites políticas. La corrupción tampoco se rige actualmente por la lealtad hacia un partido o un presidente, ni dentro de una única la jerarquía política, sino “por el deseo enriquecimiento inmediato en una lógica de competencia: servicio-pago” hacia su propio grupo, llámese cartel o camarilla de su propio partido político. Cabe indicar que en la medida que la vida política mexicana registra mayor competencia, también se registra mayor fragmentación al interior de los partidos políticos, lo cual dificulta la coordinación de lealtades únicas.

La violencia y la corrupción en el país se han revertido contra los mismos habitantes y se ha salido del control de las élites políticas, que en un principio eran quienes controlaban, vendían protección y condicionaban a los líderes de los grupos mafiosos, pero en la medida que éstos lograron mayor autonomía y tuvieron también más opciones en el menú de líderes políticos de diferentes partidos a corromper, ahora no necesitan someterse a la voluntad y reglas de los políticos únicos en la estructura del sistema, sino los grupos mafiosos pueden y tienen los recursos para hacer el proceso inverso, es decir comprar a sus propios funcionarios y miembros de la policía que mejor servicio les provea. En este sentido, la corrupción parece haber absorbido al Estado mexicano, haciendo más difícil su erradicación y su control.

Bailey y Godson (2001:11) señalan que el crecimiento del crimen organizado también fue favorecido por un proceso de descentralización y modernización administrativa deficiente que no logró consolidar reformas judiciales eficientes.

Aunque cabe indicar que México ha impulsado desde las últimas décadas medidas para luchar contra la corrupción pública (López, 1998). Dando como resultado avances en materia de lucha contra la corrupción que están operando

desde diversas instituciones. Por un lado, México cuenta con un sistema desarrollado de órganos de control representado en los tres Poderes del Estado (el Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial), asimismo, cuenta con otros órganos de control que gozan de autonomía respecto del gobierno, tales como el Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos (IFAI) y el Instituto Federal Electoral (IFE). Por otro lado, México también ha promovido la participación de Instituciones Académicas, Organizaciones No Gubernamentales y grupos de participación ciudadana independientes en la elaboración de programas y estrategias de lucha contra la corrupción.

Entre las acciones del Poder Ejecutivo se encuentran la Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación, publicada en mayo de 2009, que reglamenta los artículos 74 y 79 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia de revisión y fiscalización de la Cuenta Pública. La revisión de la Cuenta Pública está a cargo de la Cámara de Diputados, la cual se apoya en la Auditoría Superior de la Federación para el cumplimiento de dicha función. Dentro de las comisiones ordinarias con las que cuenta la Cámara de Diputados se encuentra la Comisión de Vigilancia de la Auditoría Superior de la Federación, órgano que se encarga de evaluar la gestión financiera del Gobierno Federal y su apego a los objetivos de los programas gubernamentales.

La Auditoría Superior de la Federación (ASF) tiene autonomía técnica y de gestión en el ejercicio de sus atribuciones de fiscalización superior, las cuales ejerce de acuerdo con la reforma introducida al Artículo 79 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en 1999. La ASF comenzó a operar el primero de enero del 2000, como resultado de reformas legislativas adoptadas en el marco de la transición democrática.

Otra importante institución encargada de promover la cultura y transparencia de la legalidad está la Secretaría de la Función Pública (SFP), cuyas funciones se centran en la organización, regulación y expedición de sistemas de control y evaluación gubernamental, procedimientos de auditorías en la Administración Pública Federal, y la operación del sistema de servicio profesional de Carrera en la Administración Pública.

También se puede citar La Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, la cual estipula que la Secretaría de la Función Pública (SFP) y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) son responsables del Sistema de Evaluación del Desempeño. De igual manera, según lo estipulado por Ley General de Desarrollo Social, la SHCP, la SFP y el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) llevan a cabo la evaluación de los Programas Federales de la Administración Pública Federal.

La lucha contra la corrupción en términos formales es bastante avanzada ya que también cuenta con la participación de otras instituciones electorales, judiciales y organismos tales como la Procuraduría General de la República (PGR), La Comisión Nacional de los Derechos Humanos, La Suprema Corte de Justicia de la Nación, la implementación de diálogos en línea con servidores públicos de la Administración, un sistema electrónico de contrataciones gubernamentales (Compranet), un sistema en línea de declaración de Modificación Patrimonial para los servidores públicos, la promoción del Premio Anual de Investigación sobre corrupción en México, incluso campañas en los medios masivos de comunicación para condenar a la corrupción como la campaña de “Cineminutos” que desde el año 2002, la SFP desarrolló el concepto del cortometraje como vehículo para llevar a la sociedad el mensaje del rechazo a la corrupción y de su papel en el impulso a la integridad y la transparencia. Y desde luego concursos tales como “Adiós a las trampas”.

Además de la cooperación con diversas instituciones académicas nacionales e internacionales y desde enfoques multidisciplinarios tales como el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), la Universidad Nacional Autónoma de México a través del Instituto de Investigaciones Jurídicas y el Centro de Investigaciones y Docencia Económicas (CIDE). Asimismo es importante destacar la publicación de diversas revistas en materia de transparencia y rendición de cuentas, por ejemplo, la revista: Contaduría Pública, Cuadernos sobre Rendición de Cuentas de AFP, y desde luego cursos de Cultura de la Legalidad en la Secretaría de la Función Pública.

A nivel internacional México también destacan acuerdos con organizaciones importantes tales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Banca Mundial, la Organización de Estados Americanos (OEA), el Fondo Monetario Internacional (FMI).

No obstante, los esfuerzos en materia de lucha contra la corrupción aún no se han traducido en cambios sustanciales en el combate a este fenómeno, desde los diferentes sectores sociales, económicos y políticos del país, principalmente al seno de las élites dirigentes en México.

El trinomio corrupción, violencia y narcotráfico tiene altos costos sociales y humanos. De acuerdo a una encuesta del Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE) reveló que el tema de mayor preocupación para los mexicanos es el narcotráfico y el crimen organizado con 79% de reprobación entre la sociedad (CIDE, 2009). Cifras similares se asoman por la consulta de Mitofsky (2010) que en su encuesta titulada ¿Cómo se siente el mexicano? se revela que el valor más preponderante entre los mexicanos es la honestidad, sin embargo esto no se ha materializado en la disminución ni de la corrupción ni del narcotráfico.

Siguiendo con la misma encuesta de Mitofsky (2010), 3 de cada 10 mexicanos considera que “lograr un cambio”, “tener un buen gobierno” y “eliminar la corrupción” son prioridades para el desarrollo del país. No obstante, la sociedad mexicana aún muestra amplia tolerancia hacia la corrupción que se registra en frases populares como: “El que no tranza no avanza” o “con dinero baila el perro”.

Desde la perspectiva de las elites políticas mexicanas estas han sido incapaces de crear y consolidar un verdadero Estado de derecho que someta a los ciudadanos al imperio de la ley, la transparencia y el rendimiento de cuentas de todas las instituciones políticas, jurídicas y legislativas del país. Mientras no haya un verdadero respeto al Estado de derecho, la transición a la democracia no está completada, y en tanto la corrupción siga reinando, el Estado Mexicano está condenado a padecer impunidad, injusticia y violación a los derechos humanos.

Finalmente se puede observar que el momento histórico que vive México muestra que el país se disputa entre dos vías: una, continuar promoviendo la corrupción y con ello condenándose así mismo a vivir en la pobreza, impunidad y violencia; y otra, modificar sus valores de ascensión social y con ello sus parámetros culturales, desaprobando a la corrupción y a las formas ilícitas de enriquecimiento tanto al interior del tejido social y religioso como al seno de las élites políticas, reforzando métodos de meritocracia y movilidad social a través de la educación, transparencia, rendimiento de cuentas y respeto a la ley.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adler Lomnitz, L. y Gorbach, F. (1998). “Entre la continuidad y el cambio: el ritual de la sucesión presidencial”. En *Revista mexicana de sociología*, N° 3. México: UNAM, 61-83.
- Almond, G. y Verba, S. (1965). *The civil culture. Political attitudes and democracy in five nations*. Boston: Little, Bown and company.
- Alvarez, X. (2009). “Acusan a los hijos de Martha Sahagún de tráfico de influencias”. *El Universal*, 27 de mayo.
- Bonfil Batalla, G. (1990). *México profundo. Una civilización negada*. México, CONACULTA.
- Bailey, J. And Godson, R. *Organized crime and democratic Governability. Mexico and the U.S., Mexico Borderlands, United States of America*, University of Pittsburgh Press& Pitt Latin America Series, 2001.
- Carpizo, J. (1978). *El presidencialismo mexicano*. México: Siglo XXI.
- Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE) (2009). *México, las Américas y el Mundo*. México: CIDE.
- Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE) (2000). *Historia de México. Revolución Mexicana, Ocupación de Veracruz Constitución de 1917*. México: CIDE.

- Cruz Martínez, A. (2007). Ante la CNDH, “mujeres violadas en Michoacán relatan agresión”. *La Jornada*, 17 de Mayo.
- “Figuran familiares de políticos como dueños de guarderías” (2009). *El Universal*, 8 de julio.
- Glaeser, L. y Goldin, C. *Corruption and Reform. Lessons from America's Economic History*. Chicago & London, University of Chicago Press. A National Bureau of Economic Research Conference Report, 2006.
- Grillo, I. (2012). *El Narco. The bloody rise of Mexican Drug Cartels*, London: Bloomsbury.
- Katz, F. (2000). “La corrupción y la Revolución mexicana”. En Lomnitz C. (Coord.), *La corrupción en México. Vicios públicos, virtudes privadas*. México: CIESAS-Porrúa, 104-105.
- Langue, F. (1993). “Las élites en América Española. Actitudes y mentalidades”. *Boletín Americanista*, n° 42-43, Universidad de Barcelona, 123-139.
- Llanos, R. y Romero, G. (2004). “Pescan en actos de corrupción a Bejarano”. *La Jornada*, 4 de marzo.
- “Libra Montiel acusaciones sobre enriquecimiento ilícito” (2006). *La Jornada*, sección Estados, 1 de December.
- López Presa, J. (cord.) (1998) *Corrupción y cambio*. México: Fondo de cultura Económica/Secretaría de Contraloría y Desarrollo Administrativo.
- Marín, G. (2001). *La corrupción en México: una estrategia de resistencia cultural*. Oaxaca, México: Instituto Luis Sarmiento (INLUSA).
- Mény, Y. (1992). *La Corruption de la République*, Paris: Fayard.
- Méndez, F. (2010). “Presentan a supuesto agresor de funcionaria en Michoacán”. *La Jornada*, Julio 1.
- Méndez, A. (2009). “Sentencian a Gustavo Ponce a ocho años de cárcel por lavado de dinero”. En *La Jornada*, 13 de Abril.
- Meyer, L. (1988). *Fin del régimen y democracia incipiente. México hacia el siglo XXI*. México: Océano.
- Morris, S. (1992). *Corrupción y política en el México contemporáneo*. México: Siglo XXI.
- Morris, S. (2000). “¿“La política acostumbrada” o “política insólita”? El problema de la corrupción en el México contemporáneo”. En *La corrupción en México. Vicios públicos, virtudes privadas*, Lomnitz C. (Coord.), México: CIESAS-Porrúa, 221-237.
- Morris, S. (2009). *Political corruption in Mexico: The impact of Democratization*. Washington, Lynne Rienner.
- Mitofsky (2010) *¿Cómo se siente el mexicano?*, México, Consulta Mitofsky.  
<http://72.52.156.225/Estudio.aspx?Estudio=como-se-siente-mexicano-2>
- O'Donnell, G. y Schmitter, P. (1986). *Transition from authoritarian rule. Tentative conclusions about uncertain democracies*. Baltimore, London: The John Hophinks University Press, vol. 1.
- “Van 150 mil muertos en México por la narcoviolenca: Panetta”. (2012). *La Jornada*, 28 de Marzo.
- Rose-Ackerman, S. (1999). *Corruption and government: causes, consequences and reform*. Cambridge, England: Cambridge University Press.



- Reyna, J. (1976). *Control político. Estabilidad y desarrollo político en México*, 2ª edición. México: El Colegio de México.
- Rivelois, J. (1999). *Drogue et pouvoirs: du Mexique aux paradis*. Paris: L'Harmattan.
- Riding, A. (1985). *Vecinos distantes: Un retrato de los mexicanos*, tr. Pilar Mascaro. México: Joaquín Mortiz- Planeta.
- Salazar Sotelo, F. y Villalpando, C. (1994). "Modernización económica y transición democrática en México: 1982-1992". En *México, una sociedad en cambio. Reflexiones sobre política y cultura*, Jiménez M. (Coord.), México: UAM-Iztapalapa, 23-70.
- Sartori, G. (1976). *Parties and party systems. A framework for análisis*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Schmitter, P. (1979) *Still the century of corporatism. En Trend toward corporatist inter-mediation*. London: Sage.
- Valdés Ugalde, F. (2000). "La corrupción y las transformaciones de la burguesía en México, 1940-1994". En *La corrupción en México. Vicios públicos, virtudes privadas*, Lomnitz C. (Coord.), México: CIESAS-Porrúa, pp. 195-220.
- Villoro, L. (1974). *Los signos políticos*. México: Grijalbo.
- Transparency International. *Corruption perceptions index (CPI) 2011*, Transparency International Secretariat, Berlín: Transparency International.
- Wayne, C. (1996). *Mexican politics in transition*. San Diego U.S: University of California.
- Zaid, G. (1979). *El progreso improductivo*, 2ª edición, México: Siglo XXI.

**NUBIA NIETO** es doctora en Geopolítica por la Universidad de la Sorbona, Panteón-París I, Francia. Maestra en Sociedades Latinoamericanas por el Instituto de Altos Estudios de América Latina-París III, Francia. Maestra en Ciencias Políticas por la UNAM, México. Licenciada en Sociología y Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma Metropolitana UAM-Campus Xochimilco, México, y con varios seminarios en métodos de investigación y gestión por la Universidad de Greenwich, Londres, y con otro en Análisis de Políticas Internacionales por la Universidad de Birkbeck, Inglaterra. Además de contar con una experiencia profesional como periodista y editora de los periódicos nacionales mexicanos: Reforma y El Financiero. Consultante para West Deutscher Randfunk Köln, televisión alemana, consultante para la II Asamblea Del Distrito Federal, México DF, Asistente de profesora en la UNAM. Ex-corresponsal extranjera para el periódico Milenio, en Francia. Investigadora para World One, Londres, y consultante e Investigadora Independiente para Europa Mediterránea y América Latina, Inglaterra.



**PARTICIPAR SIN PERTENECER.  
LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA DE LOS  
CIUDADANOS NO NACIONALES EN DOS  
ÁREAS URBANAS: ALICANTE Y FLORENCIA  
TAKE PART WITHOUT BELONGING. THE POLITICAL  
PARTICIPATION OF NON-NATIONAL CITIZENS IN TWO  
URBAN AREAS: ALICANTE AND FLORENCE**

**Irene Santoni**

Doctora en Sociología  
Università degli Studi di Firenze, Italia  
irenesantoni@msn.com

Recibido: 13/04/2013

Aceptado: 31/05/2013

**Resumen**

El estudio sobre el activismo político y la participación de los ciudadanos no nacionales se considera un tema estratégico para muchas investigaciones a nivel local e internacional. Recientemente, aparece una nueva perspectiva de estudio en diferentes autores que pone el enfoque en la participación en un nivel más amplio que el de la Unión Europea. Hay numerosos estudios que tratan el tema de la participación política de los ciudadanos no comunitarios y también de los residentes comunitarios. Sin embargo, faltan estudios que pongan sistemáticamente en comparación los tres diferentes estatus de ciudadanía que se manifiestan en el contexto de la Unión Europea. Este artículo se centra en tres categorías de individuos, que se diferencian en base a la dimensión formal y sustancial de la ciudadanía: ciudadanos comunitarios, neo-comunitarios y no comunitarios. Este trabajo se centra en dos contextos urbanos de la eurozona mediterránea, Alicante (España) y Florencia (Italia) que se pueden considerar *most similar systems* por la historia migratoria.

**Palabras clave:** participación; ciudadanía; inmigración.

### Abstract

The study of political activism and participation of non-national citizens has been treated as a crucial theme in many studies concerning the local and national level; recently, however, a new perspective has been considered by scholars, focusing on the participation of non-national people in the broader context of the European Union. There are several researches dealing with the political participation of non-communitarian citizens, as well as studies regarding the political participation of EU citizens. However, what seems necessary is a systematic analysis, comparing at one time the three different possible statuses a citizen could have in the context of the European Union. This article focuses on three categories of people, differing on the formal and substantial status of citizenship: communitarian, neo-communitarian and non-communitarian citizens. The analysis has been conducted in two urban contexts of the Mediterranean Eurozone, Alicante (Spain) and Florence (Italy), which could be considered "most similar cases" for their history of migration.

**Keywords:** Participation, citizenship, immigration.

### INTRODUCCIÓN<sup>1</sup>

En las últimas décadas, el fenómeno de las migraciones internacionales sufrió un aumento relevante y nuevas formas inéditas en las sociedades occidentales. Como consecuencia del aumento de las nuevas migraciones (Ambrosini, 2005), que se caracterizan por la aceleración del fenómeno de la migración, su globalización y la diferenciación de los tipos de inmigrantes<sup>2</sup>, las sociedades europeas tienen que discernir cómo incluir a estos individuos que viven y participan en la construcción de la vida cotidiana de los territorios. Se considera al inmigrante como el mensajero del cambio y del conflicto a la estabilidad de la sociedad (Tabboni, 1993). En particular, el inmigrante no se puede identificar exclusivamente en términos de trabajador, sino que aparecen nuevas modalidades de ser inmigrante. A nivel europeo, los datos estadísticos oficiales muestran que todos los países están interesados en cualquier forma del fenómeno de las migraciones, por eso se considera un tema de relevancia no solo a nivel nacional y de las instituciones europeas. Desde los años ochenta, Italia y España se han convertido en territorios atractivos para los flujos migratorios comunitarios, internacionales y también interiores (es el caso de nacionales que viven en una región diferente a la de origen). Los elementos que han favorecido la movilidad desde lugares de partida hacia las sociedades

<sup>1</sup> Este artículo trata algunos resultados de mi tesis doctoral sobre las formas de participación cívica y política de los residentes no nacionales que viven en Alicante y en Florencia.

<sup>2</sup> Si en pasado el migrante se identificaba como el trabajador provisorio, porque estaba en el territorio nacional solo por un periodo de tiempo determinado, ahora hay diferentes tipos de inmigrante (*ibidem*).

de destino se concretan en algunos procesos particulares como el de las exigencias del mercado laboral, en términos de trabajadores sin cualificación, el desarrollo de las economías informales, la falta de preparación legislativa sobre la inmigración o el envejecimiento de la población española e italiana (Triandafyllidou y Gropas, 2007). En particular, los factores económicos han jugado un papel importante para fomentar las migraciones desde los nuevos países europeos y desde otros países de fuera de la Unión Europea. De forma diferente al resto de países europeos, los primeros flujos migratorios en Italia empezaron en un momento de recesión económica y aumento de desempleo, mientras que en España se produjeron en un momento que se podría denominar de reconstrucción, (Kosic y Triandafyllidou, 2005). Estos flujos se caracterizan por la irregularidad y las asimetrías de género, con particular referencia a algunas nacionalidades. La conexión entre estos elementos y la falta de preparación legislativa han creado fenómenos de marginalidad y exclusión socio-económica. Desde los años noventa se asiste al aumento de la presencia extranjera en el territorio europeo en los países de vieja inmigración como Inglaterra, Alemania, y en países de nueva inmigración como Italia y España. La inmigración en los países mediterráneos, como en otros, es un fenómeno estructural, que se desarrolla de manera diferente en las áreas territoriales (Besozzi, 2008)<sup>3</sup>.

El crecimiento de los flujos migratorios fomentó el nacimiento de muchas investigaciones en diferentes disciplinas (por ejemplo en economía, sociología, antropología) sobre los factores que impulsan estos procesos de movilidad. En los estudios migratorios se clasifican los elementos en tres corrientes teóricas. Los estudios macro sociológicos se orientan hacia el análisis de los procesos de cambio a nivel mundial. En particular, estas investigaciones tratan el fenómeno a través explicaciones inherentes a los factores de impulso a la migración presente en los países de origen de los flujos (se refiere a factores como la pobreza, la falta de trabajo, las guerrillas) que fomentan la movilidad (Livi Bacci y Martuzzi Veronese, 1990; Bonifazi, 1998)<sup>4</sup>. Por otro lado, los análisis de tipo microsociológico, que ponen el enfoque sobre los factores individuales. Finalmente, en los últimos años se desarrollan los estudios de redes sociales, que permiten conectar los diferentes análisis y descubrir una nueva perspectiva

<sup>3</sup> El Eurostat (2011) señala que las dos naciones han recibido la mayoría de los inmigrantes en el año 2005, probablemente debido a los procesos reguladores (Algado Ferrer, 2006).

<sup>4</sup> Los estudios que ponen su enfoque sobre los factores de atracción y los obstáculos de los flujos migratorios son sobre todo demográficos. Existen otros estudios macro a las migraciones. Más información en Ambrosini M. (2011), *Sociologia delle migrazioni. Seconda edizione*, Il Mulino, Bologna.

de análisis: las migraciones internacionales son procesos sociales que se caracterizan por dinámicas específicas (Castles, 2004).

La construcción de modelos teóricos sobre las migraciones es fundamental para el estudio de este fenómeno complejo, donde las diferentes dimensiones micro, macro y meso están interconectadas (Ambrosini, 2005).

## EL EXTRANJERO: EL NACIMIENTO DE INTERÉS EN LA LITERATURA SOCIOLÓGICA Y EL *IDENTIKIT* DE LOS CIUDADANOS NO NACIONALES

El espacio europeo es sinónimo de encuentro de diferentes culturas, costumbres y estilos de vida. Los procesos de migración y emigración de los individuos son parte de la historia humana, pero el interés por el extranjero en la sociología aparece en los primeros años del siglo XX. La figura social del extranjero, sus características, la estructura relacional que se construye entre el nuevo individuo y la sociedad de destino son objeto de atención de autores como Simmel, Sombart, Michels, Schutz, Elias, Beck, Wood<sup>5</sup>. A pesar de las diferencias intrínsecas que se encuentran en las diferentes concepciones, se identifican rasgos comunes. El extranjero se considera en términos de forma social, caracterizado por la diversidad. Esta diversidad se define de forma independiente pero se puede analizar solamente en relación con los grupos integrados en la sociedad de destino. Por eso, los autores analizan, en particular, la configuración del sistema de relaciones entre el individuo extranjero y los locales (Cipollini, 2002).

Simmel (1908) y Sombart (1916) son los primeros autores que tratan esta figura que se identifica con el comerciante y el empresario: el extranjero se caracteriza por su espíritu de iniciativa y movilidad espacial, por su capacidad de provocar cambio social. En su famoso *Excursus sur l'étranger*, Simmel describe el rasgo distintivo del extranjero, su ambivalencia, que se encuentra en su interacción con los miembros de los grupos integrados. En su concepción se encuentran sentimientos contradictorios, como exclusión e inclusión, semejanza y diferencia, integración y marginalidad. Por estas características y por la libertad respecto a las reglas y a los valores de los grupos integrados, su alteridad inevitablemente impulsa la innovación.

Al mismo tiempo, Sombart destaca esta característica de innovación, enfatizando el elemento de extrañeza respecto a los vínculos de los grupos integrados de la sociedad de origen y también de destino. El extranjero de Sombart

---

<sup>5</sup> Para ampliar información sobre el tema del extranjero se puede consultar Tabboni S. (1993), *Vicinanza e lontananza. Modelli e figure dello straniero come categoria sociologica*, Angeli, Milano.

se configura como un espíritu libre, provocador de cambio social. En las sociedades occidentales el extranjero, el inmigrante, se considera como un problema, una etiqueta, y representa uno de los protagonistas de las políticas públicas. El extranjero ha abandonado la condición de invisibilidad del pasado, cuando era considerado solamente como una presencia temporal. La inmigración permite identificar aspectos inéditos de las sociedades de acogida, porque cuando se trata este fenómeno, se trata de estudiar al mismo tiempo a los nativos en relación a los inmigrantes (Dal Lago, 2005). De hecho, la inmigración se configura como un proceso que requiere a todos los actores, conjuntamente, en los territorios involucrados, modificaciones y adaptaciones. Michels (1925) argumenta la imposibilidad de una inmediata introducción del extranjero en el sistema de relación de la sociedad de destino por su característica de diversidad: esta dificultad genera conflictos y tensiones que se traducen en éxitos distintos<sup>6</sup>. El sistema de interacciones entre los grupos integrados y el extranjero está influenciado por algunos condicionamientos, como el tipo de integración social y los códigos relacionales de la sociedad de destino. También por la manifestación de estos condicionamientos entre los grupos, las circunstancias específicas de la interacción y las características de los actores involucrados (Wood, 1934).

La imagen del extranjero como marginal es una construcción social, que se levanta en el interior de un contexto local específico porque en este lugar existen códigos, normas que lo ponen en el margen de la sociedad (Elias y Scotson, 1994). La inmigración desorienta porque altera las reglas sociales tradicionales, y por este motivo la inmigración se manifiesta en términos de crisis, entendiendo la crisis como transformación de una sociedad (Bobbio, 1984).

A partir de estas razones se entiende el interés sociológico por esta figura y por los procesos que desencadena. Los procesos migratorios son parte de la Unión Europea y representan su característica estructural. Se considera poco factible la posibilidad que la movilidad humana se puede parar, por consiguiente parece esencial la investigación de instrumentos y políticas que pueden favorecer la inclusión social y política de los diferentes individuos que participan en la construcción de nuestras sociedades europeas.

Cuando se trata el fenómeno de la inmigración, se encuentra un problema evidente de fondo: la dificultad de una definición compartida a nivel internacional del extranjero o migrante. En 1990, la ONU aprobó la «Convención Internacional Sobre la Protección de los derechos de todos los trabajadores

---

<sup>6</sup> La Escuela de Chicago estudió la pluralidad de relaciones entre el extranjero y los grupos integrados como consecuencia del contexto. Después, las investigaciones fueron ampliados desde la autora Wood.

migrantes y de sus familiares»<sup>7</sup>. Ésta definición considera el inmigrante en calidad de trabajador, sin embargo es la primera definición compartida a nivel internacional que considera el trabajador como entidad social y miembro de familia. La Organización Internacional para las Migraciones (OIM) considera al inmigrante como una persona que ha tomado, de forma libre, la decisión de migrar, y que reside en un país diferente del de origen. Este término se aplica a «aquellas personas, y los miembros de su familia, que se desplazan a otro país u otra región con el fin de mejorar sus condiciones materiales y/o sociales»<sup>8</sup>.

Ésta definición es muy general y no se considera adecuada para explicar las diferentes formas de ser ciudadano no nacional, sobre todo como consecuencia de la construcción de la ciudadanía europea. Con la consolidación de la Unión Europea en términos de comunidad económica, social y política se asiste al surgimiento de una nueva forma de ciudadanía de tipo supranacional que se añade a la ciudadanía de tipo nacional. En los territorios que son parte de la Unión Europea se pueden especificar dos tipologías diferentes de ciudadano no nacional que se diferencian en términos de dimensión formal y substancial de ciudadanía: los ciudadanos *comunitarios* y *no comunitarios*. Sin embargo, en el interior de la categoría de comunitarios encontramos una diferencia substancial entre los ciudadanos que pertenecen a los viejos países miembros y los que pertenecen a los nuevos países de la Unión Europea que han adquirido ésta como consecuencia de la ampliación hacia el Este de la Unión Europea. Se trata de los ciudadanos originarios de los nuevos países que son parte de la Unión desde 2004 y 2007 y que se diferencian por la evidente desproporción entre los derechos que tienen a nivel formal y los derechos disfrutados realmente: los ciudadanos *neo-comunitarios*. Se presume la temporalidad de esta categoría que en los primeros años en la Unión Europea presentaba limitaciones en términos de inserción en el mercado laboral y derechos de libertad circulatoria (Recchi y Favell, 2009). Las tres diferentes modalidades de ser no nacionales tienen consecuencias en los procesos de inclusión social y política en las sociedades de destino y también en las formas de participación cívica y política.

## LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA DE LOS NO NACIONALES. UNA CUESTIÓN EUROPEA

En los últimos años, se asiste al surgimiento de muchas investigaciones sobre esta temática, no solamente sobre los factores de atracción y de expulsión;

---

<sup>7</sup> La Convención fue adoptada por la Asamblea General en su resolución 45/158, de 18 de diciembre de 1990.

<sup>8</sup> Organización Internacional para las Migraciones; *Internacional Migration Law, Glossary on Migration*; OIM, Ginebra, p. 40.



también tratan el tema de la integración social en la sociedad de destino y de inclusión a nivel político.

El aspecto más político de la inmigración es considerado atractivo para muchos investigadores a nivel europeo. Se pueden mencionar diferentes estudios que tratan la participación cívica y también política de los inmigrantes. Por ejemplo, investigaciones que ponen el enfoque sobre las asociaciones (Caponio, 2005; Gómez Gill, 2006), sobre el voto (Andersen, 1990; De Lucas Martín *et al.* 2008), sobre los movimientos sociales (Ireland, 1994; Giugni y Passy, 2004; Hooghe, 2005) a través de lecturas que consideran muy influyentes los elementos macro-sociológicos, como la estructura de las oportunidades políticas (Martiniello, 1992; Wayald, 1993; Statham, 1999; Koopmans, 2004), los factores meso, como el capital social y las redes sociales (Portes, 1998) o las características individuales. El interés por la dimensión más política del fenómeno migratorio se justifica a través de algunos elementos. En primer lugar, la mayoría de los proyectos migratorios se transforman de temporales a estables. El extranjero hoy viene y mañana se marcha (Simmel, 1993) imponiendo a los países la búsqueda de modalidades de inclusión de los nuevos ciudadanos. También las instituciones europeas muestran mucho interés por este tema, en particular, por garantizar los derechos políticos a los ciudadanos de terceros países que residen en el espacio europeo (Convención de Estrasburgo, 1992)<sup>9</sup> y también a los comunitarios que viven en un país diferente (Tratado de Maastricht, 1992). Las sociedades europeas se caracterizan por la presencia en sus territorios de ciudadanos extranjeros: presencia que a diferencia de los años pasados no es temporal, sino que se traduce en su mayoría en una presencia permanente.

En este sentido, el tema de la participación política representa, en cualquier caso, la plena integración del individuo en la sociedad de destino. Parece fundamental el estudio de la dimensión de la ciudadanía. En consecuencia de la construcción y crecimiento de la Unión Europea, las instituciones supranacionales han cuestionado el tema de la inclusión política de los ciudadanos comunitarios y no comunitarios que viven en un país diferente de aquel de origen. Participar en la dimensión política de una sociedad supone la interacción

---

<sup>9</sup> La Convención, entrada en vigor en el 1997, se compone de 3 capítulos, de manera que los Estados pudieron decidir si ratificar una, dos o tres partes del documento. En síntesis, el capítulo A reconoce las libertades de expresión, reunión, asociación de los ciudadanos extranjeros. El segundo, el B, exhorta la creación de organismos consultivos y la adopción de mecanismos que permitan a los extranjeros residentes de formular y expresar opiniones sobre los temas de la vida política que los atañe directamente. En el final, el C reconoce el derecho de voto activo y pasivo a nivel local a todos los extranjeros legalmente residentes desde por lo menos 5 años.

entre el sistema político y los individuos que viven en la sociedad. Existen diferentes definiciones de participación política, pero en este trabajo nos referimos a la definición de Pellizzoni (2005), que considera dos aspectos: pertenencia y activación. Parece evidente la dificultad de relevación empírica sobre todo al considerar a los ciudadanos no nacionales. Se trata, en particular, el tema de la activación política porque se consideran solamente las formas manifiestas de participación.

En los últimos diez años están surgiendo investigaciones sobre esta temática, también a nivel comparado, en particular sobre los colectivos no comunitarios. En este trabajo, el objetivo es el análisis de algunas formas de activación política, más o menos cerca de los canales institucionales, a través del estudio de elementos que se consideran influyentes para fomentar la participación. En particular, las características socio-demográficas de los individuos (micro), el capital social (meso) y la estructura de las oportunidades políticas (macro). En el análisis cualitativo los tres elementos se consideran en conexión con las formas que se manifiestan en la sociedad de origen y en la sociedad de destino. El carácter original de este estudio es su punto de partida: la distinción de los diferentes colectivos de no nacionales fundada sobre la ciudadanía. El trabajo de investigación se enfoca en dos ciudades que pertenecen a dos regiones locales diferentes: Florencia (Región Toscana) y Alicante (Comunidad Valenciana).

#### LA PRIMERA FASE DEL ESTUDIO: MARCO Y DATOS CUANTITATIVOS

La metodología utilizada para el estudio de algunas formas de activación política de los ciudadanos comunitarios, neo-comunitarios y no comunitarios en dos contextos urbanos de España e Italia, se compone de dos partes diferentes. En la primera, se analizaron datos cuantitativos sobre los orígenes de los ciudadanos que se establecen en las comunidades de estudio. A través de estos datos surgen las características territoriales. En particular, la Comunidad Valenciana se caracteriza por una significativa presencia de una inmigración de tipo comunitario, sobre todo en la Provincia de Alicante (ver tabla 1).

La provincia de Alicante es la más interesante por el fenómeno del turismo residencial, sobre todo de Reino Unido y Alemania, en tanto que influye sobre el precio de los inmuebles y de los servicios públicos (Gómez Gill, 2006).

Si se observa la composición de los flujos, se puede constatar que los ciudadanos neo-comunitarios, sobre todo rumanos y búlgaros, y no comunitarios, en particular latinoamericanos y africanos, están involucrados en los sectores de producción de servicios y se caracterizan por ser jóvenes, en edad laboral, a diferencia de los ciudadanos comunitarios, la mayoría de los cuales viven en la Comunidad para disfrutar de su jubilación. La provincia de Alicante confirma la presencia de una inmigración estable y diferenciada. La inmigra-

**Tabla 1: residentes comunitarios y no comunitarios por provincia en Comunidad Valenciana**

Prov.	Total residentes	Total residentes extranjeros	Residentes extranjeros (val. %)	ciudadanos UE	ciudadanos UE (val %)	ciudadanos no comunitarios	ciudadanos no comunitarios (val. %)
Alicante	1.091.276	467.099	42,8	290.662	62,2	176.437	37,8
Castellón	386.800	111.402	28,8	70.216	62,5	42.049	37,4
Valencia	1.810.584	314.395	17,4	134.224	42,7	180.171	57,3
Tot. C.V.	3.288.660	880.782	26,8	495.102	55,4	398.657	44,6
Total España	41.439.006	5.751.487	13,9	2.531.551	44,0	3.219.936	56,0

Fuente: elaboración propia sobre datos INE 01/01/2011

ción pionera desde los países europeos elige la Comunidad Valenciana por el buen clima, la calidad de vida, el *loisir*, pero también por el trabajo y motivaciones de carácter familiar.

En la Región Toscana, se observa lo mismo en la presencia de los flujos comunitarios, en particular desde los nuevos países de la Unión Europea, como Rumanía.

**Tabla 2: residentes comunitarios y no comunitarios por provincia en Región Toscana**

Prov.	Total residentes	Total residentes extranjeros	Residentes extranjeros (val. %)	ciudadanos UE	ciudadanos UE (val %)	ciudadanos no comunitarios	ciudadanos no comunitarios (val. %)
Arezzo	349.651	37.691	10,8	16.816	44,6	20.875	55,4
Firenze	998.098	111.793	11,2	27.563	24,6	84.230	75,4
Grosseto	228.157	20.894	9,1	8.687	41,6	12.207	58,4
Livorno	342.955	24.112	7,0	7.460	30,9	16.652	69,1
Lucca	393.795	28.405	7,2	11.600	40,8	16.805	59,2
Massa	203.901	13.665	6,7	6.052	44,3	7.613	55,7
Pisa	417.782	36.982	8,9	9.313	25,2	27.669	74,8
Pistoia	293.061	27.088	9,2	8.843	32,6	18.245	67,4
Prato	249.775	33.874	13,6	4.573	13,5	29.301	86,5
Siena	272.638	29.648	10,9	9.834	33,2	19.814	66,8
Tot. R. T.	3.749.813	364.152	9,7	110.741	30,4	253.411	69,6
Tot. Italia	60.626.442	4.570.317	7,5	1.334.820	29,2	3.234.657	70,8

Fuente: elaboración propia sobre datos Istat del 1/01/2011

Las provincias de Florencia y Prato son las principales áreas en las que se instalan los ciudadanos no nacionales. La mayoría de los no comunitarios elige el municipio de Florencia (Colloca, Milani y Pirni, 2012) por motivaciones inherentes a las posibilidades del mercado laboral y las buenas oportunidades de integración. A nivel de sociedad civil, el tejido asociativo de la ciudad está muy desarrollado, y también a nivel institucional fueron implementadas iniciativas locales para favorecer la inclusión social de los residentes no nacionales. La variedad de los flujos migratorios y la presencia de heterogeneidad económica en Toscana son factores que influyen en los procesos de inclusión social. A nivel nacional, la Toscana tiene el nivel más alto de inserción laboral de los no nacionales (Caritas-Migrantes 2012), en particular, en los espacios laborales no ocupados por los nativos.

La Región Toscana y la Comunidad Valenciana se consideran *most similar systems* (Przeworski y Teune, 1970), desde un punto de vista migratorio. En las últimas décadas los territorios se han convertido en territorios atractivos para los flujos de individuos diferentes junto a una falta de desarrollo legislativo en tema de inmigración. Ambos contextos tienen un número similar de residentes y se caracterizan por una heterogeneidad de presencias no nacionales.

#### EL ASOCIACIONISMO DE LOS CIUDADANOS NO-NACIONALES. LAS DIFERENCIAS REGIONALES Y ENTRE COLECTIVOS

Las investigaciones sobre las formas de participación política de los ciudadanos no nacionales evidencian la importancia del asociacionismo como instrumento de participación cívica y también política y de conexión entre instituciones locales y ciudadanos. En el territorio valenciano, el fenómeno del asociacionismo no nacional es muy reciente y se registra en los últimos diez años, a diferencia del contexto de Toscana que se caracteriza por un significativo tejido asociativo. En ambos territorios se puede distinguir entre diferentes modalidades de asociacionismo fundadas en los recursos, los objetivos y la composición de los miembros. Existe un asociacionismo de los residentes comunitarios, en particular en el territorio valenciano (Simó *et al.* 2006). Las asociaciones tienen una finalidad de tipo cultural, como en la Región Toscana, en particular en forma de institutos de idioma y para la promoción de la cultura de origen. En la provincia de Alicante la mayoría de estas asociaciones tiene también un objetivo de reivindicación o recreativo. A diferencia del asociacionismo no comunitario, las asociaciones de los residentes europeos tienen finalidades de tipo post-materialista (Inglehart, 1977) como la defensa del medioambiente y de los animales, la promoción del eco-turismo o la defensa de los derechos de los propietarios, pero también asociaciones de solidaridad y asistencia a los connacionales. Buena parte del asociacionismo comunitario tiene una fuerte

caracterización fundada sobre la misma pertenencia y tiene un nombre en la lengua de origen. Las asociaciones pueden ser utilizadas como espacio de promoción de la cultura de origen y de la posición socio-económica de los miembros. Algunos ejemplos son: *Rotary Club*, *Help International*, *Lions*, *Stiftung Tierhilfe Costa Blanca*, *Charity Shops*... En 2005 el *Registro de asociaciones de la Generalitat Valenciana* señalaba la presencia de 73 asociaciones de residentes comunitarios en la provincia de Alicante, 5 en Valencia y ninguna en Castellón.

Esta modalidad asociativa es muy similar en los contextos regionales considerados, pero en Toscana tiene una importancia y una presencia menor en comparación con la Comunidad Valenciana, donde el asociacionismo entre los residentes comunitarios está muy desarrollado. En el territorio valenciano se evidencia la atención de las instituciones locales en la promoción de la inclusión social de los residentes comunitarios, a través de algunas iniciativas como la construcción de la *Oficina de Información a Extranjeros Europeos* en 1996 que ahora se encuentra en forma de *Instituto de Propietarios Extranjeros* con recursos de la *Diputación Provincial de Alicante*. Esta iniciativa fue fuertemente criticada por los ciudadanos no comunitarios porque no existe una estructura similar para los residentes de terceros países que tienen derechos diferentes (De Lucas Martín *et al.* 2008).

El asociacionismo entre los colectivos no comunitarios se puede distinguir entre asociaciones de inmigrantes «organizaciones formadas principalmente por personas extranjeras que se trasladan a nuestra sociedad y se instalan en ella con una cierta voluntad de permanencia, al margen de las motivaciones de ese traslado» (Albert Rodrigo y Gadea Montesinos. 2009: 6) y las formadas por autóctonas en favor de los ciudadanos no comunitarios. En la Región Toscana este tipo de asociacionismo es muy importante para fomentar iniciativas de tipo social y político, y se centra en el área urbana de Florencia. Las raíces del asociacionismo en la Provincia de Florencia se apoya en la fuerte cultura de participación cívica entre los ciudadanos residentes (Antoni y Mele, 2009). Las instituciones locales demandan la mayoría de las cuestiones sobre la inmigración a las asociaciones. De diferente manera, el asociacionismo entre los valencianos a favor de los colectivos no nacionales tiene relevancia. Desde el principios de los años noventa, en conexión con el incremento de los flujos migratorios y la falta de preparación de las instituciones en el campo de la inmigración, en particular en temas de acogida, el nacimiento de asociaciones fue fundamental para taponar una situación de emergencia. La primera asociación para migrantes que nació en Alicante fue el *Secretariado Diocesano de Migración*. A nivel nacional, la *Conferencia Episcopal* fue fundamental para la estructuración del proyecto para fomentar la creación de organizaciones sobre el ámbito de la inmigración. *Alicante Acoge* nació en este periodo, siendo la organización de referencia de los comunitarios. Así, las instituciones locales

crearon las primeras iniciativas sobre el tema migratorio en los primeros años del 2000 (Gómez Gill, 2006).

El asociacionismo de los ciudadanos neo-comunitarios se inscribe en las características de las asociaciones no comunitarias porque tienen objetivos y recursos similares. Las principales finalidades de este tipo de organizaciones son de tipo caritativo, de reivindicación de los derechos de los miembros y de promoción de la cultura de origen, al igual que el asociacionismo de los colectivos de terceros países.

## EL VOTO DE LOS RESIDENTES NO NACIONALES

El análisis del tejido asociativo de la Comunidad Valenciana y de la Región Toscana permite visualizar las diferentes características de los colectivos no nacionales en los territorios considerados. El surgimiento y la consolidación de varias modalidades de asociacionismo ponen el enfoque sobre las diferentes exigencias y problemáticas de las nacionalidades, y en consecuencia también sobre las motivaciones de la migración. El asociacionismo valenciano, en particular alicantino, evidencia el retraso institucional en cuanto a la promoción de la inclusión social y política de los residentes de terceros países, y un mayor interés por la componente europea. Los procesos de estabilización de los ciudadanos no comunitarios en Alicante por mucho tiempo se destacaron desde las dinámicas de participación social, inclusión y presencia en las instituciones en conexión con dos factores: las condiciones de exclusión y la difusión de las economías informales que produjeron fenómenos de segregación, en particular, de la comunidad argelina. Sólo en los últimos años se asiste al surgimiento de interés por parte de las instituciones locales y de los partidos políticos en el tema de la inclusión social de los extranjeros, siendo el canal para fomentar el crecimiento de las asociaciones.

Las motivaciones que contribuyeron a la extensión del derecho de voto a los residentes no comunitarios son varias. En primer lugar, se consideró la contribución económica al desarrollo nacional y la influencia positiva que este tipo de reconocimiento podría tener en los procesos de integración social. No se puede negar que la participación en el proceso democrático fomenta la cohesión y el desarrollo de una sociedad (Ortega Roig, 2011).

A pesar del retraso en el interés y la implementación de iniciativas eficaces sobre la cuestión de inclusión social de los no comunitarios, España (a diferencia de Italia) ratificó toda la Convención de Estrasburgo, también el capítulo que trata de la participación política de los residentes de terceros países, pero poniendo limitaciones en términos de voto local. Tienen acceso al voto local los residentes durante al menos 5 años en el territorio español, originarios de países

con acuerdo de reciprocidad con España<sup>10</sup>. El 22 de mayo 2011 fue la primera vez que 9 nacionalidades no comunitarias pudieron votar en las elecciones autonómicas y municipales.

El voto se considera como el instrumento clásico de participación. Italia y España tienen la misma estructura de oportunidades políticas de los residentes comunitarios y neo-comunitarios según las disposiciones legales del Tratado de Maastricht (Directiva 94/80/CE) que vincula la posibilidad de voto a la inscripción en el municipio de residencia. Diferente es la estructura política italiana y española de los ciudadanos no comunitarios: si en Italia la única experiencia de voto se manifiesta en algunos organismos consultivos locales que se encuentran en algunas ciudades, en España los residentes no comunitarios pueden votar en las elecciones locales si tienen la residencia legal, si son originarios de países con acuerdo de reciprocidad y si están inscritos en el Censo Electoral. Los datos del INE sobre las comunicaciones enviadas en toda la Nación dan un total de 757.495<sup>11</sup>, los electores comunitarios en las elecciones anteriores fueron 363.881. El voto de los ciudadanos comunitarios, neo-comunitarios y también no comunitarios puede ser fundamental para los resultados electorales. En particular en el caso de los residentes europeos, existen 19 municipios valencianos donde los comunitarios superan del 50% del total de los residentes, en particular en la zona de la Marina Alta. A nivel nacional, la mayoría de los electores comunitarios se encuentran en las provincias de Alicante (67.139), Madrid (44.725) y Málaga (35.740). La mayoría de estos son originarios del Reino Unido (91.948), de Rumanía (81.496), de Italia (34.488) y Francia (29.498).

En la Comunidad Valenciana son 132.061 las comunicaciones enviadas a los residentes europeos, considerados un indicador de los potenciales electores comunitarios<sup>12</sup>. En el caso de los residentes no comunitarios con acuerdo de reciprocidad las comunicaciones enviadas a nivel nacional fueron 350.287, en particular, en la Comunidad Valenciana fueron 41.939 (Alicante, 20.104; Castellón, 2.755; Valencia, 19.080). Alicante es la provincia valenciana con la mayoría de electores no nacionales. A nivel nacional, después se encuentra Madrid (99.157), Barcelona (59.173) y Murcia (33.236)<sup>13</sup>. En la Comunidad

---

<sup>10</sup> Los países con acuerdo son: Ecuador, Perú, Bolivia, Colombia, Paraguay, Chile, Cabo Verde, Noruega, Nueva Zelanda.

<sup>11</sup> Los datos se encuentran en el sitio web del INE: [www.ine.es](http://www.ine.es)

<sup>12</sup> En la Provincia de Alicante las comunicaciones son 64.952, en Castellón 17.194 y en Valencia 49.915. Los datos del INE se refieren al 24 noviembre 2010.

<sup>13</sup> Los datos fueron consultados el 31/03/2011 y se encuentran en la página web: <<http://www.falternativas.org/estudios-de-progreso/documentos/documentos-de-trabajo/el-derecho-al-voto-de-los-ciudadanos-extracomunitarios-en-las-proximas-elecciones-municipales-espanolas-de-2011>>

Valenciana es limitado el número de ciudadanos no nacionales que han elegido el voto como instrumento de participación política, un número muy reducido en relación a los potenciales electores. En la Comunidad Valenciana los inscritos al *Censo Electoral* son un número bastante inferior respecto al número real de los inscritos en el Censo. En la provincia de Castellón los electores no nacionales son el 3,28% de toda España, en Valencia el 4,99%. En la provincia de Alicante son 77.827, que representa el 16,42% del total de los electores no nacionales de toda la Nación, y el 66,47% de la Comunidad Valenciana. En Italia faltan estudios sistemáticos sobre el voto de los electores comunitarios. El análisis de algunos datos inherentes a los inscritos en el Censo electoral, en los principales municipios de la Región Toscana, señala interesantes tendencias. Si se comparan los inscritos con el número de los residentes (datos diferenciados por nacionalidad) se manifiesta el diferente recurso al voto de los colectivos y también diferencias según el territorio de residencia. En particular, los ciudadanos comunitarios (originarios de Reino Unido, Alemania y Francia) utilizan el voto sobre todo en las áreas urbanas de Siena, Massa y Florencia. Los colectivos neo-comunitarios (originarios de Polonia y Rumanía) tienen un bajo porcentaje de inscripción al Censo Electoral en todos los municipios considerados, pero en la ciudad de Arezzo y Grosseto son más participativos que los comunitarios. Este resultado, en el caso de Arezzo se justifica como consecuencia de un denso tejido asociativo neo-comunitario y no comunitario que fomenta la participación, y en el territorio de Grosseto se explica con la fuerte presencia y la desarrollada organización de las comunidades rumanas y polacas.

Con respecto a los residentes no comunitarios, en Italia no está permitido el voto local a los extranjeros, pero pudieron experimentar el voto a través de la participación en la elección de los organismos consultivos en algunos territorios. La Región Toscana es un territorio muy interesante para las investigaciones en tema de migraciones y de participación política. Es un territorio local donde hay una atención institucional respecto al tema de la inmigración (Ley 29/2009) y participación en la vida pública de todos los sujetos que viven en el territorio (Ley 69/2007<sup>14</sup>), para fomentar la participación directa en la formulación de las normativas de carácter regional. En Toscana hay dos organismos consultivos a nivel provincial (en Florencia y en Pisa) y nueve a nivel municipal (Florencia, Pisa, Empoli, Poggibonsi, Tavernelle Val di Pesa, Pontedera, Calenzano, Certaldo, Fucecchio). La participación en las elecciones de los Consejos de los extranjeros fue muy baja en los territorios porque faltó información por parte de las instituciones locales y de las asociaciones que promovieron las campañas elec-

---

<sup>14</sup> Ley 69/2007 “*Norme sulla promozione della partecipazione alla elaborazione delle politiche regionali e locali*”. Cfr. [http://www.comune.pisa.it/pdf/partecipazione/LeggeRT69\\_2007.pdf](http://www.comune.pisa.it/pdf/partecipazione/LeggeRT69_2007.pdf)



torales: esto es un elemento particular, porque los Consejos de los extranjeros se consideran organismos de carácter institucional, pero en el momento de su formación no se encontró una atención institucional.

En el análisis sobre la eficacia de las actividades que promueven los Consejos de los extranjeros se puede ver cómo donde hay una fuerte presencia de asociaciones, en Florencia y en Pisa, los organismos de representación de los inmigrantes no hicieron un trabajo eficiente para promover la inclusión de los inmigrantes. Por otro lado, en los territorios donde hay poca presencia de asociaciones de inmigrantes los Consejos de los extranjeros ponen en marcha iniciativas que realmente pueden fomentar la integración en el territorio local: los organismos satisfacen la falta de las asociaciones, por ello las acciones que hacen se consideran eficientes. En todas las elecciones encontramos una participación muy baja, un poco más fuerte en los territorios como Fucecchio, Tavarnelle Val di Pesa, Calenzano y Certaldo<sup>15</sup>. Un ejemplo de esta tendencia es la participación de voto en las elecciones del Consejo de los extranjeros (2003) a nivel provincial de Florencia. Los datos confirman que los municipios donde hay el mayor número de individuos que deciden votar son los más pequeños: municipios donde hay una menor presencia de extranjeros y también de asociaciones de extranjeros. La misma situación se encuentra en las elecciones al Consejo de los extranjeros (2006) a nivel provincial de Pisa donde hay una mayor afluencia, en comparación con las elecciones del organismo consultivo provincial de Florencia<sup>16</sup>, sin embargo se produce la misma tendencia de voto. El análisis sobre la tasa de participación en las elecciones de los Consejos de los extranjeros y de las relaciones entre participación de voto y presencia de asociaciones muestran que donde hay asociaciones que hacen un trabajo fuerte a nivel local (en tema de inmigración) los organismos consultivos no se consideran como eficientes para la representación de los intereses. Los primeros resultados en tema de participación individual en Toscana muestran que no hay una correspondencia positiva entre la presencia de asociaciones y la participación en términos de voto, sin embargo en Florencia se recuerda la movilización de las asociaciones de inmigrantes en la promoción del voto de los extranjeros a las primeras elecciones. La participación en las elecciones de los Consejos de los extranjeros fue baja: los factores que justifican esta condición son que los extranjeros se ocupan sobre todo de los valores materialistas. También, se considera que la presencia de un tejido asociativo fuerte en temas de inmigración parece suficiente para la representación de los intereses de los extranjeros.

<sup>15</sup> Los territorios donde hay una tasa más fuerte de participación en la votación de los organismos consultivos son entidades locales muy pequeñas.

<sup>16</sup> La tasa de participación al Consejo provincial de los extranjeros de Florencia es el 15,4%. Por las elecciones del Consejo provincial de los extranjeros de Pisa la tasa es el 23,5%.

## EL ESTUDIO CUALITATIVO: EL ANÁLISIS DE ALGUNOS CASOS DE CIUDADANOS NO NACIONALES ACTIVOS EN FLORENCIA Y ALICANTE

Cuando se habla de extranjeros, inmigrantes, se suele crear un macro-contenedor donde insertar a todos los individuos que no son parte de la comunidad nacional, sin especificar las diferencias entre los grupos nacionales. Por este motivo en este artículo se diferencian los ciudadanos no nacionales en tres categorías fundadas sobre la dimensión substancial y formal de la ciudadanía. Los derechos de la ciudadanía pueden ofrecer diferentes vínculos y oportunidades de activación política respecto al cuadro normativo vigente en la sociedad de destino, en particular, en los países UE (Zanfrini 2007). La investigación empírica se enfoca en dos áreas urbanas de la Europa mediterránea, para especificar los factores micro y macro que pueden impulsar o vincular las modalidades de participación a la dimensión política en la sociedad de destino. El planteamiento de la investigación comparada fue efectuado a partir del análisis del material bibliográfico sobre el tema de la participación política, en particular en tema de inmigración (Layton-Henry, 1992; Ireland, 1994; Rex, 1996; Morales y Giugni, 2011), y de los datos estadísticos sobre estos territorios. Las informaciones fueron necesarias para la elección de la técnica de investigación idónea respecto a los objetivos propuestos. El punto de partida es la idea de que la ciudadanía y los recursos tangibles y no tangibles del individuo tienen influencia en su activación política. La hipótesis de fondo es que según el tipo de ciudadanía y la mayor o menor apertura de la estructura de las oportunidades políticas del contexto local, la activación política y los instrumentos cambian, oscilando entre diferentes formas de participación más o menos institucionales. En particular, en este trabajo se consideran dos estructuras diferentes de oportunidades políticas: los derechos de ciudadanía y las oportunidades específicas del contexto local (Gargiulo, 2008; Caponio e Borkert, 2010; Pilati, 2010). Se supone que en territorios donde existe la misma estructura de oportunidades políticas para los nacionales que tienen una ciudadanía donde se reconocen los derechos formales y substanciales, las formas de participación están más cerca de las modalidades que utilizan los autóctonos: participación mediante voto, en asociaciones culturales y deportivas, ONG, participación en huelgas, manifestaciones... Nos referimos a los comunitarios que residen en España e Italia. El primer elemento que explica este tipo de tendencia es que los ciudadanos comunitarios móviles, en general, se caracterizan por un alto nivel de instrucción respecto a los no nacionales (Braun y Arsene, 2009), y son originarios de países que tienen una cultura política democrática arraigada<sup>17</sup>. También, se caracte-

<sup>17</sup>El índice sobre la democracia (2011) se funda sobre 5 categorías: el proceso electoral y el pluralismo, las libertades civiles, el funcionamiento de gobierno, la participación política y

rizan respecto a los neo-comunitarios y no comunitarios en razón a las motivaciones a la movilidad (Santacreu, Baldoni y Albert, 2009). Los residentes neo-comunitarios tienen a nivel formal los mismos derechos formales de participación que los comunitarios; sin embargo, tienen tendencia a utilizar instrumentos de participación similares a los ciudadanos no comunitarios, como el asociacionismo étnico (mononacional o plurinacional) con objetivos de tipo «caritativo», «vengativo», «imprentivo» (Ambrosini, 2005) o «misionero» (Recchi, 2006). Según las hipótesis de este trabajo esta condición se verifica entre los no comunitarios también si la estructura de las oportunidades políticas es diferente. Las investigaciones sobre el asociacionismo extranjero ponen en evidencia que este instrumento de participación en la sociedad civil se considera el más incisivo (Giorgi, 2010; Pizzolati, 2007; Fennema y Tillie, 2004). Los factores que explican esta tendencia se clasifican, en primer lugar, en la cultura política de la sociedad de origen y de destino. También la desconfianza extendida que se encuentra en los países UE hacia las instituciones nacionales y supranacionales (Eurobarómetro, 2011)<sup>18</sup> impulsa el uso de instrumentos para acercarse a la sociedad civil, que se suman o remplazan a las tradicionales modalidades de participación como son el voto o la afiliación a los partidos políticos. A partir de esta información se plantea la investigación empírica a través de la selección de la metodología de la investigación, el campo y los casos.

## METODOLOGÍA: LA ENTREVISTA CUALITATIVA, EL CONTEXTO DE ANÁLISIS Y LA ELECCIÓN DE LOS CASOS DE ESTUDIOS

Considerado el tema de estudio, el problema de la investigación, se decidió utilizar una metodología cualitativa a través del uso de la entrevista cualitativa semi-estructurada (Bichi, 2007), porque se considera difícil el estudio del fenómeno de la participación política de los no nacionales a través del uso exclusivo de datos cuantitativos o de entrevistas cuantitativas. Buena parte de los no nacionales no pueden acceder a los instrumentos convencionales de participación, como el voto para los no comunitarios en Italia, escapando de este modo de las estadísticas oficiales. También en las encuestas cuantitativas se

---

la cultura política. Las propiedades se consideran indicadores para estimar los niveles de democracia en 165 países a nivel mundial. Los resultados de la investigación clasifican en la Unión Europea 13 países *full democracy*, Estados que tienen una plena y consolidada democracia. Se puede consultar a la dirección electrónica: <[http://www.sida.se/Global/About%20Sida/S%C3%A4rskilda%20arbetsomr%C3%A5den/EIU\\_Democracy\\_Index\\_Dec2011.pdf](http://www.sida.se/Global/About%20Sida/S%C3%A4rskilda%20arbetsomr%C3%A5den/EIU_Democracy_Index_Dec2011.pdf)>

<sup>18</sup> Los datos Eurobarómetro 2011 sobre el trend de confianza en las instituciones evidencia el decremento de confianza de los ciudadanos cambiando desde el 50% en el 2004 hacia el 34% en el 2011. El report se encuentra al web: <[http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb76/eb76\\_first\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb76/eb76_first_en.pdf)>

pueden encontrar dificultades debido a incomprensión del idioma. Las entrevistas permiten concretar algunos elementos biográficos individuales en relación al fenómeno de estudio<sup>19</sup> sobre temas específicos y que sirven para sistematizar la comparación. El método comparado cualitativo de esta investigación es *case-oriented* (Ragin, 1987) donde los casos son analizados en relación a una combinación de características. Para obviar la posibilidad particularista de este tipo de técnica, los datos cualitativos se conectan con los datos estadísticos. El tema de investigación no puede llevar a una teoría general, ya que se considera una investigación exploratoria del fenómeno, y porque los elementos considerados (como el tipo de cultura política de origen, las modalidades de participación en la sociedad de origen y de destino, el capital social individual antes y después la migración, las características socio-demográficas y los diferentes factores que impulsan la formación de un determinado curso de inclusión social) son peculiares y pueden ser aplicados en un contexto pero no en otro y diferenciarse a nivel local y nacional. La entrevista<sup>20</sup> se divide en tres fases: la primera considera la experiencia política individual en el país de origen y las características individuales, como el proceso de socialización política, el interés político de los padres, las motivaciones a la movilidad (sea de tipo económico, familiar, social, cultural). Estos elementos son fundamentales para especificar la posición social del individuo, el tipo de capital social y cómo la experiencia de movilidad ha influido sobre el proceso de inclusión política y social en el territorio de destino. Los instrumentos de participación política considerados son la afiliación en asociaciones, sindicatos, movimientos sociales, participación en huelgas, sentadas... El capital social fue estudiado considerando las relaciones individuales nacionales o internacionales, para comprender la tendencia a crear al menos un capital de tipo étnico (Ambrosini, 2001). Para las características individuales se consideró el género, el nivel de instrucción y el trabajo (en la sociedad de origen y de destino). La segunda fase de la entrevista se enfocó hacia los primeros momentos del proyecto migratorio, considerando los eventuales obstáculos en el establecimiento en la sociedad de destino, la familiarización con la nuevas instituciones y también con la nueva dimensión política. En este sentido, la

---

<sup>19</sup> En este sentido no se puede hablar de historias de vida, pero de *episodic interview* (Flick, 2002) porque se relevan solamente algunos elementos biográficos.

<sup>20</sup>El guión de la entrevista se desarrolla a partir de algunas preguntas utilizadas en el proyecto MOVEACT coordinada desde Ettore Recchi sobre las formas de participación de los ciudadanos comunitarios y neo-comunitarios en Italia, España, Grecia y Francia. Cfr. Recchi *et al.* (2012), "All citizens now": *intra-EU mobility and political participation of British, Germans, Poles and Romanians in Western and Southern Europe*, a la dirección web: <<http://www.moveact.eu/reports/MOVEACT-Scientific-report.pdf>>

comparación entre dos áreas urbanas con estructuras de oportunidades políticas diferentes para los ciudadanos no comunitarios es muy interesante. En la tercera parte, la entrevista se enfocó sobre las modalidades manifiestas de activación política en la sociedad de destino, como la participación en términos de voto local y europeo, la afiliación a asociaciones o partidos, y la experiencia como candidatos. Para los ciudadanos no comunitarios en la Región Toscana, que no pueden acceder al voto local, se considera como experiencia de voto la participación en organismos consultivos.

El contexto elegido para efectuar las entrevistas y la comparación es el del área urbana de Alicante y Florencia. La elección de ámbitos específicos es necesaria, porque a nivel regional el establecimiento en una ciudad o en otra influye en el proceso de integración social y también político (Cinalli, Giugni y Nai, 2010). Para efectuar la selección de las áreas urbanas se consideraron el número de residentes locales y no nacionales, y la proporción de comunitarios y no comunitarios, a fin de seleccionar dos ciudades con capacidad receptiva similar. Este análisis llevó a la selección de Florencia y Alicante.

**Tabla 3: residentes en los municipios de Florencia y Alicante**

Municipio	Total residentes	Total residentes extranjeros	Extranjeros (val. %)	Total residentes UE	Residentes UE (val %)	Total residentes no UE	Residentes no UE (val %)
Florencia	371.282	50.033	13,5	11.583	23,1	38.450	76,9
Alicante	334.329	49.303	14,7	15.993	32,4	33.310	67,6

Fuente: elaboración propia sobre datos Istat e Ine al 31/01/2011

Estos territorios tienen una inmigración similar, son las principales ciudades de provincia, tienen un turismo desarrollado, con un tejido socio-económico capaz de atracción de diferentes flujos migratorios. Los comunitarios eligen las ciudades por la calidad de la vida, la familia, el trabajo (Santacreu, Baldoni y Albert, 2009). Los neo-comunitarios y los no comunitarios tienen razones similares, conectadas con exigencias económicas, esperanzas de mejorar la condición de vida (Perrotta, 2011). Las ciudades tienen un entorno urbano de medianas empresas capaz de incluir a nivel económico a los individuos. Desde un punto de vista socio-político las ciudades son sensibles al tema de la inmigración. Florencia, a diferencia de la mayoría de las ciudades italianas, experimentó el Consejo de los extranjeros para fomentar la inclusión política de los residentes no comunitarios. También Alicante, a nivel institucional y asociativo, muestra atención respecto a los colectivos no comunitarios a nivel social y político. Antes de las elecciones del 22 de mayo, se organizaron encuen-

tros informativos para impulsar la participación al voto de los nuevos electores. El municipio alicantino apoyó la formación del Pdex, el partido de los residentes extranjeros que nació en Alicante en septiembre de 2010.

Así pues, estamos ante dos municipios diferenciados pero *most similar cases* desde un punto de vista de la historia migratoria, el territorio ideal donde desarrollar la comparación. Los protagonistas del estudio son los ciudadanos no nacionales, de larga residencia, que han efectuado la migración en edad avanzada. Se eligió un colectivo representativo de cada comunidad no nacional cuya presencia se considera significativa en las dos áreas urbanas. La elección de una sola comunidad por categoría fue necesaria a efectos de comparación, porque se considera imprescindible para el análisis de los datos de las entrevistas la referencia a la cultura de origen (Sayad, 2002). Para los comunitarios se analiza la comunidad de alemanes: ciertamente hay una mayor presencia en Alicante que en Florencia, pero es interesante el análisis de este colectivo ya que pertenece a una nación que en este momento de crisis económica es uno de los países más fuerte a nivel de la Unión Europea a diferencia de Italia e España que son parte de los países en crisis.

De los ciudadanos neo-comunitarios se eligió la comunidad rumana, el colectivo no nacional con mayor presencia en los territorios, y que representa una fuerte diferencia entre los derechos que tienen a nivel formal y los que disfrutan a nivel substancial. Los rumanos parecen estar más cerca de la figura del ciudadano migrante que del “ciudadano móvil” y todavía son percibidos igual que los no comunitarios. Italia y España son los países europeos principalmente atractivos para los rumanos (Recchi, 2012). No obstante los flujos rumanos hacia España son recientes, ahora representan el cuatro grupo a nivel nacional, el 7% de los extranjeros residentes en España<sup>21</sup>. Con respecto a los no comunitarios, se observa que en los últimos diez años aumentó la migración desde los países Latinos (Lafleur, 2011; Lopez de Lera y Oso Casas, 2007; Padilla y Peixoto, 2007). El colectivo peruano, presente en las dos ciudades, parecía interesante en cuanto a las diferentes oportunidades políticas locales. De hecho, los peruanos en Alicante pudieron acceder al voto en las elecciones del 22 de mayo 2011, a diferencia de los connacionales residentes en Florencia, que participaron en el voto para la formación del *Consejo de los Extranjeros*.

Las entrevistas han considerado cinco ciudadanos alemanes residentes en Alicante y cinco en Florencia, lo mismo para los rumanos y los peruanos. Se seleccionaron ciudadanos establecidos en Alicante y Florencia hacia mucho tiempo, y que llegaron a estas ciudades en edad madura. El género fue de difícil

---

<sup>21</sup> Más informaciones: <<http://www.integrallocal.es/upload/File/Informe%20Visual%202011.pdf>>

control para la selección de los casos, pero en la encuesta del proyecto Moveact (2012), se indica que el género no tiene una correlación efectiva con el interés político, a diferencia de la edad (Recchi y Raffini, 2012). Se entrevistó a ciudadanos activos a nivel político, como representantes de asociaciones, activistas, sindicalistas o candidatos políticos. El objetivo es el de clasificar diferentes caminos de inclusión política en el país de destino, el país elegido por los individuos para la construcción de sus biografías.

### ALGUNOS RESULTADOS DEL ANÁLISIS CUALITATIVO

En la fase de análisis de las entrevistas todos los elementos considerados influyentes, como la cultura política del país de origen, los derechos de ciudadanía, la estructura de las oportunidades políticas locales, las características socio-demográficas (antes y después la migración) fueron relacionados al fin de distinguir las formas de participación política de los no nacionales. El punto de partida del análisis es la cultura política del país de origen y de destino, porque los protagonistas del análisis empírico han efectuado el primer proceso de socialización política antes de la migración, elemento que parece más incisivo respecto a la segunda socialización en el país de destino (Recchi e Raffini, 2012).

El análisis de las entrevistas evidencia una buena correspondencia entre el nivel educativo y la posición en el mercado laboral en la sociedad de destino de los ciudadanos alemanes, a diferencia de los otros grupos analizados. De hecho, la mayoría de rumanos y peruanos llegados a Alicante y Florencia con la expectativa de mejorar sus condiciones iniciales se encontraron en las primeras fases de sus proyectos migratorios con muchas dificultades, sobre todo desde un punto de vista laboral. Solamente en un periodo más tardío fueron capaces de obtener un trabajo más cercano a sus titulaciones. El capital social de los ciudadanos alemanes se caracteriza por ser de naturaleza internacional, en particular destaca la relación con los locales, aspecto importante que representa un indicador fundamental del alto nivel de integración en las sociedades de destino. Parece fundamental evidenciar que los entrevistados son activos en el mercado laboral y a nivel de la sociedad civil y política, diferenciándose de la típica inmigración alemana que caracteriza la Comunidad Valenciana, compuesta por jubilados que no se integran en el territorio y que tienen relaciones, principalmente, con otros connacionales. Los peruanos y los rumanos tienen un capital social sobre todo de tipo étnico y también relaciones con los autóctonos. En particular, los peruanos tienen la tendencia a crear asociaciones más o menos formales con un papel de referencia para todos los connacionales que residen en el entorno local. Todos los colectivos analizados tienen una posición social diferente respecto a la de su país de origen. No obstante, aunque

los rumanos y los alemanes comparten la misma ciudadanía supranacional, los instrumentos políticos que utilizan son muy diferentes. El análisis empírico confirma en parte las hipótesis de partida: los alemanes residentes en Alicante y Florencia utilizan canales de participación más cercanos a los locales, como participación en ONG, asociaciones culturales, iniciativas de barrio como peticiones, y participación electoral. Sin embargo, orientan el voto europeo al país de origen. Los ciudadanos rumanos participan en modo similar a los no comunitarios, utilizando el asociacionismo de tipo mononacional o plurinacional para promover su cultura de origen entre los locales.

Por lo tanto, la diferencia existente entre los colectivos que son parte del UE15 y los nuevos ciudadanos europeos parece evidente desde un punto de vista político. En particular entre los colectivos analizados, resaltando el fuerte contraste entre la dimensión formal y substancial de la ciudadanía.

Los peruanos, a pesar de las dificultades en las primeras fases del proyecto migratorio, son un colectivo no nacional muy participativo, en particular a través actores como las asociaciones. La tendencia al asociacionismo se evidencia en Alicante y Florencia a pesar de la diferente estructura en cuanto a oportunidades políticas. Allí donde los peruanos encuentran la posibilidad de voto no abandonan los instrumentos participativos anteriores, sino que los extienden. Esta tendencia es síntoma de una cultura política que impulsa los ciudadanos a participar

## CONCLUSIONES

Las consideraciones evidenciadas en este artículo son el producto de una investigación que se orientó al análisis de la dimensión más política de la inmigración a través una perspectiva comparada de tipo contextual. El fenómeno del activismo político de los no nacionales se encuentra en un amplio cuadro de análisis inherente al cambio social, impulsado desde la aceleración de los procesos de globalización y de la consolidación de un nuevo sujeto político supranacional que interconecta los países europeos. La Unión Europea es una forma política nueva, que representa la posibilidad de desarrollo de nuevos tipos de democracia en una constelación postnacional (Habermas, 1999), sin anular la dimensión nacional. Ser ciudadanos europeos significa participar de manera activa en la construcción de un experimento político, social y cultural inédito: son los europeos móviles los que experimentan en la vida cotidiana los puntos de fuerza y debilidad. El surgimiento de una ciudadanía supranacional creó nuevas modalidades diferentes de ser migrante, llevando al surgimiento de nuevas formas de *insiders* y *outsiders*. Si bien los europeos móviles tienen una ciudadanía supranacional, derechos sociales, civiles y políticos, los ciudadanos de terceros países se distancian de manera evidente. La nueva configuración del



espacio europeo crea un resultado paradójico: si las fronteras se relajan desde un punto de vista económico y financiero, las fronteras sociales se ven aumentadas y redefinidas creando nuevas formas de exclusión social y política (Raffini, 2010). La participación política es un indicador de integración política y es fundamental a fin de analizar los amplios procesos de inclusión social y cultural (Cinalli, Gugni e Nai, 2010). No se considera probable la posibilidad de que los procesos de movilidad puedan disminuir, por lo que se considera inevitable la reflexión sobre la promoción de la participación política de los no nacionales de todas categorías que son excluidos de diferentes maneras desde algunas arenas participativas, en particular, a nivel nacional. La eficacia de las instituciones europeas parece depender de la ampliación de las bases donde se funda su legitimidad (Habermas, 2000). La participación es el instrumento de la democracia, el antídoto a la desconfianza que se encuentra en la Unión Europea: surge la imagen de una expresión de la democracia diferente, que no se funda sobre un etnos común, sino sobre el intento de investigar la unidad en la diferencia.

## BIBLIOGRAFÍA

- Albert Rodrigo, M. y Gadea Montesinos, M.E. (2009), *Reflexiones sobre las organizaciones de inmigrantes en la Comunidad Valenciana*, Revista Arxius, n 20, pp. 5-20.
- Algado Ferrer, T. (2006), *Cambios demográficos en España y la Comunidad Valenciana*, en Gómez Gill, P. (eds.), *Otras miradas sobre la inmigración*, Espagrafic San Juan, Alicante, pp. 45-76.
- Ambrosini, M. (2001), *La fatica di integrarsi. Immigrati e lavoro in Italia*, Il Mulino, Bologna.
- Ambrosini, M. (2005), *Sociologia delle migrazioni*, Il Mulino, Bologna.
- Anderson, E. (1990), *Streetwise: Race, Class and Change in an Urban Community*, University of Chicago Press, Chicago.
- Antoni M. y S. Mele (2009), *Le associazioni di volontariato in Toscana: caratteri strutturali e valenza occupazionale*, Regione Toscana-Rapporto Irpet, collana e-book.
- Besozzi, E. (2008), *L'immigrazione tra globale e locale*, in Besozzi E., (eds.), *Immigrazione e contesti locali. Annuario CIRMIB 2008*, Vita e Pensiero, Milano, pp. 7-23
- Bichi, R. (2007), *La conduzione delle interviste nella ricerca sociale*, Carrocci, Roma.
- Bobbio, N. (1984), *Il futuro della democrazia*, Einaudi editore, Torino.
- Bonifazi, C. (1998), *L'immigrazione straniera in Italia*, Il Mulino, Bologna.
- Braun, M., Arsene, C. (2009), *The Demographics of Movers and Stayers in the European Union*, in Recchi E., Favell A., (eds.), *Pioneers of European Integration. Citizenship and Mobility in the EU*, Edward Elgar, Cheltenham UK, pp. 26-51.
- Caponio, T. (2005), *Policy Networks and Immigrants Associations in Italy. The Cases of Milan, Bologna and Naples*, in «Journal of Ethnic and Migration Studies», vol 31, n 5, pp. 931-950.

- Caponio, T., Borkert, M., (2010), (eds.), *The Local Dimension of Migration Policymaking*, Amsterdam University Press, Amsterdam.
- Caritas-Migrantes (2012), *Non sono numeri*, Dossier Statistico Immigrazione, XXII Rapporto, Caritas, Roma.
- Castles, S. (2004), *The Factors that Make and Undmake Migration Policies*, in «International Migration Review», vol. 38, n 3, pp. 852-884.
- Cinalli, M., Giugni, M., y Nai, A. (2010), *La partecipazione politica e la protesta degli immigrati. Una comparazione del ruolo delle opportunità politiche in nove città europee*, in «Rivista Italiana di Scienza Politica», n 3, pp. 397-421.
- Cipollini, R. (2002), *Stranieri: percezione dello straniero e pregiudizio etnico*, Franco Angeli, Milano
- Colloca, C., Milani, S., Pirni, A. (2012), (eds.), *Città e migranti in Toscana*, I Quaderni Cesvot, n 59, <[http://www.cesvot.it/repository/cont\\_schedemm/8258\\_documento.pdf](http://www.cesvot.it/repository/cont_schedemm/8258_documento.pdf)>
- De Lucas Martín, et al. (2008), *Los derechos de participación como elemento de integración de los inmigrantes*, Informes, Economía y Sociedad, <[http://fbvva.es/TLFU/dat/informe\\_derechos\\_participacion.pdf](http://fbvva.es/TLFU/dat/informe_derechos_participacion.pdf)>.
- Dal Lago, A. (2005), *Non persone*, Feltrinelli, Milano.
- Elias, N., Scotson, J. L. (1994), *The Established and the Outsiders*, Sage, London; trad. it., (2004), *Strategie dell'esclusione*, Il Mulino, Bologna.
- Fennema, M., Tillie, J. (2004), *Do immigrant policies matter? Ethnic Civic Communities and Immigrant Policies in Amsterdam, Liège and Zurich*, in Penninx R., Kraal K., Martiniello M., Vertovec S., (eds.), *Citizenship in European Cities. Immigrants, Local Politics and Integration Policies*, Ashgate, Aldershot, pp. 85-106.
- Flick, U. (2002), *An Introduction to Qualitative Research*, Sage, Londra.
- Gargiulo, E. (2008), *L'inclusione esclusiva. Sociologia della cittadinanza sociale*, Franco Angeli, Milano.
- Giorgi A., (2010) *Migrants' Association and Religion. A Day Without Migrants*, <[http://www.psa.ac.uk/journals/pdf/5/2010/1362\\_1180.pdf](http://www.psa.ac.uk/journals/pdf/5/2010/1362_1180.pdf)>.
- Giugni, M., Passy, F. (2004), *Migrant Mobilization Between Political Institutions and Citizenship Regimes. A Comparison of France and Switzerland*, in «European Journal of political Research Migration Studies», vol 43, n 1, pp. 51-82.
- Gómez Gill, P. (2006), *Inmigración y asociacionismo: el caso de la ciudad de Alicante*, in Gómez Gill, P. (eds), *Otras miradas sobre la inmigración*, Espagráfica San Juan, Alicante, pp. 101-150.
- Habermas, J. (1999), *La costellazione postnazionale*, Feltrinelli, Milano.
- Habermas, J. (2000), *Ciudadanía e identidad nacional*, Madrid, Trotta.
- Hooghe, M. (2005), *Ethnic Organizations and Social Movement Theory: the Political Opportunity Structure for Ethnic Mobilization in Flanders*, en «Journal of Ethnic and Migration Studies», vol 31, n 5, pp. 975-990.
- Inglehart, R. (1977), *The Silent Revolution. Changing Values and Political Styles among Western Publics*, Princetown University Press, Princetown.

- Kosic, A., Triandafyllidou, A. (2005), *Active civic participation of immigrants in Italy*, Country report prepared for the European research project POLITIS, <[www.uni-oldenburg.de/politis-europe/download/Italy.pdf](http://www.uni-oldenburg.de/politis-europe/download/Italy.pdf)>.
- Koopmans, R. (2004), *Migrant Mobilization and Political Opportunities: Variation Among German Cities and a Comparison with the United-Kingdom and the Netherlands*, in «Journal of Ethnic and Migration Studies», vol. 31, n 3, pp. 449-470.
- Ireland, P. (1994), *The Policy Challenge of Ethnic Diversity. Immigrant Politics in France and Switzerland*, Harvard University Press, Cambridge.
- Lafleur, J.M. (2011), *The Transnational Political Participation of Latin American and Caribbean Migrants Residing in Europe*, in «International Migration», vol. 49 (3), pp. 1-9.
- Layton-Henry, Z. (1992), *The Politics of Immigration*, Oxford, Blackwell.
- Livi Bacci, M., Martuzzi Veronese, M. (1990), *Le risorse umane del Mediterraneo*, Il Mulino, Bologna.
- López de Lera, D., Osos Casas, L. (2007), *La inmigración latinoamericana en España. Tendencias y estado de la cuestión*, in Yépez del Castillo I., Herrera G., (eds.), *Nuevas migraciones latinoamericanas a Europa. Balances y desafíos*, FLACSO, Quito, pp. 31-68.
- Martiniello, M. (1992), *Leadership et pouvoir dans les communautés d'origine immigrée. L'exemple d'une communauté ethnique en Belgique*, L'Harmattan, Parigi.
- Michels, R. (1925), *Materialien zu einer Soziologie des Fremden*, en «Jahrbuch für Soziologie», Erster Band Karlsruhe pp. 296-319.
- Morales, L., Giugni, M., (2011), *Social Capital, Political Participation and Migration in Europe*, Palgrave Macmillan, Basingstoke.
- MOVEACT (2012), 'All citizens now': *Intra-EU Mobility and Political Participation of English, Germans, Poles and Romanians in Western and Southern Europe*, Policy Paper. <<http://www.moveact.eu>>.
- Ortega Roig, M. (2011), *La influencia del voto de los nuevos valencianos en las elecciones municipales de 22 de mayo de 2011*, V Simposio Internacional de Inmigración, Madrid, Fundación Ciudadanía y Valores, pp. 60-93. <[http://www.funciva.org/uploads/ficheros\\_documentos/1307606554\\_monica\\_ortega.pdf](http://www.funciva.org/uploads/ficheros_documentos/1307606554_monica_ortega.pdf)>.
- Padilla, B., Peixoto J. (2007), *Latin American Immigration to Southern Europe*, in «Migration Information Source», <<http://www.migrationinformation.org/Feature/display.cfm?id=609>>.
- Pellizzoni, L. (2005), *Cosa significa partecipare*, in «Rassegna Italiana di Sociologia», vol. 46, n 3, pp. 479-511.
- Perrotta, D. (2011), *Vite in cantiere. Migrazione e lavoro dei rumeni in Italia*, Il Mulino, Bologna.
- Pilati, K. (2010), *Disuguaglianze strutturali e partecipazione politica degli immigrati filippini, egiziani ed ecuadoriani a Milano*, in «Polis», n 2, pp. 257-285.
- Pizzolati, M. (2007), *Associarsi in terra straniera*, L'Harmattan Italia, Torino.

- Portes, A. (1998), *Social Capital. Its Origins and Applications in Modern Sociology*, «Annual Review of Sociology» n 24, pp. 1-24.
- Przeworski, A., Teune, H. (1970), *The Logic of Comparative Social Inquiry*, Wiley, New York.
- Raffini, L. (2010), *La democrazia in mutamento. Dallo Stato-Nazione all'Europa*, Firenze, University Press, Firenze.
- Ragin, C. (1987), *The Comparative Method. Moving Beyond Qualitative and Quantitative Strategies*, University of California Press, California.
- Recchi, E. (2006), (eds.), *Larcobaleno della partecipazione politica. Immigrati e associazionismo in Toscana*, I Quaderni Cesvot, n 31, <[http://www.cesvot.it/repository/cont\\_schedemm/1049\\_documento.pdf](http://www.cesvot.it/repository/cont_schedemm/1049_documento.pdf)>.
- Recchi, E. (2012), *Introduction: Free Movement and the Issue of Active Citizenship within the EU*, in MOVEACT, 'All citizens now': Intra-EU Mobility and Political Participation of English, Germans, Poles and Romanians in Western and Southern Europe, Scientific report, pp. 5-7.
- Recchi, E., Favell, A. (2009), (a cura di), *Pioneers of European Integration. Citizenship and Mobility in the EU*, Edward Elgar, Cheltenham UK.
- Recchi, E., Raffini, L. (2012), *Political Interest and its Roots*, in MOVEACT, 'All citizens now': Intra-EU Mobility and Political Participation of English, Germans, Poles and Romanians in Western and Southern Europe, Scientific report, pp. 16-25.
- Rex J., (1996), *Ethnic Minorities in the Modern Nation State*, Houndmill, Macmillan.
- Santacreu, O., Baldoni, E., Albert, M.C., (2009), *Deciding to Move: Migration Projects in an Integrating Europe*, in Recchi E., Favell A., (2009), (eds.), *Pioneers of European Integration. Citizenship and Mobility in the EU*, Edward Elgar, Cheltenham UK, pp. 52-71.
- Sayad A., (2002), *La doppia assenza. Dalle illusioni dell'emigrato alle sofferenze dell'immigrato*, Raffaello Cortina Editore, Milano.
- Sayad, A., (2008), *L'immigrazione o i paradossi dell'alterità. L'illusione del provvisorio*, Ombre corte, Verona.
- Simmel, G. (1993), *Lo straniero*, in Tabboni S., (eds.), *Vicinanza e lontananza. Modelli e figure dello straniero come categoria sociologica*, Angeli, Milano, pp. 147-185.
- Simmel, G. (1908), *Soziologie*, Duncker & Humblot, Berlin.
- Simó, C., Jabbaz, M., Torres, F., Giner, J., Herzog, B. (2006), *El asociacionismo en Comunidad Valenciana*: <<http://www.uv.es/CEFD/12/simo.pdf>>
- Sombart, W. (1916), *Der moderne Kapitalismus*, Dunker & Humblot, Berlin.
- Statham, P. (1999), *Political Mobilization by Minorities in Britain: a Negative Feedback of 'Race Relations'?* «Journal of Ethnic and Migration Studies», vol. 25, n 4, pp. 597-626.
- Tabboni, S. (1993), (Dir), *Vicinanza e lontananza. Modelli e figure dello straniero come categoria sociologica*, Angeli, Milano.
- Triandafyllidou, A., Gropas, R. (2007), (eds.), *European Immigration*, Ashgate, UK.
- Wayland, S. (1993), *Mobilising to Defend Nationality Law in France*, «New community», vol. 20, n 1, pp. 93-110.

Wood, M.M. (1934), *The Stranger. A Study in Social Relationship*, Columbia University Press, N.Y.

Zanfrini, L. (2007), *Cittadinanze. Appartenenza e diritti nella società dell'immigrazione*, Laterza, Roma-Bari.

**IRENE SANTONI** es Doctora en Sociología por la Universidad De Florencia (Italia). Ha colaborado con el CIUSPO (*Centro InterUniversitario di Sociologia Politica*) en una investigación sobre la *governance* de la inmigración en la Región Toscana. Sus líneas de investigación están relacionadas con la movilidad intraeuropea, la ciudadanía y la dimensión política de la inmigración. En particular, trata las formas de participación y los procesos de inclusión social de los extranjeros. Actualmente esta colaborando con el Cospe (*Cooperazione per lo Sviluppo dei Paesi Emergenti*) y la Región Toscana en un proyecto de nivel europeo sobre las formas de participación política de los ciudadanos comunitarios.



**CRÍTICA DE LIBROS**  
**BOOK REVIEWS**

---





**MARÍA MARTÍNEZ LIROLA (ED.)**

*DISCOURSES ON IMMIGRATION IN TIMES OF ECONOMIC CRISIS:  
A CRITICAL PERSPECTIVE*

NEWCASTLE UPON TYNE (UK):  
CAMBRIDGE SCHOLARS PUBLISHING, 2013  
ISBN (10): 1-4438-4053-X, ISBN (13): 978-1-4438-4053-8

**Eva Espinar Ruiz**

Departamento de Sociología II.  
Universidad de Alicante, España  
eva.espinar@ua.es

Recibido: 18/02/2013

Aceptado: 22/03/2013

En el marco del análisis de los procesos migratorios viene tomando un protagonismo creciente el estudio de la construcción social de identidades y alteridades (Santamaría, 2002: 61); y, con ello, el papel que los discursos públicos juegan en tal construcción. En consecuencia, los medios de comunicación, han venido atrayendo la atención de investigadores que, a través de metodologías cualitativas y/o cuantitativas, tienen como principal objetivo analizar la imagen mediática del fenómeno migratorio y de la población inmigrante, sus características y efectos en la audiencia.

En este ámbito de investigación podemos situar la obra editada por la profesora María Martínez Lirola, de la Universidad de Alicante. Así, a través de la colección de artículos recogidos, diferentes investigadores analizan la representación de la población inmigrante en el discurso público, especialmente en los medios de comunicación, considerando sus efectos y su papel en la reproducción de actitudes racistas. Como espacio geográfico la atención se centra en España, aunque se incluyen referencias y datos de otros contextos, especialmente Estados Unidos, Reino Unido y la República Checa.

De esta forma, la obra reseñada, supone, en primer lugar, una confirmación de resultados obtenidos en investigaciones previas que, tal y como expresa el profesor Teun Van Dijk en el prólogo, destacan el papel jugado por el discurso público y, en concreto, por los medios de comunicación, en la reproducción del racismo en la sociedad. Tal y como plantea Van Dijk en una obra anterior y respaldan los resultados recogidos en este volumen: en los medios de comunicación “la inmigración se tematiza como una amenaza y las relaciones étnicas se presentan en términos de problemas y desviación” (2005: 40).

Ahora bien, este libro no sólo confirma resultados previos, sino que supone una interesante aportación al campo de estudio, con la inclusión, a través de los distintos artículos que lo componen, de una diversidad de perspectivas (análisis del discurso, antropología, comunicación, sociología, etc.) y metodologías (cuantitativas y cualitativas; a partir de datos primarios y/o secundarios). Dentro de esta diversidad, tal y como se aclara en la presentación de la obra, el soporte teórico fundamental de la misma es el Análisis Crítico del Discurso, que facilita el estudio de cualquier texto desde una perspectiva crítica y, con ello, el descubrimiento de distintas formas de desigualdad social y dominación discursiva.

Igualmente, cabe destacar como aportación fundamental de la obra, la actualidad de los datos presentados, que permite, como principal objetivo, la contextualización del análisis de los discursos en el momento actual de crisis económica global. De esta forma, una de las principales intenciones de los autores es analizar los cambios en el tratamiento mediático de la inmigración en referencia al actual período de crisis económica, que parece estar potenciando la identificación del fenómeno migratorio como un problema y un obstáculo para las sociedades receptoras.

Los diferentes artículos se centran, en gran medida, en el análisis del discurso de la prensa escrita (en papel o en su versión digital), con el objetivo de observar hasta qué punto el tratamiento periodístico de la inmigración contribuye al racismo y la xenofobia en la sociedad en general. Sin embargo, se recoge también información sobre otros discursos públicos, como el elaborado directamente por la esfera política, ciudadana o educativa. Las investigaciones incluyen también la perspectiva de género y el análisis de la forma en que las mujeres inmigrantes son representadas en el discurso público. Con todo ello, el objetivo final no es otro que el de favorecer la capacidad crítica de los lectores a la hora de interpretar los contenidos mediáticos y deconstruir los componentes ideológicos y estereotipadores que encierran sus textos.

La obra está conformada por un total de 11 artículos de diferentes autores, prologados, como se ha indicado anteriormente, por el profesor Teun van Dijk. Así, el primer capítulo (*Immigrants Going Back Home: An Analysis of the*

*Discursive Representation of the Return Plan for Immigrants in Three Spanish Newspapers*"), escrito por la editora, María Martínez Lirola, analiza el tratamiento que hace la prensa del retorno de población inmigrante a sus países de origen, considerando las características lingüísticas y visuales de las noticias publicadas en tres periódicos: *El Mundo*, *Información* y *Latino*. La comparación realizada entre los tres medios permite hablar a la autora de claras diferencias entre los dos periódicos españoles (*El Mundo* e *Información*) y el periódico *Latino*. Así, por ejemplo, mientras que en los dos primeros las voces de los inmigrantes no aparecen, es común que en *Latino* se muestren testimonios de los propios inmigrantes.

El capítulo 2 ("*Immigrant Latina Images in Mainstream Media: Class, Race and Gender in Public Discourse of the United States and Spain*"), elaborado por Jessica Retis, forma parte de una investigación más amplia que analiza la representación mediática de mujeres inmigrantes latinas en Estados Unidos y en España. De esta forma, a través de la incorporación de las perspectivas de género y transnacional se aporta información relevante en torno al estatus social de las mujeres inmigrantes en estos dos países. El estudio pretende analizar cuáles son las principales temáticas representadas en los medios y en qué medida el tratamiento mediático puede estar influyendo en la opinión pública. La comparación entre Estados Unidos y España permite demostrar la existencia de similitudes en la representación de la otredad, concluyendo que la clase, la raza y el género se combinan para constituir una triple discriminación presente en el discurso público.

Isabel Alonso Belmonte, Daniel Chornet Roses y Anne McCabe, en el capítulo 3 ("*Ideological Stances in Internet Users' Discursive Construction of Immigration, Race, and Racism: An Online Newspaper Case Study*"), analizan los contenidos ideológicos presentes en los comentarios de los lectores a las noticias de la versión digital del periódico *El País*. Con este objetivo, los autores aplican técnicas del Análisis Crítico del Discurso a un total de 497 comentarios que los lectores realizan en referencia a noticias sobre incidentes racistas. Este análisis permite detectar diferentes tipos de discursos y destacar la presencia en ellos de contenidos racistas.

En el capítulo 4 ("*The Treatment of Immigrants in the Current Spanish and British Right-Wing Press: A Cross-Linguistic Study*"), tomando como paradigmas teóricos el Análisis Crítico del Discurso y la Teoría de la Metáfora Conceptual, Eliecer Crespo Fernández, analiza los elementos léxicos utilizados por los periodistas a la hora de caracterizar a la población inmigrante. Los discursos analizados provienen de dos periódicos conservadores, en su versión digital: el periódico español *El Mundo* y el británico *The Daily Telegraph*. De esta forma,

la selección de la muestra permite un análisis comparado dentro de un espacio ideológico conservador.

El capítulo 5 ("*Health, Immigration and the Welfare State in Times of Crisis: A Critical Discourse Analysis*"), elaborado por Antonio M. Bañón Hernández, Samantha Requena Romero y María Eugenia González Cortés, desarrolla un análisis de discursos mediáticos relativos al fenómeno migratorio y a la población inmigrante con la intención de observar si la crisis económica ha intensificado la representación de una imagen sesgada de este colectivo. En concreto el interés se centra, fundamentalmente, en el análisis de noticias publicadas en prensa escrita, radio y televisión, referentes a los ámbitos de la salud y la educación.

Por su parte, Javier García Castaños, Antonia Olmos Alcaraz y María Rubio Gómez, en el capítulo 6 ("*Between Enriching Diversity and Segregating Difference: Contradicting Discourses on the Presence of Foreign Students in the Educational System*"), centran su atención en la forma en que es representada la diversidad en relación a la presencia de estudiantes inmigrantes en las escuelas españolas. Para ello atienden a diferentes manifestaciones del discurso público: los medios de comunicación, el discurso político y el escolar. Los autores señalan que las diferentes representaciones en el discurso público del fenómeno migratorio en las escuelas colaboran a incrementar la diferenciación entre grupos sociales. Analizan tanto los discursos que tienden a problematizar la presencia de inmigrantes en las escuelas, como aquellos que alaban la diversidad cultural en las mismas. En ambos casos, destacan la tendencia a la identificación de los conceptos "cultura" y "nacionalidad", y las consecuencias reduccionistas y esencialistas que conlleva.

El objetivo del capítulo 7 ("*Immigration and Political Discourse in Spain: The Example of Party Platforms*"), elaborado por Francisco Checa Olmos, Juan Carlos Checa Olmos y Ángeles Arjona Garrido es analizar el papel jugado por los partidos políticos en la conformación del fenómeno migratorio y de los discursos con él relacionados. En concreto, los autores analizan los mensajes emitidos por los dos principales partidos políticos españoles (PSOE y PP) en las diferentes elecciones generales celebradas en España entre el 2000 y el 2011. De esta forma, los autores aplican técnicas cuantitativas (análisis factorial) para el estudio de las propuestas lanzadas por estos dos partidos, lo cual facilita el análisis del discurso político en torno al fenómeno migratorio.

En el capítulo 8 ("*How Come You're not a Criminal?: Immigrant Stereotyping and Ethnic Profiling in the Press*"), Jan Chovanec incluye el análisis de la prensa digital checa, y el tratamiento que estos medios realizan en torno a la población

inmigrante y las minorías étnicas. El análisis llevado a cabo permite concluir al autor que los medios de comunicación representan a los inmigrantes y a los *internal outsiders* (como es el caso de la población gitana) en clara oposición al grupo mayoritario. La contraposición entre ambos grupos (*in-group* y *out-group*) se basa en una polarización afectiva que supone una representación positiva del propio grupo y negativa del ajeno. Tal proceso es interpretable como rasgo típico de un discurso discriminatorio.

Nicolás Lorite, en el capítulo 9 ("*How the Media Affect Intercultural Relationships in Times of Change*"), centra su atención en buscar una respuesta adecuada para la pregunta: ¿Cómo los medios de comunicación inciden en la forma en que los inmigrantes se integran en el tejido social y cultural en el contexto de una crisis financiera? Para arrojar luz sobre esta cuestión, el autor adopta una perspectiva interdisciplinar, analizando críticamente diversos datos y ejemplos recogidos por el grupo de investigación MIGRACOM, del que forma parte. En definitiva, este artículo pretende, desde una perspectiva científica y objetiva, contribuir a la comprensión de cómo los medios de comunicación afectan a las relaciones interculturales.

Por su parte, en el capítulo 10 ("*Participation of the Media on Combating Racism and Xenophobia*"), Antolín Granados Martínez, F. Javier García Castaño, Nina Kressova, Lucía Chovancova y José Fernández Echeverría aportan datos e información relevante para el análisis de las acciones institucionales, judiciales o de cualquier otra naturaleza, orientadas a limitar la emergencia de ideologías y la implementación de políticas públicas que pueden configurar la base de diferentes formas de discriminación social y/o cultural, especialmente contra personas inmigrantes. En este sentido, cabe destacar que los datos de las encuestas aplicadas en España y en otros países europeos muestran que existe una clara relación entre lo que los ciudadanos piensan sobre la inmigración y la imagen que de este fenómeno ofrecen los medios de comunicación.

Finalmente, en el capítulo 11 ("*Spanish Political Discourse on Immigration in Times of Crisis*"), con el que se cierra esta obra, Gema Rubio Carbonero analiza, minuciosamente, el discurso político sobre inmigración expresado en el Congreso de los Diputados durante los años 2010 y 2011. La autora analiza el discurso elaborado por todos los partidos políticos con el fin de destacar las actitudes e ideologías que contienen y que, por tanto, son transmitidas a la población española. Los resultados del análisis permiten concluir que, en el contexto de la actual crisis económica, las referencias al fenómeno migratorio son menos frecuentes y en menor medida relevantes en comparación a lo expresado en periodos anteriores al comienzo de la crisis.

## BIBLIOGRAFÍA

- Santamaría, E. (2002), "Inmigración y barbarie. La construcción social y política del inmigrante como amenaza", *Papers*, 66, 59-75.
- Van Dijk, T. (2005), "Nuevo racismo y noticias. Un enfoque discursivo". En M. Nash *et al.* (Eds.), *Inmigración, género y espacios urbanos. Los retos de la diversidad*. Barcelona, España: Ediciones Bellaterra, 33-56.

EVA ESPINAR RUÍZ es doctora en Sociología y profesora ayudante doctor en el Departamento de Sociología II de la Universidad de Alicante. La mayor parte de su actividad docente e investigadora gira en torno a los Estudios de género y la Sociología de la comunicación. Entre sus últimas publicaciones destacan: «Representaciones de género en la publicidad de alimentos: un análisis de contenido» en *Revista Cuestiones de Género* (2012); «El crimen en los programas informativos de la televisión española» en *Cuadernos de Información* (2010); «Los inmigrantes como amenaza. Procesos migratorios en la televisión española» en *Convergencia* (2010); «Valores sociales en los spots publicitarios de bebidas emitidos en España en 2006», en *Comunicación y Sociedad* (2009).

# NORMAS EDITORIALES E INSTRUCCIONES PARA COLABORACIONES

A continuación se ofrece un resumen de las normas editoriales e instrucciones para colaboraciones. Se recomienda consultar la última versión disponible en la dirección [web.ua.es/revista-obets](http://web.ua.es/revista-obets)



## Instrucciones para el envío de originales

1. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales* tiene como objetivo la difusión de estudios de naturaleza académica que permitan un mejor conocimiento de la sociedad contemporánea. En este sentido está abierta a la publicación de resultados de investigación empírica, metodológica o teórica de ámbito nacional e internacional, en un amplio abanico de temas inscritos en el ámbito de la Sociología y Ciencias Sociales, como estudios de opinión pública, metodología, demografía, estructura y cambio social, ciencia política, teoría sociológica, antropología o psicología social.
2. Los trabajos deberán ser remitidos en formato digital, como archivo adjunto en formato .rtf o .doc a la dirección de correo electrónico: [revistaobets@ua.es](mailto:revistaobets@ua.es)
3. Los meses de edición son junio y diciembre, y en cada edición se aceptan artículos que han sido positivamente evaluados al menos durante el mes anterior al de edición.
4. La extensión de los artículos que se remitan a la revista tendrán una extensión no superior a 25 páginas con el formato especificado en el punto 5. Las notas de investigación (informe de hallazgos, aportaciones, etc.) tendrán una extensión máxima de 15 páginas en dicho formato. Las reseñaciones o críticas de libro no pueden superar las 5 páginas con el formato especificado en el punto 5, y debe especificarse en ellas el autor, el título, la editorial, el lugar y la fecha de publicación de la obra reseñada, así como el nombre, los apellidos y la dirección de contacto del autor de la crítica. Sólo se aceptarán reseñaciones de libros publicados en los últimos 3 años.
5. Los trabajos se enviarán en el siguiente formato
  - a) Tipo de letra Times New Roman, tamaño 12. Espacio sencillo, tamaño de página DIN A4.
  - b) Los diferentes apartados irán en negrita, en mayúsculas sólo la primera letra y con el mismo tipo y tamaño de fuente que el cuerpo del texto.
  - c) Los párrafos irán sangrados en la primera línea.
  - d) Las palabras en idioma diferente al original del trabajo deben ir en cursiva.
  - e) Las citas textuales deben ir entrecomilladas cuando sean inferiores a tres líneas. Si tienen más de 3 líneas irán sin entrecomillar y sangradas por el margen izquierdo, indicando en todo caso entre paréntesis el apellido del autor o autores del texto, el año de publicación y la página. Por ejemplo: (Ramírez, 2009: 10). Si hay más de dos autores pero menos de seis, se citarán todos ellos la primera vez y las veces siguientes se usará la expresión “et al.”. Si son más de seis autores, se usará “et al.” desde la primera mención.
  - f) Para la bibliografía, al final del trabajo, deberá utilizarse el estilo APA (American Psychological Association). A continuación se ofrecen algunos ejemplos de formato:

#### Libros y capítulos:

Anwar, M. (1979). *The Myth of Return: Pakistanis in Great Britain*. London: Heinemann.

Esser, H. (2003). "What substance is there to the term 'Leitkultur'?" En R. Cuperus, K. A. Duffek y J. Kandel (Eds.), *The challenge of diversity. European social democracy facing migration, integration and multiculturalism* (pp. 47-58). Innsbrück/Vienna: Studienverlag.

#### Revistas:

Berry, J. W. (1970). "Marginality, stress, and ethnic identification in an acculturated Aboriginal community". *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1, 17-22.

Para documentos online, debe indicarse la fecha de consulta.

Cuando se incluyan varias referencias de un mismo autor/a, es necesario indicar el nombre del autor en cada título y no usar guiones/rayas.

g) Las imágenes y diagramas se incluirán en el texto. En función de la resolución y calidad de dichas imágenes, la redacción puede solicitar el envío posterior de los archivos de imagen originales como condición para su publicación.

6. Los artículos han de ser inéditos. Dicha condición **debe indicarse en el envío** (formato disponible en la web de la revista).
7. Las propuestas de contribuciones enviadas a la revista OBETS no pueden ser enviadas simultáneamente a ninguna otra publicación.
8. Todo original se somete al arbitraje por pares académicos. Con la finalidad de garantizar la imparcialidad en la selección de los artículos para publicar, **se observa el anonimato tanto de autores como de evaluadores**. Para proteger este anonimato, se respetará el siguiente formato en los trabajos enviados:
  - a) Una primera página en la que constará, únicamente, el título (en mayúsculas la primera letra y el resto en minúsculas), el nombre y apellidos de los autores, el centro de trabajo, dirección postal y correo electrónico, y teléfono y fax en su caso.
  - b) Una segunda página que contenga, nuevamente, el título, un resumen de no más de 100 palabras, y entre 4 y 8 palabras clave, separadas por punto y coma. Tanto el título como el resumen y las palabras clave deben aparecer en la lengua del trabajo y en inglés.
  - c) El texto del trabajo en la página tercera y siguientes.

#### Proceso de selección de originales

1. Las obras recibidas pasarán por el siguiente proceso en el que cada paso requiere la superación del anterior:
  - a) Notificación de **acuse de recibo**.
  - b) Comprobación de la **anonimización** del artículo.
  - c) Revisión de **aspectos formales y estilos**, con notificación y devolución al autor en caso de existir errores.
  - d) **Clasificación temática** del artículo (UNESCO).



- e) Revisión por dos personas **evaluadoras externas**, de acuerdo con criterios de calidad científica<sup>1</sup>. El formulario de evaluación, disponible en la web de la revista, incluye:
1. Evaluación de la originalidad y contribución científica.
  2. Evaluación de la claridad y coherencia de objetivos, hipótesis, metodologías y conclusiones del trabajo.
  3. Evaluación de la pertinencia y actualización de la bibliografía.
  4. Evaluación de los aspectos formales (redacción, citas, organización del texto, tablas, gráficos, etc.).
  5. Recomendación final sobre el trabajo y, en su caso, sugerencias de modificación o razones para no publicación.
- f) Envío al autor del informe de revisión con la decisión correspondiente (aceptación, aceptación pendiente de rectificaciones, rechazo) de forma motivada en un plazo máximo de 6 meses desde la recepción del artículo.
2. En el caso de que un artículo sea aceptado para su publicación, se solicitará al autor/a la firma de un documento de cesión de derechos a fin de que sea publicado en la revista bajo licencia Creative Commons Reconocimiento 3.0 España (CC BY 3.0). De igual modo, las pruebas de imprenta serán enviadas al autor/a en formato PDF cuando estén disponibles y deberán ser devueltas a la secretaria de la revista en el plazo máximo de una semana, con las oportunas correcciones.
  3. El proceso de evaluación suele tomar unos 4-6 meses. Al tratarse de una revista semestral, una vez aceptado un artículo la publicación final puede llevar por lo general hasta 6 meses más.
  4. Para cualquier duda o aclaración, puede llamarse al teléfono 965909615 (M<sup>a</sup> Carmen Albert), de 10 h a 14 h, de lunes a viernes, o bien mandar un correo electrónico a la siguiente dirección: [revistaobets@ua.es](mailto:revistaobets@ua.es)

### Principios éticos de publicación

La publicación de artículos en una revista con revisión por pares es un reflejo directo de la calidad del trabajo de sus autores, y del compromiso y cualificación de los investigadores que actúan como revisores. Por ello *OBETS. Revista de Ciencias Sociales* es una publicación comprometida con los principios éticos de la actividad científica en los siguientes términos:

#### 1. Publicación y autoría

Todos los artículos deben incluir un listado de referencias, así como indicar si han recibido apoyo económico. Los trabajos deben estar libres de plagio o fraude científico, cuyos supuestos<sup>2</sup> se enumeran de manera no exhaustiva a continuación:

- Plagio: copia literal sin entrecomillar y citar la fuente; copia sustancial (materiales de investigación, procesos, tablas...); parafrasear o reproducir ideas sin citar la fuente y/o cambiando el significado original; reutilizar y enviar textos propios ya publicados sin indicar la fuente y el parafraseo abusivo incluso citando la fuente.

---

<sup>1</sup> Centro de Información y Documentación Científica (CINDOC) CSIC. Madrid, 2001.

<sup>2</sup> Fuente: <http://www.ethics.elsevier.com/>

- Fraude científico: no reconocimiento de todos los investigadores/as participantes en la elaboración del trabajo, el envío simultáneo a varias publicaciones, la división de un trabajo en partes diferentes que comparten las mismas hipótesis, población y métodos, así como la utilización de datos falsos o no probados. Finalmente, los autores/as deben declarar a la revista los potenciales conflictos de interés cuando envían un trabajo.

## 2. Responsabilidad de los autores

- El envío de trabajos a OBETS supone la lectura y aceptación de las normas editoriales y de publicación de la revista, incluida la participación en un proceso anónimo de evaluación por pares.
- Todos los autores que firman un trabajo deben haber contribuido de manera significativa a su elaboración y deben estar de acuerdo con el resultado final y con el envío del trabajo para su evaluación.
- Los trabajos deben reconocer a todos los autores que han participado en su elaboración.
- Los datos utilizados en el artículo deben ser reales y auténticos.
- Los autores asumen la obligación de corregir y/o retractarse ante posibles errores detectados posteriormente.
- Los artículos han de ser inéditos y no pueden ser enviadas simultáneamente a ninguna otra publicación.

## 3. Proceso de revisión.

Todos los artículos enviados a la revista se someten a un proceso de revisión por pares con las siguientes características:

- La selección de los revisores se realiza en función de normas y principios previos basados tanto en su cualificación como en la calidad de su producción científica.
- El proceso de revisión será totalmente anónimo tanto para los autores como para los revisores. Los artículos y sus revisiones serán tratados confidencialmente.
- Los revisores consideran, entre sus criterios de evaluación, el respeto a los principios éticos esenciales en la investigación científica.
- Los juicios expresados en las revisiones deben ser objetivos.
- Tanto autores como revisores deben revelar las relaciones y fuentes de financiación que puedan generar potenciales conflictos de intereses.

## 4. Responsabilidades de los editores

- El equipo editorial tiene la responsabilidad y autoridad para aceptar o rechazar un artículo basándose en las revisiones.
- El equipo editorial revelará en su caso las relaciones o fuentes de financiación que puedan ser potencialmente consideradas como conflictos de intereses respecto a los artículos que rechaza o acepta.
- Sólo se aceptarán los artículos en los que existe una evidencia cierta sobre el cumplimiento de las normas editoriales
- El Consejo de Redacción de *OBETS. Revista de Ciencias Sociales* se reserva el derecho de retirar cualquier trabajo recibido, aceptado o ya publicado en caso de cons-

tatarse plagio, falsificación o publicación duplicada, así como los diversos supuestos de fraude científico anteriormente enumerados. Del mismo modo, promoverá la publicación de correcciones o retractaciones frente a errores detectados.

- El equipo editorial se compromete a preservar el anonimato de los revisores de manera que nunca puedan asociarse con los artículos revisados.

#### **5. Cuestiones éticas de publicación**

El equipo editorial se compromete a:

- Vigilar y preservar los principios éticos de publicación
- Mantener la integridad del expediente académico
- Evitar la publicación de material plagiado o elaborado de manera fraudulenta
- Estar abierto a la publicación de correcciones, clarificaciones, retractaciones y disculpas siempre que sea necesario
- Ofrecer apoyo en el proceso de retractación de artículos
- Realizar todas las acciones necesarias para cumplir los estándares de compromiso intelectual y ético

#### **Aviso legal**

A efectos de lo estipulado en los artículos 138-143 de la Ley de Propiedad Intelectual, la publicación de un trabajo que atente contra dichos derechos será responsabilidad del autor/a. El equipo editorial de *OBETS. Revista de Ciencias Sociales* no se hace responsable, en ningún caso, de la credibilidad y autenticidad de los trabajos. Del mismo modo, las opiniones y hechos expresados en cada artículo son de exclusiva responsabilidad de sus autores/as y *OBETS. Revista de Ciencias Sociales* no se identifica necesariamente con ellos.



## GUIDELINES FOR SUBMITTING MANUSCRIPTS

Summary of guidelines for submitting manuscripts. Please check the latest version in [web.ua.es/en/revista-obets](http://web.ua.es/en/revista-obets)



1. The journal *OBETS. Revista de Ciencias Sociales* (*OBETS. Journal of Social Sciences*) aims at the dissemination of academic nature studies that allow a better understanding of contemporary society. In this sense it is open to the publication of results of empirical, methodological or theoretical research at national and international level, in a wide range of subjects enrolled in the field of sociology and social sciences, as public opinion surveys, methodology, demographics, structure and social change, political science, sociological theory, anthropology or social psychology.
2. Papers must be submitted in digital format as an attachment, in .Rtf or .Doc format to the email address: [revistaobets@ua.es](mailto:revistaobets@ua.es)
3. The months of editing are June and December. For each edition are accepted only articles that have been positively evaluated at least during the month prior to the edit month.
4. The length of papers should not exceed 25 pages using the layout specified in point 5. The research notes (report on findings, contributions, etc.) should not exceed 15 pages in this layout. The book reviews cannot exceed 5 pages using the layout specified in point 5, and should include the author, title, publisher, place and date of publication of the book. The full name and address of Contact of the author of the critique must also be included. We only accept reviews of books published in the last 3 years.
5. The works will be sent in the following format
  - a) Font Times New Roman, font size 12. Single space, page size A4.
  - b) Section headers in bold. Capitalize only the first letter, and with the same type and font size that the text body.
  - c) Paragraphs indented on the first line.
  - d) The words in a language other than the original work in italics.
  - e) Textual citations must be quoted if they are less than three lines. If you have more than three lines shall be indented by the left margin without quotation marks. In any case, indicate in parentheses the surname of the author or authors of the text, the year of publication and page. For example: (Ramírez, 2009: 10). If there are more than two authors but less than six, all of them will be cited the first time and the time following use the expression "et al.". If more than six authors, use "et al." from the first mention.
  - f) The bibliography at the end of the work shall use APA style (American Psychological Association). Please find below some examples of format:

#### Books and chapters:

Anwar, M. (1979). *The Myth of Return: Pakistanis in Great Britain*. London: Heinemann.

Esser, H. (2003). "What Is There Substance to the term 'Leitkultur'?" In R. Cuperus, KA Duffek and J. Kandel (Eds.), *The challenge of diversity. European Social Democracy Facing Migration, integration and multiculturalism*. Innsbruck / Vienna: Studienverlag, 47-58.

#### Journals:

Berry, J. W. (1970). "Marginality, stress, and ethnic identification in an acculturated Aboriginal community". *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1, 17-22.

For **documents online**, you must indicate the accessed date.

When several references of a same author are included, it is necessary to indicate the name of the author in each title instead of using hyphens/dashes.

g) Pictures and diagrams should be included in the text. Depending on the resolution and quality of the images, the Journal can ask for the original image files as a condition for the publication.

6. Articles must be unpublished. **That condition should be declared in the sending** (template available on the website of the journal)

7. Proposals for contributions sent to the OBETS journal may not be sent simultaneously to any other publication.

8. All original is submitted to arbitration by academic peers. In order to ensure impartiality in the selection of articles to publish, the journal **observes the anonymity of authors and evaluators**. To protect the anonymity, please respect the following format in contributions:

a) A first page that contain only the title (capitalize the first letter and the rest in lower case), the name of the authors, the workplace, and email address, telephone and fax.

b) A second page containing, again, the title (but not the name of author/s), an abstract of no more than 100 words, and between 4 and 8 keywords, separated by semi-coma. Title, abstract and keywords should appear in the original language and in English.

c) The text of the work will follow in the third and following pages.

#### Selection process of manuscripts

1. The works received will go through the following process in which each step requires overcoming previous

a) **Acknowledgement** Notice

b) Verification of the **anonymization** of the article

c) Review of **formal aspects** and styles, with notice and return to the author in case of errors.

d) **Subject classification** of the article (UNESCO).

e) Review by two **external evaluators**, according to scientific quality criteria<sup>1</sup>.

The evaluation form (available on the website of the journal) includes:

1. Evaluation of the originality and scientific contribution.
2. Evaluation of the clarity and consistency of objectives, hypothesis, methodologies and conclusions.
3. Evaluation of the adequacy and updating of the bibliography.
4. Evaluation of the formal aspects (writing style, quotes, text organization, Tables, graphics, etc).
5. Final recommendation on the work and, where appropriate, suggestions for change or reasons for non-publication.

f) The author(s) will be **notified** with the relevant decision (acceptance, acceptance pending revisions, reject) on a reasoned way within a maximum period of 6 months.

2. When an article is accepted for publication, the author will be asked to sign a transfer of rights document in order to allow the journal to publish the article under a Creative Commons Attribution 3.0 Spain license (CC BY 3.0). Similarly, proofs will be sent to the author in PDF format when they are available and they must be returned to the secretariat of the journal within one week, with appropriate corrections.
3. The evaluation process is expected to last about 4-6 months. Since *Obets Journal* is semmianual, the final publication of the article once accepted usually can take up to 6 more months.
4. For any questions or doubts, please send an email to the following address:  
**revistaobets@ua.es**

### **Publication ethics and malpractice statement**

The publication of articles in a peer-review journal is a direct reflection of the quality of the work of their authors, and the commitment and qualifications of the researchers who act as reviewers. Therefore *OBETS. Revista de Ciencias Sociales* is a publication committed to the ethical principles of scientific activity in the following terms:

#### **1. Publication and authorship**

All manuscripts must include a list of references, and indicate whether they have received financial support. Works must be free of plagiarism or scientific fraud. Illustrative cases<sup>2</sup> of plagiarism and scientific fraud can be consulted in a non-exhaustive list below:

- Plagiarism: literal copy without quoting and referencing the source; substantial copying (research materials, processes, tables...); paraphrasing or reproducing ideas without citing the source and/or changing the original meaning; text-recycling (reusing a published own text) without indicating the source, and abusive paraphrasing even quoting the source.

---

<sup>1</sup> Centre for Scientific Information and Documentation (CINDOC) CSIC. Madrid, 2001.

<sup>2</sup> Source: <http://www.ethics.elsevier.com/>

- Scientific fraud: no recognition of all the participating researchers in the study, simultaneous submission to several publications, the division of a work in different parts ('slices') that share the same hypotheses, population and methods, as well as the use of false or unproven data. Finally, the authors should disclose potential conflicts of interest to the journal when a manuscript is sent.

## 2. Responsibility of the authors

- The manuscripts submission to OBETS involves reading and acceptance of the journal publishing guidelines, including participation in an anonymous peer-review process.
- All authors signing a work must have contributed significantly to its development and must agree both with the end result and with the manuscript submission for evaluation.
- Manuscripts must acknowledge all authors who have participated in their elaboration.
- Data used in the article must be real and authentic
- The authors assume the obligation to retract/correct when possible errors are later detected.
- Articles must be original and cannot be sent simultaneously to any other publication.

## 3 Review Process

All articles submitted to the journal are subjected to a peer review process with the following characteristics:

- The selection of reviewers is done according to rules and principles based on both their qualification and the quality of their scientific production.
- The review process will be totally anonymous both for authors and for reviewers. Manuscripts and reviews will be treated confidentially.
- Reviewers will take into account for their evaluation criteria the respect for the ethical principles that are essential in scientific research.
- The judgments expressed in the reviews should be objective.
- Authors and reviewers should disclose all relationships and funding sources that could generate potential conflicts of interest.

## 4. Responsibilities of Editors

- The editorial board has the responsibility and authority to accept or reject a manuscript based on the peer reviews.
- The editorial board will reveal any relationships or funding sources that could potentially be considered conflicts of interest regarding the rejection or the acceptance of manuscripts.
- The journal only accepts manuscripts when reasonably certain of compliance with editorial standards
- The Editorial Team reserves the right to remove any received, accepted or already published work where plagiarism, falsification, duplicate publication or scientific fraud is found. Similarly, it will encourage the publication of retractions or corrections to errors detected.
- The editorial team is committed to preserve the anonymity of the reviewers so that they can never be associated with the reviewed manuscripts.



## 5. Publishing ethical Issues

The editorial board is committed to:

- Monitoring and maintaining the publishing ethics
- Maintaining the integrity of the academic record
- Avoid publishing plagiarized or fraudulently prepared material
- Be willing to publish corrections, clarifications, retractions and apologies when needed
- Provide support in the process of retracting articles
- Perform all actions required to meet the standards of intellectual and ethical commitment

### Disclaimer

Regarding the provisions in articles 138-143 of the Spanish Law on Intellectual Property, the publication of a work prejudicial to those rights shall be the responsibility of the author. The editorial team of *OBETS. Revista de Ciencias Sociales* is not responsible, in any case, for the credibility and authenticity of the works. In the same way, the opinions and facts expressed in each article are the sole responsibility of the authors and *OBETS. Revista de Ciencias Sociales* does not necessarily agree with them.





